



T.C.
MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

HATAY İLİNDE YABANCI SERMAYELİ
TURİZM YATIRIMLARININ OLABİLİRLİK
ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Özlem ALCAN

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Hüseyin ALTAY

Hatay-2014

ONAY

Özlem ALCAN tarafından hazırlanan **“HATAY İLİNDE YABANCI SERMAYELİ TURİZM YATIRIMLARININ OLABİLİRLİK ANALİZİ”** adlı bu çalışma jüri tarafından lisansüstü öğretim yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği / oyçokluğu ile **SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALINDA YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

.../.../2014

Jüri Üyeleri	İmza
Doç. Dr. Hüseyin ALTAY (Tez Danışmanı)	
Doç.Dr.Halil DEMİRER.(Üye)	
Yrd.Doç.Dr.Fatih ÖZDEMİR (Üye)	

Özlem ALCAN tarafından hazırlanan **“Hatay İlinde Yabancı Sermayeli Turizm Yatırımlarının Olabilirlik Analizi”** adlı tez çalışmasının yukarıda imzaları bulunan jüri üyelerince kabul edildiğini **onaylarım.**

Doç. Dr. Halil DEMİRER
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Lisans ve yüksek lisans döneminde bana büyük emeği geçen, gerek akademik anlamda gerek ise insani anlamda her zaman yanımda olan, kısaca bana her yönde rehberlik eden ve beni sabırla dinleyen, beni yönlendiren, tez danışmanım ve hocam Sayın Doç.Dr. Hüseyin Altay'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca lisans ve yüksek lisans dönemlerinde bilgi ve deneyimlerini esirgemeyen değerli hocalarım Yrd. Doç. Dr. Mustafa Çam ve Yrd. Doç. Dr. Necdet Bilgin hocalarıma teşekkürlerimi borç bilirim.

Yine üniversite hayatım ve tez yazım süresinde desteklerini ve sevgilerini benden esirgemeyen arkadaşlarıma içten teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak bu çalışmanın sıkıntılarını benimle paylaşan anlayışını ve hoşgörüsünü benden esirgemeyen, beni her zaman motive eden sevgili eşim Yalçın Alcan'a ve yakın bir zamanda hayatımıza giren kızımız Melek Naz'a gönülden teşekkürlerimi sunarım. Bu çalışmanın özellikle yoğun ve stresli dönemlerinde anlayışlarını benden esirgemeyen ve çalışmam konusunda beni devamlı teşvik eden annem Bahriye KOÇ'a ve babam Sinan KOÇ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

HATAY İLİNDE YABANCI SERMAYELİ TURİZM YATIRIMLARININ OLABİLİRLİK ANALİZİ

Özlem ALCAN

Seyahat İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2014

Danışman: Doç. Dr. Hüseyin ALTAY

ÖZET

Dünyada küreselleşme sürecinin hızlanması ile birlikte, ekonomik hayatta söz sahibi olan gelişmiş ülkeler yeni pazarlara ulaşabilmek için doğrudan yabancı yatırımlara yönelmektedirler. Dünyada turizm sektörünün yapısı ve önemi, gelişmiş ülkelerin yanı sıra gelişmekte olan ülkelerin de bu sürece dahil olmalarına ve ekonomilerini bu yönde güçlendirmelerine neden olmaktadır. Turizm sektöründe de doğrudan dış yatırımlardan pay alma yönünde önemli atılımlar yapılmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın kapsamında önce doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının incelenmesi amaçlanarak yabancı yatırımların tanımı, amacı, türleri, ev sahibi ülke üzerine etkileri ve yabancı sermayenin ülkeye gelmesini etkileyen faktörler incelenmektedir. Dünyada ve Türkiye'deki yabancı sermaye yatırımlarının genel çerçevesi incelenerek, özellikle 1980 sonrası dönemde Türkiye'de gerçekleşen yabancı sermaye yatırımlarının sektörlere ve ülkelere göre dağılımlarına, ilaveten Türkiye'de yatırım ortamını iyileştirme çalışmalarına yer verilmektedir. Çalışmanın devamında turizm sektörünün özellikleri ve kapsamı açıklanarak, sektörün Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi incelenmektedir. Türkiye'deki turizm olgusu güçlü ve zayıf yönleri ile ele alınarak turizm sektöründe yabancı sermayeye duyulan ihtiyaca değinilmektedir.

Bu çalışmada Hatay turizminin Türkiye turizmi içerisindeki yeri ve önemi ile Hatay'da yabancı sermayeli turizm yatırımlarının olabirliği incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Hatay'da turizm yatırımlarının çokuluslu şirketler açısından mümkün olduğu sonucuna varılmıştır. İncelemeye konu olan ekonomik, sosyal, kültürel, hukuki, politik ve pazarlama boyutlarının incelenmesi yatırımların mümkün olduğu sonucunun ortaya çıkmasına katkı yapmakta, ekonomi üzerinde yabancı

denetiminin artması, yerli şirketler karşısında haksız rekabet üstünlüğü, eksik altyapı ve üstyapı yatırımları, ekonomik ve siyasi istikrarsızlık, temel girdileri sağlamada karşılaşılan güçlükler, bazı konularda karşılaşılan bürokratik engeller, dış siyaset vb. faktörler ise yatırımların olabilirliğini olumsuz yönde etki etmektedir. Hatay turizmi Türkiye açısından çok önemli bir gelir etkisi oluşturabilecek niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan Yabancı Yatırım, Dünyada ve Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Turizm Sektörü, Türkiye’de Turizmin Ekonomiye Etkisi, Turizmde Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Hatay’da yabancı sermaye, Hatay’da yabancı sermayeli turizm yatırımları

FEASIBILITY ANALYSIS OF TOURISM INVESTMENTS WITH FOREIGN CAPITAL IN HATAY

Master's Thesis, Özlem ALCAN
Public Administration Department, 2014
Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Hseyin ALTAY

ABSTRACT

With the speed of globalization in the world, the developed countries having a say in economic field have headed for foreign investment to reach new markets. The structure and importance of tourism sector in the world have caused developing countries as well as developed ones to be in on this process and to reinforce their economy in this direction. Within this framework, in this study with the aim of analysis of foreign investment, the definition of it, its purpose, sorts of it, its effect on host country and the factors that affect the foreign investment to country have been analyzed.

With the analysis of general frame of foreign investment in Turkey and the world, it has been given place to the distribution of foreign investment to sectors and countries especially after 1980 in addition to the studies about betterment of tourism sector. Also with the explanation of extent and characteristics of tourism sector, the situation and importance of sector in Turkey have been studied.

It has been touched on the need of foreign investment in tourism sector with strengths and weaknesses of tourism in Turkey. This study has been made to give information about tourism in Hatay, to reveal the matters about its tourism potency in detail in terms of supply and demand. Also the situation and importance of tourism in Hatay, the necessity of foreign investment in Hatay have been analyzed. According to the findings, the tourism in Hatay has been a very important source of income in Turkey. In the context of tourism economy home investment, Hatay has been a very important potency in terms of supply and sources.

Key words: Foreign Direct Investment, Foreign Direct Investment in Turkey and in the World, Tourism Sector, The effect of Tourism to Economy in Turkey, Foreign Direct Investment in Tourism, Foreign Capital in Hatay, Foreign Capital Tourism Investments in Hatay

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
GRAFİKLER LİSTESİ	xvi
KISALTMALAR LİSTESİ	xvii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	2
TURİZM YATIRIMLARI	2
1.1. Yatırım Kavramı	2
1.2. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına Yönelik Teorik Yaklaşımlar	3
1.2.1. Dış Ticaret Teorisi (Klasik ve Neo-Klasik Yaklaşım).....	5
1.2.2. Uppsala Uluslararasılaşma Modeli (The Uppsala Internationalization Model).....	5
1.2.3. Ürünün Hayat Devreleri Kuramı.....	7
1.2.3.1. Yenilik Aşaması.....	7
1.2.3.2. Olgunlaşma Aşaması	7
1.2.3.3. Nihai Aşama	8
1.2.4. Endüstriyel Organizasyon Teorisi.....	8
1.2.5. Eklektik Paradigma	9
1.2.5.1. Firmaya Özgü Mülkiyet Avantajları (Ownership).....	10
1.2.5.2. Konumsal Avantajlar (Location)	11
1.2.5.3. İçselleştirme Avantajları (Internalization).....	11
1.2.6. Yatırım Kalkınma Yolu Aşamaları Teoremi.....	12
1.2.7. Türkiye’deki Turizm Sektörüne Yönelik Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Eklektik Paradigma Yardımıyla Açıklanması.....	15
1.3. Turizm Yatırımının Tanımı	15

1.3.1. İçselleştirme Konusu.....	16
1.3.2. Mülkiyet Konusu.....	17
1.3.3. Konum Faktörleri.....	17
1.4. Turizm Yatırımlarının Özellikleri.....	18
1.4.1. Sabit Sermaye Yoğunluğu	19
1.4.2. Emek Yoğunluğu	20
1.4.3. Sabit Giderlerin Yüksek Oluşu	20
1.4.4. Alt Yapı-Tesis ilişkisi	21
1.4.5. Endirekt Rantabilite	21
1.4.6. Turizmde Talep - Yatırım ilişkisi.....	22
1.4.7. Alternatif Sektörler Mukayesesi	23
1.4.8. Fiziksel Planlamanın Önemi	23
1.4.9. Turizm Yatırımlarında Sürdürülebilirlik İlkesi.....	24
1.5. Turizm Yatırımlarının Türleri.....	25
1.5.1. Alt Yapı Yatırımları	26
1.5.2. Üst Yapı – Konaklama Yatırımları	26
1.5.3. Üst Yapı Yatırımlarını Tamamlayıcı (Destek) Yatırımlar	27
İKİNCİ BÖLÜM.....	28
DÜNYADA VE TÜRKİYE’ DE YABANCI SERMAYELİ TURİZM YATIRIMLARI.....	28
2.1. Yabancı Yatırımların Tanımı.....	28
2.1.1. Doğrudan Yabancı Sermayenin Tanımı ve Amacı	28
2.1.2. Doğrudan Yabancı Sermayenin Olumlu ve Olumsuz Etkileri.....	30
2.2. Doğrudan Yabancı Yatırım Türleri.....	33
2.2.1. Kaynak-Arayışlı Doğrudan Yabancı Yatırımlar	33
2.2.2. Pazar-Arayışlı Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	35
2.2.3. Verimlilik-Arayışlı ve Stratejik Kaynak-Arayışlı Doğrudan Yabancı	

Yatırımlar	37
2.3. Dünyada Yabancı Sermeye Yatırımının Gelişim Yönü	37
2.3.1. Uluslararası Doğrudan Yatırım Giriş Usulleri	44
2.3.1.1. İhracat	44
2.3.1.1.1. Dolaylı İhracat	44
2.3.1.1.2. Dolaysız İhracat	44
2.3.1.2. Lisans Verme	45
2.3.1.3. Ortak Girişimde Bulunma	45
2.3.1.4. Doğrudan Dış Ülkelerde Yatırım Yapma	46
2.3.2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldıkları Paylar	48
2.3.3. Bölgelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldığı Paylar	48
2.3.4. Uluslararası Doğrudan Yatırım Projelerinin Sektörel Dağılımı	50
2.4. Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımlarına Genel Bakış	50
2.4.1. Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Yıllara Göre Dağılımı	52
2.4.2. Yabancı Sermayeli Şirket Sayılarının Sektörlere Göre Dağılımı	53
2.4.3. Yabancı Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Sektörlere Göre Dağılımı	56
2.5. Türkiye’de Doğrudan Dış Yatırımların Gelişme Trendi	58
2.5.1. Türkiye’de Doğrudan Dış Yatırımların Girdiği Başlıca Endüstriler	61
2.5.2. Türkiye’de Doğrudan Dış Yatırımların Giriş Usulleri	62
2.5.3. Türkiye’de Yabancı Sermayeli Şirketler Ve Ülkelere Göre Dağılımı ...	62
2.5.4. Turizme Yurtdışından Gelen Doğrudan Yatırımlar	64
TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜ VE YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI İLİŞKİSİ	66
3.1. Turizm Sektörü ve Özellikleri	66
3.2. Turizmde Yabancı Sermaye	68

3.2.1. Turizmde Yabancı Sermaye Kavramı	68
3.2.2. Turizmde Yabancı Sermayeye Duyulan İhtiyaç	70
3.2.2.1. Yeterli Sermaye Birikiminin Sağlanamaması.....	70
3.2.2.2. Know-How Yetersizliği.....	70
3.2.2.3. Turizm Sektöründe Riskin Paylaşılması.....	71
3.3. Dünyada Turizm Hareketleri ve Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları .	72
3.3.1. Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri.....	75
3.4. Yabancı Sermayenin Türk Turizmindeki Önemi.....	81
3.4.1. Türk Turizminde Yabancı Sermaye Yatırımları ve Gelişimi.....	82
3.4.2. Turizm Sektöründe Yabancı Sermayeyi Gerektiren Nedenler.....	84
3.4.3. Türk Turizm Yatırımlarındaki Gelişmeler	85
3.4.3.1. Turizmde Yatırım Teşviklerinin Gelişimi	86
3.4.4. Türk Turizminde Yabancı Sermaye Ortamının İyileştirilmesi	91
3.5. Türkiye'ye Yabancı Sermaye Çekmek İçin Yapılması Gerekenler.....	93
3.6. Yabancı Sermayenin Turizm Sektörüne Olumlu ve Olumsuz Etkileri.....	94
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	98
HATAY İLİNDE YABANCI SERMAYELİ TURİZM YATIRIMLARI.....	98
4.1. Hatay Turizminin Mevcut Durumu	98
4.1.1. Hatay İlinin Coğrafi Konumu Ve Turizm Kaynakları	98
4.1.2. Hatay İlinin Turizm Yatırımlarının Mevcut Durumu	100
4.2. Türkiye'de Hatay Turizmi ve Turizm Potansiyeli.....	102
4.2.1. Hatay Turizminin Türkiye'deki Yeri, Verilerle Karşılaştırma (Turist Sayısı, Tesis Sayısı, Sezonun Uzunluğu Vb.).....	104
4.2.2. Hatay Turizminin Turizmin Çeşitliliği ve Dağılımı.....	108
4.3. Turizmde Rekabet Yapısı Ve Hatay'ın Rekabet Gücü	109
BEŞİNCİ BÖLÜM	111
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	111

5.1. Araştırmanın Problemi.....	111
5.2. Araştırmanın Konusu.....	111
5.3. Araştırmanın Amacı.....	111
5.4. Araştırmanın Önemi	112
5.5. Araştırmanın Varsayımları	112
5.6. Araştırmanın Kısıtları	112
5.6. Araştırma Soruları.....	112
5.7. Çalışmanın Yöntemi	113
5.7.1. Araştırmanın Evreni	113
5.7.2. Araştırma Örnekleme.....	114
5.7.3. Verilerin Toplanması	114
5.7.4. Verilerin Analizi.....	116
5.7.4.1. İçerik Analizi	116
5.7.4.2. İçerik Analizinin Amacı.....	117
5.7.4.3. İçerik Analizinin Uygulanması	117
5.7.4.4. İçerik Analizi Teknikleri.....	119
5.7.4.4.1. Frekans (Sıklık) Analizi:	119
5.7.4.4.1.1. Kategori Analizi	120
5.7.4.4.1.2. Değerlendirici Analiz	120
5.7.4.4.1.3. İlişki (Olumsuzluk) Analizi.....	120
5.7.4.4.1.4. Diğer Analizler	121
5.7.4.5. İçerik Analizinin Güçlü ve Zayıf Yönleri.....	121
5.8. Mülakat Yapılan Kişiler Listesi	121
ALTINCI BÖLÜM.....	125
ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	125
6.1. İçerik Analizi Kategori 1	126
6.1.1. Ekonomik Faktörler	127

6.1.1.1. İçerik Analizi Alt Kategori 1	127
6.1.1.2. İçerik Analizi Alt Kategori 2	129
6.1.1.3. İçerik Analizi Alt Kategori 3	131
6.1.1.4. İçerik Analizi Alt Kategori 4	132
6.1.1.5. İçerik Analizi AltKategori 5	133
6.1.1.6. İçerik Analizi Alt Kategori 6	134
6.2. İçerik Analizi Kategori 2	135
6.2.1.1. İçerik Analizi Alt Kategori 1	136
6.2.1.2. İçerik Analizi Alt Kategori 2	137
6.3. İçerik Analizi Kategori 3	139
6.3.1. Sosyal ve Kültürel Yapı	139
6.3.1.1. İçerik Analizi Alt Kategori 1	139
6.3.1.2. İçerik Analizi Kategori 2	140
6.4. İçerik Analizi Kategori 4	142
6.4.1. Tanıtım ve Pazarlama.....	142
6.4.1.1. İçerik Analizi Alt Kategori 1	143
6.5. İçerik Analizi Kategori 5	144
6.5.1. Giriş Usulü	144
6.6. Bulguların Özeti.....	146
SONUÇ VE ÖNERİLER	147
KAYNAKÇA	153
EKLER	167

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: En Fazla Uluslararası Doğrudan Yatırım Çeken İlk 10 Ülke (2010)	41
Tablo 2: Bölgelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldığı Paylar	48
Tablo 3: Türkiye'ye Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişlerinin Dağılımı	53
Tablo 4: Türkiye'ye Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişlerinin Dağılımı	54
Tablo 5: Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Sektörlere Göre Dağılımı (2010-2011)	56
Tablo 6: Uluslararası Endekslerde Türkiye.....	60
Tablo 7: UDY Girişleri	63
Tablo 8: Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri	76
Tablo 9: Yıllar İtibariyle Ulaşım Yollarına Göre Giriş Yapan Yabancı Sayısı (2005- 2009, TR, Hatay, Yüzde)	104
Tablo 10: Ulaşım Yolları İtibariyle Yabancı Ziyaretçi Sayıları (2010).....	104
Tablo 11: Tesise Geliş Sayıları (Hatay) (2009, 2010)	105
Tablo 12: Geceleme Sayıları (Hatay) (2009, 2010).....	106
Tablo 13: Ziyaretçi Sayıları, Yatak, Oda, ve Geceleme Sayıları (Turizm İşletme Belgeli) (TR,TR631)	106
Tablo 14: Hatay İli Önde Gelen Turizm Varlıkları.....	108
Tablo 15: Gurme Turizminin Varlıkları.....	109
Tablo 16: Mülakat Yapılan Kişiler Listesi.....	121
Tablo 17: İçerik Analizi Kategorileri ve Alt Kategorileri.....	125
Tablo 18: İçerik Analizi Alt Kategori 1	127
Tablo 19: İçerik Analizi Alt Kategori 2	129
Tablo 20: İçerik Analizi Alt Kategori 3	131
Tablo 21: İçerik Analizi Alt Kategori 4	132
Tablo 22: İçerik Analizi Alt Kategori 5	133
Tablo 23: İçerik Analizi Alt Kategori 6	134
Tablo 24: İçerik Analizi Alt Kategori 7	134
Tablo 25: İçerik Analizi Alt Kategori 1	136
Tablo 26: İçerik Analizi Alt Kategori 2	137
Tablo 27: İçerik Analizi Kategori 2	139

Tablo 28: İçerik Analizi Alt Kategori 1	140
Tablo 29: İçerik Analizi Kategori 5	143
Tablo 30: Bulguların Özeti.....	146

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Dünyada Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	47
Grafik 2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldıkları Paylar	48
Grafik 3. Batı Asya Ülkeleri - En Fazla UDY Çeken İlk 5 Ülke.....	49
Grafik 4. Uluslararası Doğrudan Yatırım Projelerinin Sektörel Dağılımı	50
Grafik 5. Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Yıllara Göre Dağılımı	52
Grafik 6. Global Uluslararası Doğrudan Yatırımlar	59
Grafik 7. Türkiye’de Doğrudan Dış Yatırımların Girdiği Başlıca Endüstriler	61
Grafik 8. Türkiye’de Doğrudan Dış Yatırımların Giriş Usulleri	62
Grafik 9. İlk 5 Ülkenin Payları.....	63
Grafik 10. Turizme Yurtdışından Gelen Doğrudan Yatırımlar.....	64
Grafik 11. Grafik 11.Turizmin Ülke Genelinden Aldığı Pay.....	65
Grafik 12. Grafik 12.Dünyada Uluslararası Turizm Hareketleri ve Turizm Gelirleri	73

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	Araştırma-Geliştirme
ATAK	Akdeniz Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi
BDT	Bağımsız Devletler Teşkilatı
ÇUŞ	Çok Uluslu Şirketler
DKP	Dokuzuncu Kalkınma Planı
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DYY	Doğrudan Yabancı Yatırım
DYSY	Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları
EIB	Avrupa Yatırım Bankası
GOÜ	Gelişmekte Olan Ülkeler
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
IMF	Uluslararası Para Fonu
KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletmeler
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
OİK	Özel İhtisas Komisyonu
OLI	Mülkiyet-Konum- İçselleştirme Avantajları
TURSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UDY	Uluslararası Doğrudan Yatırım
UNCTAD	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
U.S.A	Amerika Birleşik Devletleri
YKTK	Yatırımcıların Karşılıklı teşviki ve Korunması
YASED	Uluslararası Yatırımcılar Derneği
YOİKK	Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Koordinasyon Kurumu
WB	Dünya Bankası
WTTC	Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi

GİRİŞ

Gelişmekte olan ülkelerin temel amaçları, ekonomik büyüme ve kalkınma düzeylerini artırarak yeni istihdam alanları oluşturabilmektir. Gelişmekte olan ülkeler kalkınma ve refah düzeylerini yükseltmek için, gelişmiş ülkeler ise mevcut durumlarını devam ettirebilmek ve yükseltmek için nitelikli işgücüne ve sermayeye ihtiyaç duymaktadırlar. Sermayenin arttırılması ise ekonomik büyümenin temel kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir. Ancak gelişmekte olan ülkeler düşük tasarruf düzeyine sahip oldukları için yeterli düzeyde yatırım yapılabilmesi büyük oranda yabancı sermayeye bağlı görülmektedir. Bu nedenle bütün gelişmekte olan ülkeler yabancı yatırımların ülkelerine kazandırılması için çaba harcamaktadırlar. Bu da büyümenin istenilen ölçüde gerçekleşemediği sonucunu doğurmaktadır. Buna döviz gelirlerinin yetersizliği ve ihracat yapma olanaklarının sınırlı olması da eklendiğinde gelişmekte olan ülkelerin dış kaynak bulma arayışına girmesi zorunluluk haline gelmektedir.

Son dönemlerde bu arayış turizm sektörü üzerinde yoğunlaşmaktadır. Çünkü toplam iktisadi faaliyet içerisindeki ağırlığı ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, turizm sektörü ekonomik büyüme ve kalkınma hedeflerini desteklemekte, istihdam artışı sağlamada ve döviz kazandırmada önemli roller üstlenmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Hatay bölgesi turizm yatırım potansiyelinin değerlendirilmesi, turizm pazarının gelişme eğiliminin saptanması, pazar büyüklüğünün yabancı sermaye yatırımları açısından uygun olup olmadığının tespiti, yabancı turizm fırsatlarının neler olduğu ve Hatay ilinin turizm yatırımları konusunda hangi güçlüklerle karşılaşacağına araştırılmasıdır. Bu bağlamda bu çalışmanın, tarihi kültürel mirası ve iklimi ile turizmde önemli bir potansiyele sahip olan Hatay ilinin turizm sektöründen alacağı payın artırılması ve Hatay iline yatırım yapmak isteyen kişi ve kuruluşlar için bir yol haritası oluşturması amaçlanmaktadır. Çalışmanın sonunda Hatay bölgesinde yabancı sermayeli turizm yatırımlarının olabilirliği konusunda öneriler yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM YATIRIMLARI

Turizm ülkemizin ve dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden birisidir. Refah düzeyinin yükselmesi, gelir ve ulaşım imkanlarının artması yanında tüketici zevk ve tercihlerindeki hızlı değişim sonucu büyük potansiyel oluşmuştur. Bugün dünyada turizm pazarından pay alma yarışı tüm hızıyla sürmektedir.

Ülkemiz; bütün zenginlikleri, turizm olgusuna çabuk adapte olabilen genç ve dinamik girişimcileriyle dünya turizm pazarında iddialı olabilecek güçtedir. Bu güçlü ve emsalsiz zenginliklerinin yanında sektör; yatırım, altyapı eksikliği, çevrenin korunması, tanıtım ve pazarlamada zafiyetler, işletme, eğitim, standartlaşma ve kalitede yetersizlik gibi ciddi sorunlar yaşamaktadır (Afşar, 2007: 30; Akoğlu, 1970: 18-25). Turizm sektörü, sosyal, siyasal ve genel ekonomik şartlardan çok çabuk etkilenebilen bir yapıda olmasına rağmen önceki yıllarda gerekli teşviklerin uygulanamıyor oluşundan dolayı arzu edilen büyümeyi gerçekleştirememektedir. Oysa bacasız sanayi olarak tabir ettiğimiz turizm sektörü yüksek “döviz girdisi” ve yüksek “katma değer” potansiyeli ile ülke ekonomisine çok büyük katkı sağlamaktadır (Özen & Kuru, 1998: 6-7). Ülkemizde son yıllarda turizm teşvikleri büyük oranda sağlanmaktadır. Ancak yine de turizm sektörü sahip olduğu büyük potansiyeli gerektiği gibi kullanamamaktadır. Diğer taraftan küreselleşme ve bölgesel entegrasyon süreci turizm girişimcilerine güçlü rakiplerle rekabet edilmesi zorunluluğu getirmektedir.

1.1. Yatırım Kavramı

En basit şekliyle yatırım, üretim amacıyla yapılan harcamaların tümü anlamına gelmektedir. Yatırım, belli bir getiri sağlamak amacıyla belirli vadelerde birikimlerin üretim araçlarına bağlanmasıdır. Yatırım kavramının esasen üzerinde uzlaşılan bir tanımı bulunmamaktadır. Hatta böyle bir tanım yapılmasından, bütün

yatırım türlerini kapsamaması ihtimali göz önüne alınarak bilinçli olarak kaçınılmaktadır (Özen & Kuru, 1998: 8). Gerek yatırımların karşılıklı korunması ve teşvikine ilişkin iki taraflı uluslararası anlaşmalarda, gerekse yatırım uyumsuzluklarının tahkim yoluyla çözümüne ilişkin çok taraflı anlaşmalarda yatırım tanımı verilmemekte, genellikle yatırım olarak kabul edilecek varlıklar ve haklar sayılmaktadır. Konuyu ele alan eserlerin çoğunda yine genel bir yatırım tanımı yapılmamakta, yatırım türlerinin belirlenmesi sonrasında her bir yatırım türü kendi içinde tanımlanmaktadır (Kahraman, 2010: 17).

Ekonomik açıdan baktığımızda genel yatırım tanımlarının başında; belli bir dönemde üretilen ve ithal edilen malların o dönemde tüketilmeyen ve ihraç edilmeyen kısmı gelmektedir (Candemir, 2009: 659-675).

Yatırım işletme açısından ele alındığında ise; işletmeye uzun vadede gelir (nakit girişi) sağlayacak her türlü harcama olarak, mikro açıdan ele alındığında ise, işletmenin amacını oluşturan faaliyetleri sürdürmek, belirli bir anda işletmenin varlığını, rekabet gücünü korumak ve geliştirmek üzere sürekli bir şekilde sahip olmak zorunda olduğu unsurlar ve özellikle dayanıklı malları tedarikte yapılan harcamalar olarak tanımlanmaktadır (Usta, 2002: 9).

En geniş anlamda yatırım, gelecekteki dolarlar için şimdiki dolarları feda etmek anlamındadır. İki farklı nitelikte ilgilidir: Zaman ve risk. Feda etmek hemen olur ve kesindir. Ancak kazanç sonra gelir ve belli değildir. Bazı durumlarda zaman önceliklidir, başka durumlarda ise risk öncelik taşımaktadır (Güçlü, 2003: 18).

Kısaca yatırım, gelecekte bir kar elde etmek amacıyla peşin olarak bir takım giderleri karşılamak, ortaya çıkan maliyetlere de katlanmaktır.

1.2. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına Yönelik Teorik Yaklaşımlar

Doğrudan yabancı yatırımlar Buckley ve Casson'a göre, yapılan yatırımın mülkiyet durumuna göre, yapılan yatırımın yeni işletme yaratmasına göre, yapılan

yatırımın üretim zincirindeki yerine göre, yapılan yatırımın amacına göre yatırım olmak üzere dört farklı değişken esas alınarak sınıflandırılmıştır (Buckley & Casson, 1981: 75-88).

Devlet Planlama Teşkilatı [DPT] tarafından yapılan tanımlamaya göre, doğrudan yabancı yatırım, yatırılabilir kaynakların kişi ve kuruluşlar tarafından bir başka ülkeye taşınmasıdır. Bir ülke borsasında işlem gören şirket hisselerinin bir diğer ülke veya ülkelerin kuruluşları tarafından satın alınmasını ifade eden portföy yatırımları dışında kalan bir veya birden fazla uluslar arası yatırımcının tamamına sahip olmak suretiyle veya yerli bir ya da birden fazla firma ile ortaklık halinde gerçekleştirdiği yatırımlar, doğrudan yabancı yatırım olarak tanımlanmaktadır (DPT, 2006).

İktisadi literatürde doğrudan yabancı sermaye yatırım teorileri 1950' lere kadar fazla kabul görmemiş, bu nedenle bu konuya fazla ilgi gösterilmemiştir. Diğer yandan bu dönemde yaygın olan Neo- klasik yaklaşım tam rekabet piyasası ve faktörlerin uluslararası piyasalarda hareketsizliği varsayımına dayandığından dolayı, çok uluslu şirket faaliyetlerini açıklamada yetersiz kalmaktadır (İyibozkurt, 1995: 124).

1950'den sonra doğrudan yabancı sermaye yatırımlarındaki ve çok uluslu şirketler [ÇUŞ]'lerdeki şirketlerdeki büyümeyi açıklamada yetersiz kalan neo-klasik teori, yeni yaklaşım teorilerinin ihtiyacını doğurmuştur. Ancak bu dönemde önceleri daha önemli görülen ilk malların üretimi, doğrudan dış yatırımlar ile diğer gelişmiş ülkelerdeki bilgi tabanlı üretime doğru yönelmiştir (Yaşar, 2005: 20).

Yabancı sermaye yatırımlarına yönelik çalışmalar geç başlamasına rağmen hızlı bir artış göstermiştir. Doğrudan yabancı sermaye yatırım teorileri, ÇUŞ'ların faaliyetlerini açıklamaya yönelik oluşturulan teorilerden etkilenmiştir. Önemli bazı teoriler ise şöyledir:

1.2.1. Dış Ticaret Teorisi (Klasik ve Neo-Klasik Yaklaşım)

Ülkelerarası iş bölümü ve mübadelenin nedenleri, ilk olarak klasik dış ticaret teorileriyle açıklanmaya çalışılmıştır. Klasik ve Neo-Klasik teoriye göre; yabancı üretim, ihracat için bir alternatif olarak görülmüştür. Ancak statik varsayımlara dayanan klasik dış ticaret teorileri, uluslararası işlemlerin yaygınlaştığı ve çeşitlendiği bir ortamı açıklamada yetersiz kalmıştır. Çokuluslu şirketlerin uluslararası ticarete yaygınlık kazanmaları ile birlikte, işgücü ve sermayenin uluslararası hareketliliği artmıştır (Çınar, 2007: 50-51). Her ülkedeki üretim fonksiyonları ve teknolojinin veri olarak ele alındığını, faktörlerin ülke içinde hareketli, ülkeler arasında hareketsiz olduğunu, taşıma maliyetlerinin olmadığını ve üretimin sabit maliyetlerle gerçekleştirildiğini varsayan klasik dış ticaret teorisi; bu varsayımlar altında, uluslararası sermaye hareketi olarak doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını açıklamakta yetersiz kalmaktadır (Yaşar, 2005: 24).

1.2.2. Uppsala Uluslararasılaşma Modeli (The Uppsala Internationalization Model)

Uluslararasılaşma modelleri firmaların uluslararası faaliyetlere yönelme sebeplerine ve şekline açıklık getirmekte ve bu tür firmaların davranışlarını kavramsallaştırmaya çalışmaktadır. Bu modeller, iktisadi bir yaklaşımı içermekle birlikte uluslararası pazarlamayı geliştirme modelleridir (Güllü, 2005: 143).

Bu modelle ilgili ilk araştırmalar genellikle İskandinav ülkeleri araştırmacıları tarafından yapıldığından Uppsala okulu referans verilmektedir. Uppsala Uluslararasılaşma Modeli, Uluslararasılaşmanın uluslararası kararlara yönelik evrimsel ve ardışık bir süreç olduğunu vurgular (Canitez ve Ecer, 2005: 410).

Bu model uluslararasılaşmayı ihracat faaliyetleriyle başlatmaktadır. Bu süreç dört aşamadan oluşmaktadır. Her bir geçilen aşamanın bir önceki aşamaya göre daha üst düzeyde gerçekleşeceğini savunmaktadır. Modele göre bu aşamalar şöyledir (Erkutlu ve Eryiğit, 2001: 157):

Birinci Aşama : İhracatta düzenli bir etkinlik yoktur.

İkinci Aşama : İhracat bağımsız acentalar tarafından yapılmaktadır.

Üçüncü Aşama : Yabancı ülke satış temsilciliğinin kurulması.

Dördüncü Aşama: Yabancı ülke üretim ünitelerinin kurulması.

Johanson ve Vahlne bu modeli ‘psikolojik yakınlık’ faktörü ile açıklamıştır. Onlara göre köken ya da pazar ülke işletme yöneticilerinin zihni yapısı ile uluslararasılaşma en iyi şekilde anlaşılabilir. Ülkeler arasında firma ile pazar arasında bilgi akışını engelleyen ve tahrip eden dil, kültür, politik sistem, eğitim düzeyi veya gelişmişlik düzeyi gibi faktörler bulunmaktadır. Bu bağlamda psikolojik olarak yakın olan yerler uluslararasılaştırma olarak daha uygun yerler olmaktadır (Andersen, 1993: 210).

Uluslararası faaliyetler genel bilgilerin yanında sağlam bir pazar bilgisi de gerektirmektedir. Pazarda yaşanan tecrübelerle pazar bilgisi sağlanmış olur. Bu bilgi birinden diğerine taşınabilir ve böylece firma pazarını genişletebilir. Yani pazar hakkında ne kadar çok bilgi sahibi olunursa o kadar iyidir ve pazara giriş kararından daha güçlü bir kaynaktır.

Buraya kadar olan süreçte adım adım gelişen bir pazara giriş kararı vurgulanmıştır. Ancak bunun istisnaları da olabilir. Mesala; üç istisnası vardır: Birincisi firma çok büyüktür ve çok büyük kaynaklara sahiptir bunula birlikte büyük adımlar atabilir. İkincisi pazar durgun ve homejendir, pazarbilgisi diğer tecrübelerden elde edilebilir. Üçüncüsü firma yeterli pazar bilgisine sahip olduğunda, bu bilgiler özel bir pazar için kullanılabilir (Erkutlu ve Eryiğit, 2001: 157).

Uppsala modeli direkt yabancı yatırımların neden yapıldığını konusunda gerçek bir açıklama getirmez ve şirketlerin neden ister istemez bir üretim şubesi olarak ileri basamağa terfi etmek zorunda olduğunu açıklamaz. Uppsala Modeli kendini kısıtlama isteği duyduğundan, daha fazla ileriye gitmemesi için uluslararası şirketlere de bir kontrol sağlar (Akben, 2008: 14).

1.2.3. Ürünün Hayat Devreleri Kuramı

Ürünün hayat devreleri teorisinde, teknolojik gelişmelerin uluslararası ticarete etkisi Raymond Vernon tarafından analiz edilmiştir. Vernon'un ürün dönemleri teorisi, teknoloji açığı teorisinin geliştirilmiş bir biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Bu teori temelde ürün geliştirme ve yenileme sürecinin durakladığı aşamaya doğru belli bir ürünün üretiminin zamanla daha basit hale geleceği düşüncesine dayanmaktadır. Vernon aynı zamanda bazı azgelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hızlı ihracat artışlarını açıklamaya çalışmıştır (Vernon, 1966: 190-191). Teori, temelde standartlaşmış bir teknoloji ile olgunluk dönemine ulaşan firmaların, kendi ülkelerinde pazarın doyması ile dış ülkelere gitme eğiliminde olduğunu vurgulamaktadır (Öztürk, 2004: 52).

Genel olarak Vernon'un ürün dönemleri teorisi; Neo-Klasik faktör donatımı kuramının, oligopolistik piyasa şartlarında firmaya ve uluslararası üretime uygulanmasıdır. Bu teoriye göre; ülkeler sahip oldukları faktör donanımlarını teknoloji veya bazı yeni teknikler sayesinde geliştirebilirler. Faktör donatımı, ülkelerin uluslararası ticaret yapma eğilimlerini belirleyen bir unsur olmasının yanında, firmaların uluslararası piyasalardaki rekabet gücünü de belirlemektedir (Grosse & Trevino Len, 1996: 149). Vernon'un ürün dönemleri teorisine göre herhangi bir ürünün hayat devresinde üç aşama vardır.

1.2.3.1. Yenilik Aşaması

Üretimin ilk dönemi olan yenilik aşamasında, yeni bir ürün geliştiren firma tekelci güce sahip olur ve çoğunlukla yerli piyasaya yönelik olarak üretim yapar. İlk süreçte ürün, öncelikle iç piyasa için ve iç piyasada üretilirken sonrasında dışpiyasalarda da satışa başlanmaktadır (Vernon, 1966: 196-197).

1.2.3.2. Olgunlaşma Aşaması

Standartlaşma evresi olarak adlandırılan bu aşamada, yeni geliştirilen ürünün

satışları ve bu satışlara bağlı olarak artan firma karları başka firmalar için söz konusu ürünü üretmeyi cazip hale getirecektir. Bu nedenle, ürüne ait teknolojiye diğer firmalar tarafından da ulaşılır ve ürüne yönelik üretici sayısı artar. Böylelikle, bu süreçte yeniliği ilk gerçekleştiren firma monopolistik üstünlüğünden kaynaklanan gücünü kaybedecektir. Ancak, firma rekabet üstünlüğünü; maliyetlerini düşürme ve/veya yeni pazarlama teknikleri geliştirme yoluyla tekrar elde etmeye çalışacaktır (Vernon, 1966: 196-197).

1.2.3.3. Nihai Aşama

Son aşama olarak da adlandırılan bu aşamada ürün, yeni olma özelliğini kaybetmiştir. Standartlaşan ürün piyasaya giren yeni firmalarca aynı teknikler ve teknoloji kullanılarak üretilebilmektedir. Bu nedenle maliyetleri düşürerek tekrar monopolcü güç elde etme eğiliminde olan firma için ucuz iş gücü çekici bir unsur olacaktır. Böylelikle, yabancı ülkelerdeki ucuz işgücü söz konusu firmaları bu ülkelerde yatırım yapmaya yönlendirecektir (Vernon, 1966: 198-199).

1.2.4. Endüstriyel Organizasyon Teorisi

Endüstriyel Organizasyon Teorisi Hymer ve Kindleberger tarafından geliştirilmiştir. Endüstriyel organizasyon teorisi ilk defa Hymer tarafından ortaya atılmıştır. Ancak çalışmasının yayınlanması gecikince bu teori ilk kez Kindleberger tarafından ele alınarak incelenmiştir (Demirel, 2006: 32).

Hymer, doğrudan yabancı sermaye yatırımları, teknoloji, bilgi birikimi, girişimcilik gibi faktörlerin de yatırımın yapıldığı ülkeye götürüldüğünü savunarak, doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile kaynakların ve transfer edilen hakmülkiyetinin değişmeyeceğini öne sürmüştür. Teori; yatırım yapılan ülkedeki yerli firmaların o ülkeye yatırım yapmayı düşünen yabancı bir firmaya oranla daha avantajlı olduğu varsayımına dayanmaktadır (Öztürk, 2004: 55). Uluslararası alanda yatırım faaliyetine girişecek olan firmaların, risk ve belirsizlik gibi olumsuzluklarla karşı karşıya olması, yabancı ülkede yatırım yapan bir firmanın kendine özgü bazı

avantajları olmasını gerekli kılar. Bu avantajlar yabancı piyasalarda yatırım yapmanın dezavantajını ortadan kaldıracak kadar büyük olmasının yanı sıra aynı zamanda ev sahibi ülke karşısında, uluslararası yatırımcıya bir üstünlük de sağlamalıdır (Toptaş, 1996: 21).

1.2.5. Eklektik Paradigma

Eklektisizm, kelime anlamı olarak seçmecilik anlamına gelmektedir. Farklı düşünce sistemlerinden seçilen öğelerin ayrı bir sistem içerisinde birleştirilmesini ifade eden bu yaklaşım, öğretilerin alındığı sistemlerin bütünü benimsmediği gibi aralarındaki çelişkiyi çözmeye de yardımcı olmaktadır (Apan, 2006: 6).

Dunning'in Eklektik Paradigma tezi daha önceki teorilerin bir birleşimi niteliğindedir ve uluslararası piyasalara ve çokuluslu şirket teorilerine daha az dayanır. Dunning'e göre eklektik paradigmanın ortaya çıkmasının nedeni; daha önce uluslararası üretim üzerine yapılmış olan Hymer – Kindleberger yaklaşımı, ürün dönemleri yaklaşımı ve içselleştirme teorilerinin yeterli olmayışıdır. Dunning 'in eklektik yaklaşımı doğrudan yabancı yatırımların niçin ve nereye yapılacağını belirleyen faktörleri açıklamaya yöneliktir. Yatırım yapacak ana firmanın yerli firmalara göre daha iyi durumda olup, bu firmalarla rekabet edebilir durumda olmaları gerekir. Transfer edilemez, hareketsiz olmaları sayesinde, üretimdeki farklılıklar nedeniyle farklı konum bileşenleri ortaya çıkmaktadır (Dunning, 2001: 174).

İlk olarak ulusal sınırlar içerisinde bağımsızca üretilen çıktının değeri, ürünün mülkiyeti konusunu ortaya çıkarmıştır. Daha sonra yatırımcı firmanın ürettiği çıktı, ulusal sınırları dışında ürettiği ürüne ilave edilmiştir. Ülkelerin rekabet avantajlarının önemi bu ilave olunan farklardan anlaşılmıştır. Firmaların ulusal sınırları dışındaki faaliyetlerini açıklamakta mülkiyet ve konum avantajları tespit edilir ve firmaların kaynak kullanımı kapasiteleriyle farklı konumlara erişebildikleri görülmektedir. Dunning'e göre bir firmanın yurt dışında üretim yapması şu üç koşula bağlıdır (2001: 175):

- Firmanın maddi ve maddi olmayan mal ve becerilere sahip olması

gerekir, böylece firma üretim yapacağı ülkedeki bilgi ve tecrübeye sahip yerli firmalarla rekabet edebilir. Bu da firma için mülkiyet avantajını oluşturmaktadır.

- Firmanın gideceği ülkede elde edeceği avantaj sayesinde kendi ülkesine yatırım yapmak, kaynak ülkede üretip ihraç etmekten daha karlı hale gelmelidir. Bu firma için konum avantajını oluşturmaktadır.
- Firmanın dış yatırım yapması; bu becerilerini satması, kiralaması veya lisanslamasından daha karlı olmalıdır. Bu ise firma için içselleştirme avantajını oluşturmaktadır.

Tüm bu koşullar Dunning'in OLİ adını verdiği Mülkiyet (Ownership), konum (Location) ve İçselleştirme (Internalization) avantajlarıdır.

1.2.5.1. Firmaya Özgü Mülkiyet Avantajları (Ownership)

Bu avantaj, “Niçin, (why?)” sorusunu cevaplamaya çalışır. Firma neden başka bir ülkede yatırım yapacak, karını arttırmak, maliyetlerini düşürmek için mi? Başka bir ülkede doğrudan yatırım yapmak için firmanın bazı avantajları olması gerekir. Çünkü yabancı bir ülkede yatırım yapma maliyetlerine katlanmak için bir sebep olmalıdır (Demirel, 2006: 38).

Doğrudan yabancı sermayeli yatırımlar [DYSY]'larına girişmeden önce, ÇUŞ'lar yabancı piyasalarda rekabet edebilmek için kendine özgü bazı özellikler geliştirmelidir. Bunlara örnek olarak ölçek ekonomileri, yönetim ve pazarlama bilgisi, AR-GE (araştırma geliştirme) kaynaklı gelişmiş teknoloji gösterilebilir. ÇUŞ'lar genellikle bunların hepsine sahip olabilmektedirler. Yabancı yatırımcılar yerel piyasa şartları hakkında daha az bilgili olmaları, yüksek taşıma ve iletişim giderleri yüzünden yerel rakiplerine göre karşılaştırılmalı dezavantajlara sahiptirler (Değer, Emsen ve Gerni, 2006: 145).

Firmaya özgü mülkiyet avantajları ikiye ayrılmaktadır (Dunning, 1988: 20):

- Bir firmanın faaliyet gösterdiği piyasa şartlarından elde edilen avantajları, yetenek ve hakları da kapsadığı için bunlara varlığa dayalı

avantajlar denir. Teknoloji, know-how veya bilgi gibi yenilikiçeren faaliyetlerin tümünü içerisine alan özellikler ve girdi ile ürün piyasalarına erişimde monopol gücüne sahip olmaktan kaynaklanan özellikler varlığa dayalı avantajlar olarak nitelendirilmektedir.

- Firmanın üretim kapasitesi ve faaliyet alanlarının genişliğinden kaynaklanan avantajları içermekte olan avantajlar ise işlemsel avantajlar olarak adlandırılmaktadır. Ölçek ekonomileri, finansman sağlama gibi firma büyüklüğünden kaynaklanan özellikler, işlemsel avantajlar olarak nitelendirilmektedir.

1.2.5.2. Konumsal Avantajlar (Location)

Bu avantaj, “Nerede, (where?)” sorusunu cevaplamaya çalışır. Firmanın nerede yatırım yapacağı, başka bir ifade ile yatırım yapılacak ülkenin seçimi çok kompleks ekonomik, sosyal-kültürel ve politik faktörlere bağlıdır (Dunning, 1988: 20).

Bu bağlamda yatırım yapılan ülkeye ait avantajlar üçe ayrılır:

Ekonomik avantajlar: Üretim faktörlerinin ev sahibi ülkedeki nitelik ya da nicelik üstünlüğü olabileceği gibi, piyasa büyüklüğü-hacmi veya nakliye-haberleşme maliyetlerindeki üstünlükler de olabilir.

Sosyal (kültürel) avantajlar: Yatırımcı ülke ile ev sahibi ülke arasındaki ilişkileri ifade etmektedir. Bu ilişkilerin yakınlığını, iki ülke arasındaki dil veya kültür yakınlığı ile ev sahibi ülkenin yabancılara ve serbest girişime karşı genel tutumu gibi özellikler belirlemektedir.

Politik avantajlar: Doğrudan yatırımla ilişkili tüm politikaları kapsamaktadır.

1.2.5.3. İçselleştirme Avantajları (Internalization)

Bu avantaj, “Nasıl, (How?)” sorusunu cevaplamaya çalışır. İhracat, lisans

anlaşmaları ya da frenchising yolu ile mi? Yada ortaklık veya tamamen sahip olunan kendi firması ile mi? Her birinin içerdiği risklerin yanında firmanın hangi metodu tercih edeceği önem kazanmaktadır (Apan, 2006: 19).

ÇUŞ'un mülkiyet avantajı nedeniyle elinde bulundurduğu varlıklarını lisans verme, franchise anlaşması yapma gibi yöntemlerle ev sahibi ülke firmalarına kullandırmak yerine kendi kuracağı yavru şirket ile yerel piyasada faaliyet göstermeyi tercih etmesidir. Ev sahibi ülke firmaları ile lisans anlaşması yapmanın farklı bir hukuki ve idari yapıya daha kolay uyum sağlama, piyasaya giriş maliyetlerini düşük tutma gibi avantajları olmasına rağmen; ÇUŞ'lar tarafından lisans yoluyla kullanılan teknolojinin, taraflar arasında bir uyuşmazlık ortaya çıktığında lisans alan firma tarafından taklit edilebilme riski, lisans anlaşmasına konu olan teknolojinin veya know-how'un nitelikli işgücü tarafından kullanılması gerekliliği gibi faktörler nedeniyle doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları [DYY], lisanslamaya tercih edilebilmektedir (Dunning, 1988: 2-3).

Yukarıda sayılan ve ÇUŞ tarafından bir bütün olarak değerlendirilen avantajlar ÇUŞ'un bir ülkede yatırım yapmasında etkili olmaktadır. Mülkiyet avantajı (O) veri olarak kabul edildiğinde, konumsal avantaj (L) ve içselleştirme avantajının (I) bulunup bulunmamasına göre ÇUŞ'un uluslararasılaşma stratejisi farklılık göstermektedir. ÇUŞ'lar sahip oldukları avantajlara göre ihracat yapmayı, ev sahibi ülkeden bir firma ile lisans anlaşması yapmayı, ev sahibi ülkede bir dağıtım şirketi kurmayı veya DYY yapmayı tercih etmektedirler (Apan, 2006: 21).

OLI paradigması, ÇUŞ'ların DYY yaparken dikkate aldıkları faktörleri, ÇUŞ'ların firmaya özgü avantajlarını vurgulayarak açıklamaktadır. Bu teori ÇUŞ'ların neden DYY yapmayı ticarete tercih ettiklerini anlayabilmek açısından yararlıdır.

1.2.6. Yatırım Kalkınma Yolu Aşamaları Teoremi

Yatırım kalkınma yolu aşamaları teoremi Dunning'in Eklektik paradigmasına dinamik bir yaklaşım getirmektedir. Eklektikparadigmada makroekonomik

değişkenler, analizin küçük bir bölümünü oluştururken; kalkınma yolu asmaları yaklaşımında, söz konusu değişkenler geniş yer tutar (Açıklan, 2007: 86).

Yatırım Kalkınma Yolu Teoremi'nin temel hipotezi; ülke gelişirken yabancı şirketlerin ve yerel şirketlerin de durumunun değişeceği'dir. Bu durum doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının içeriye ve dışarıya doğru akımları üzerinde bir etki meydana getirecektir. Bunun yanında, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının iç ve dış akımlarındaki bu değişiklik, mevcut ekonomik yapıyı da etkiler, diğer bir deyişle ülkenin mevcut ekonomik yapısı ile doğrudan yabancı sermaye yatırımları arasında dinamik bir ilişki söz konusudur (Çınar, 2007: 45).

Bu görüş, doğrudan yabancı sermaye yatırımı teorilerine yeni bir yaklaşım getirmektedir. Dunning ve Narula (1996)'ya göre yatırım kalkınma yolu yaklaşımında gelişmenin beş aşaması olduğu düşünülmektedir (Toptaş, 1996: 28).

Birinci Aşama

Birinci aşama endüstri öncesi ile ilgilidir. Bu aşamadaki ülkelere doğal kaynaklara olan yatırımlar dışında hemen hemen hiç yabancı yatırım yapılmamaktadır. Bu ülkelerde yurt içi piyasalar çok küçüktür, altyapı yetersizdir, yoğun bir şekilde eğitimsiz işgücü vardır ve piyasanın yasal ve ticari altyapısı gelişmemiştir.

İkinci Aşama

Bu aşamada hükümet tarafından yürütülen politika kombinasyonları ile sağlanan bölgesel avantajlar sonucunda, içeriye dönük doğrudan yabancı sermaye yatırımları büyür. Büyüme yurt içindeki tüketici malları piyasasının canlanmasına neden olurken diğer yandan da; taşımacılık, iletişim ve inşaat gibi sektörlerde de hareketlenmeye yol açar.

Üçüncü Aşama

Yerel firmaların sahiplik avantajlarının gelişmesi ve üretim maliyetlerinin ücretlerdeki artıştan dolayı artması, içe dönük doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının azalmasına ve dışa dönük yabancı yatırımların artmasına neden olur (Gorg, 2000: 35).

Sonuç olarak net içe dönük doğrudan yabancı sermaye yatırımları azalmaya baslar. İşgücü yoğun endüstrilerde karşılaştırmalı üstünlük azdır.

Dördüncü Aşama

Dördüncü aşamadaki ülkeler net dışa yönelik yatırımcı ülkelerdir. Bu aşamada dışa yönelik doğrudan yabancı sermaye yatırımı, içe dönük doğrudan yabancı sermaye yatırımlarından daha hızlı büyümektedir. Bu durumda yerel firmaların yurtiçi ve yurtdışı firmalarla rekabet edebilmek için sahiplik avantajını kullandığı anlamına gelmektedir.

Beşinci Aşama

Yatırım gelişim dönemleri yaklaşımında beşinci aşamanın varlığını ilk kez Dunning, 1986 yılında ortaya koymuştur. Beşinci aşama 1980'lerin ortalarında gelişmiş ülkelerdeki doğrudan yabancı sermaye yatırımı stoğu dengesini açıklama zorluğu dolayısıyla ortaya çıkmıştır (Gorg, 2000: 37).

Bu yaklaşıma göre, bütün ülkeler aynı gelişim aşamalarını izleyecektir. Devletin ekonomik faaliyetlerdeki rolü tarafından her ülkenin yatırım kararındaki kaynak yapısı, piyasanın büyüklüğü, ekonominin gelişim stratejisini belirlenmektedir. Bir ülkenin kaynak yapısındaki karşılaştırmalı üstünlüklere ya da temel mallarda mutlak üstünlüklere sahip olması durumunda; bu ülkedeki yerli firmalar bu varlıkların işletilmesiyle önemli ölçüde mülkiyet avantajına sahip olacaktır. Bu kaynakları içselleştirme isteğinde olan çokuluslu şirketler tarafından büyük ölçüde yabancı yatırım ülke için de yapılmış olmaktadır (Ongan, 1998: 74).

Dunning yerelleşme avantajının, varlıklarla ve öncü ülkelerdeki firmalarla artan şekilde ilişkili olduğunu, sahiplik avantajının da daha çok işlem tabanlı ve daha az varlık tabanlı dördüncü aşama ülkeler ile ekonomik ve teknolojik yakınlaşmanın etkisi ile olduğunu düşünmektedir (Dunning, 2001: 55).

1.2.7. Türkiye’deki Turizm Sektörüne Yönelik Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Eklektik Paradigma Yardımıyla Açıklanması

Eklektik paradigmayı oluşturan OLI değişkenleriyle turizm sektörü üzerinde çalışmalar yapılmıştır. ÇUŞ’ların geleneksel yaklaşımına baktığımızda konum açısından yalnızca dönemlik maliyetler ve genellikle işçilik maliyetlerinin incelendiğini görmekteyiz. Bunlara turizm dönemlerinde, kültür, çevre, misavirperverlik geleneği ve diğer soyut kavramlar dahil olmaktadır (Buckley ve Casson, 1981:6).

Eklektik teoriye göre bir ülkedeki turizm kuruluşları diğer ülkelerdeki firmaları rekabet veya mülkiyet avantajları açısından yakalayana kadar ana merkezleriyle birlikte sınırları dışında üretime başlamalıdır ve yabancı ülkede bulunan mobil varlıklarla hareketsiz faktör donanımının birleştirilmesinin daha karlı olacağı ortaya çıkmıştır. Pazarı içselleştirmek amacıyla ele geçirmek, firmalara ekonomik yarar sağlayacak ve onları çokuluslu şirket haline geleceklerdir. İçselleştirme avantajlarının başarılmasının yolu uluslararası turizmden bu bağlamda özellikle oteller üretim ve diğer hizmet sektörlerinden oldukça farklı olmaktadır. Yasal kontroller ile varsayılan yararlar çoğu yabancı firma şubeleri için ortaya konulurken, yararların çoğu aynı zamanda otel sektörüyle yapılan anlaşmalarla elde edilebilir (Buckley ve Geyikdağı, 1996: 7).

1.3. Turizm Yatırımının Tanımı

Ekonomik anlatımı ile turizm yatırımları; genellikle proje bazında karlılığı düşük, ancak milli ekonomi açısından yüksek geri dönüşümler sağlayan, katma

değeri ve istihdam etkisi yüksek yatırımlar olarak kabul edilmektedir (Olalı & Timur, 1988: 13).

Turizm yatırımları; turistlerin konaklama, yeme-içme, dinlenme ve eğlenme gereksinimlerini karşılamaya yarayan tesis arazi ve araçların tümüdür. Ülkelerarası ve ülke içinde gerçekleşen bu yatırımların ortak özellikleri özellikle ekonomi açısından büyük önem taşımalarıdır (Altıntaş, 1988, s. 51).

Turizmde yatırım, turizm işletmesinin amacı olan faaliyetlerin tatmin edici koşullar içinde yürütülmesi, geliştirilmesi, rekabet gücünün korunabilmesi vb. için, bir yıldan uzun bir süre kullanılabilir sermaye mallarının (sabit varlıklar) temin edilmesi ve faaliyetlerin aksamadan sürdürülebilmesi için gerekli döner sermaye (işletme sermayesi) varlıklarının satın alınmasıdır (Olalı ve Korzay, 1989: 55).

Turizm yatırımı, sermayenin turizme hizmet verecek tesislere veya organizasyonlara dönüştürülerek üretilen hizmetlerin toplamıdır (Güvemli, 2001, s. 13). Devlet Planlama Teşkilatı'nın Özel İhtisas Komisyonu raporunda yapılan tanımlamaya göre; turizm yatırımları, geri dönüşümü uzun vadeli, sermaye, hasıla oranı yüksek, siyasal, sosyal, doğal ve ekonomik olaylara karşı oldukça duyarlı dolayısıyla da girişimciler için fazla cazip olmayan riskli yatırımlardır (DPT, 2000).

1.3.1. İçselleştirme Konusu

İçselleştirme yaklaşımı önemli bir şekilde turizm hizmetlerinde yatay ve dikey bütünleşmeler ile açıklanmaktadır. Turizm hareketlerinin bütünleşmenin kontrolü altındaki çeşitli aşamaları, çokuluslu turizm şirketlerinin turizm akımlarını planlaması, koordinasyonu ve denetim altına alması ile oluşmaktadır. Eğer turistlerin çeşitli ürünlere kolaylıkla erişebilmesi sağlanırsa, çokuluslu şirketler ölçek ekonomileri, taşıma araçları ve otellerin yüksek doluluk oranları ve maliyetleri düşürmeyi başarabilirler (Buckley & Geyikdağı, 1996: 6).

İçselleştirme yaklaşımının DYY'lere en büyük katkısı, yatırımcıların neden lisans anlaşmaları, yönetim anlaşmaları gibi yollar yerine DYY'leri tercih ettiklerini açıklamasıyla sağlamıştır.

1.3.2. Mülkiyet Konusu

Turizm ürünleri, deneme malları olarak anılmaktadır; müşteriler satın aldıkları ürünü görmezler, fakat satıcının üreticinin garantisine güvenirler. Tur operatörünün saygınlığı veya otel zincirinin markalaşmış olması da bir çeşitgarantidir. Bu nedenle, çokuluslu turizm şirketlerinde marka önemli bir mülkiyet avantajı sağlamaktadır (Buckley ve Geyikdağı, 1996: 7).

Ürünün bilgisi, genellikle aynı pazarlarda çalışılması sonucu turistlerin ve çokuluslu turizm şirketlerinin her ikisinin de aynı veya benzer gelişmiş ülkelerden kazanılmaktadır. Örneğin, bir otel zinciri bu bilgiyle otel sektörüne yeni giren diğer firmalardan daha düşük işlem maliyetleriyle yeni otel girişimlerinde bulunup, pazarını büyütebilir. Bir başka örnek olarak, Türkiye'deki çokuluslu turizm şirketleri özellikle çoğu uluslararası turizm ile uğraşan çokuluslu şirketler, bu ülkelerden daha çok turist ve gelişmiş yerli bir otel endüstrisinin oluşturduğunu göstermektedir. Üretim sektöründeki çokuluslu şirketler gibi, turizm sektöründekiler de genişleyen yapılarıyla yükselen ölçek ekonomilerinin farkına varmışlardır. Büyük uçaklarla taşımacılığın gerçekleştirilmesi veya küçük oteller yerine büyük otellerde konaklamanın sağlanması koşuluyla birim maliyetler düşecektir. Türkiye'de uluslararası oteller yerlilerden daha büyük ve konforlu olmaları sonucunda ölçek ekonomilerinden daha çok yararlanılmasını sağlamaktadır (Buckley ve Geyikdağı, 1996: 8).

1.3.3. Konum Faktörleri

İlk ve en belirgin konum avantajı, belirli bir yerdeki turizm talebinin büyüklüğünü belirleyen tüm avantajlardır. İkinci en büyük konum avantajı ise, turizm için gereken altyapıdır. Özellikle 1980'den sonraki hükümetler turizm bölgelerinde yeni yolların açılması, yeni havaalanları yapılması, elektrik, su, telefon altyapılarının sağlanması gibi birçok altyapı yatırımı için önemli miktarlarda yatırım yapmıştır. Bu gelişmeler yatırımcıların içinde buldukları tereddütlerden kurtulmalarını sağlamıştır (Buckley ve Geyikdağı, 1996: 8).

Üçüncü avantaj ise, mevcut olan ve kaliteli girdilerdir ki buna personel dahildir. Birçok turizm bölgesinde uzman kalifiye eleman bulmanın zor olmasından bahsedilmesine rağmen, bu sıkıntıyı çalışanlarını eğitimden geçirmeleri ile atlatmaktadırlar. Ayrıca ev sahibi ülkenin siyasi, ekonomik ve sosyal istikrarı da doğrudan yabancı yatırımları etkileyen faktörlerdendir(Buckley ve Geyikdağı, 1996: 9).

1.4. Turizm Yatırımlarının Özellikleri

Turizm sektörü yatırımları, dolayısıyla turizm tesis ve işletmeleri, diğer ekonomik işletmelerden farklı olarak belirli özellikler taşırlar.

Turizm yatırımlarının belirgin özelliklerini şöyle sıralamak mümkündür (Barutçugil, 1986: 34, Avşar, 1994:10):

- Bir turizm yatırımının hazırlık döneminde getiri sağlaması, diğer sektörlerle oranla daha kısa dönemlidir.
- Turizmde verimlilik diğer sektörlerle göre daha yüksektir.
- Turizm sektöründe bir kişiye iş başlangıcı için yapılan maliyet diğer sektörlerle göre oldukça ucuzdur. Daha geniş istihdam imkanları yaratmaktadır.
- Turizmin gelişmesi altyapının da gelişmesine ve etkin bir biçimde kullanılmasına neden olmaktadır.
- Diğer sektörlerle oranla kalkınmanın temel şartı olan döviz girdisini daha az riskle sağlamaktadır.
- Refah seviyesinin ve gelirin yaygınlaşmasını sağlamaktadır.
- Çevre ve doğal kaynakların sürdürülebilirliğini arttırmaktadır.
- Ülkenin toplumsal ve kültürel geleneklerine, bölgesel özelliklerine ve el sanatlarına ilgi ve yönelişi sağladığından, toplumlar arasında bulunan tarihsel olumsuzlukların ortadan kalkmasına ve dolayısıyla uluslararası ilişkilerin gelişmesine ve dünya barışının sağlanmasına önemli katkıda bulunmaktadır.
- Turizm tesisleri altyapı yatırımlarına (bina, arsa) bağlı olduğundan sabit sermaye miktarı diğer sektörlerle oranla yüksektir.
- Turizm sektörü emek yoğun bir sektördür.

•Turizm işletmelerinin bina, arsa teçhizat gibi sabit sermaye yatırımlarından oluşması, beraberinde işletme döneminde sabit giderlerin yüksek olmasını getirmektedir.

•Turizm yatırımlarının planlaması aşamasında turistik bölgenin taşıma kapasitesi ve çevresel etki değerlendirilmesinin yapılması gerekmektedir.

1.4.1. Sabit Sermaye Yoğunluğu

Konaklama işletmeleri turizm yatırımları içinde sabit sermaye miktarının diğer endüstrilere göre çok fazla olduğu yatırımlardır. Bunun ana nedeni, turizm tesislerinin arsa, bina,teçhizat üçlüsüne bağlı olmasıdır.

Turizm yatırımlarının en önemli kısmı olan sabit sermaye yoğunluğu oranı % 64, Demir Çelik Endüstrisinde %50, Kimya Endüstrisinde % 42 iken, otelcilik endüstrisinde otel binasının sahibi işletmeci ise bu oran % 94'tür (Şenel, 2007, s. 7). Turizm yatırımlarındaki bu sabit sermaye yoğunluğu özellikle sermayenin rantabilitesi yönünden önemli bir faktördür. Bu nedenle rantabilite değerlendirilme sinde bu husus göz ardı edilmemelidir. Bir turizm yatırımının net işletme kârlılığı esas itibariyle;

- i) Uygulanacak tarifelere
- ii) Yıllık doluluk oranlarına
- iii) İşletme giderleri düzeyine bağlıdır (Olalı, 1990: 340).

Turizm alanında yapılan yatırımlar sonucunda oluşan tesisler büyük ölçüde arsa, bina ve teçhizat ölçüsüne dayanmaktadır. Bu nedenle sabit sermaye yoğunluğu oldukça fazladır. Bu durum tesisler hizmete girmeden önce yatırımcı tarafından gerçekleştirilecek ve finanse edilecek bölümün, toplam yatırım tutarı içindeki payını arttırmaktadır. Yatırımcı, yatırım kararı ile ilgili çalışmalarında bu durumu dikkate almak zorundadır (Tutar, 1990: 32).

1.4.2. Emek Yoğunluğu

Turizm işletmeleri hizmet üreten işletmeler olduğundan, faaliyetlerin hemen hemen tamamına yakın bir kısmı insan unsuru tarafından gerçekleştirilmektedir. Turizm sektörünün bir diğer özelliği, makineleşme ve otomasyona elverişli bir sektör olmamasıdır. Yapılan üretimin hizmete dayalı olması, emeğin ikamesini büyük oranda olanaksız kılmakta ve bu üretim faktörünün önem kazanmasına neden olmaktadır. Bu yüzden de turizm sektörü emek-yoğun üretim yapan bir sektör olarak adlandırılmaktadır (Kahraman, 2010: 179).

Turizm işletmeleri otomasyon imkanlarının çok sınırlı olarak uygulanabildiği işletmelerdir. Öte yandan turizm işletmeleri yapıları gereği kişisel ve ancak insanlar tarafından üretilebilecek hizmetleri gerektirmektedir (Örneğin barmenler, aşçılar, turist rehberleri, garsonlar gibi). Ancak sürekli değişen ve gelişen teknoloji sayesinde, turizm endüstrisinde ve dolayısıyla konaklama işletmelerinde emek yoğunluğu bir ölçüde de olsa azalmaya başlamıştır. İki ya da üç kişinin yapacağı bir işi yeni teknolojik makineler sayesinde tek bir kişi yapabilmektedir (Cinnioğlu, 2006: 34).

1.4.3. Sabit Giderlerin Yüksek Oluşu

Turizm işletmeleri faaliyete geçtikten sonra, toplam giderler içinde büyük bölümün sabit giderlerden oluştuğu görülmektedir. Turizm işletmelerinde özellikle yatırımın gerçekleşmesinden sonra işletme aşamasında sabit giderler çok yüksektir (Kahraman, 2010: 47). Bunun ana nedeni; enerji, bakım, personel, amortisman ve benzeri giderlerin kapasite doluşundan bağımsız olarak süreklilik göstermesidir. Sabit giderlerin yüksek oluşu kara geçiş noktasının, satış hasılatı ve kapasite kullanım oranı ilişkisini daha da önemli duruma getirmektedir. Yatırımcı, yatırım kararı ile ilgili çalışmalarında bu durumu dikkate almak zorundadır.

1.4.4. Alt Yapı-Tesis ilişkisi

Turizm sektörü, birçok sanayi sektörüne bağımlılığı dolayısıyla, geliştirilmesi halinde uyarıcı ve sürükleyici etkiler yaratan bir sektördür. Turizm talebinin niteliğine ve boyutlarına bağlı olarak yeni ve çeşitli altyapı yatırımlarının yapılması, mevcutlarının geliştirilmesi, tarımsal ve sanayi üretimin arttırılması, haberleşme ve ulaştırma sistemlerinin iyileştirilmesi, ticaret ve hizmet işletmelerinin etkinlik kazanması turizmin gelişmesine bağlı olarak beklenen gelişmelerdir. Bu durum, turizm sektörünün ekonomik boyutlarını ve etkilerini tam anlamıyla ölçmeyi son derece zorlaştırmaktadır (Özdemir, 2009: 129).

Alt yapı tesislerinin tam olmadığı bir yörede konaklama kapasitesinin genişliği bir anlam ifade etmeyecektir. Böyle bir yerde yapılan turizm yatırımının kârlı olması imkansızdır. Yine aynı şekilde konaklama tesisleri olmadan alt yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi turizm açısından bir getiri sağlamayacaktır (Altıntaş, 1988: 225; Kahraman, 2010: 47). Ülkemizde turizmle ilgili alt yapı kamu sektörü, üst yapı tesislerinin de özel sektör tarafından yapılması prensibi benimsenmiştir.

1.4.5. Endirekt Rantabilite

Turizm yatırımlarının gerçekleşmesi sonucunda sağlanan verim, direkt işletme gelirleri ve istihdam etkisi ile direkt döviz gelirleri şeklinde tanımlanmakta ise de, buna ek olarak ve direkt verimin birkaç misli oranında bir gelir etkisi mevcuttur. DPT'nin araştırmalarına göre çoğaltan etki katsayısının turizm sektöründe 3-4 gibi, diğer sektörlerden yüksek oluşu, katma değer yüzdesinin birçok durumda üretim değerinin %75-80 oranına varması, turizm yatırımlarının dolaylı rantlarını çok yükseltmektedir. Başka bir deyişle, turizm sektörü yatırımlarının ulusal ekonomiye olan katkıları ve sosyal karlılıkları yüksektir ve diğer sektörlerden daha fazladır (Cinnioğlu, 2006: 35).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TÜRSAB] tarafından yapılan araştırmalara göre, acentalar aracılığıyla gelen turistlerin yaptığı toplam harcamaların %13,4'ü konaklama işletmelerine, %39'u yiyecek-içecek işletmelerine,

%10,3'ü ulaştırma işletmelerine, %2,6'sı eğence işletmelerine gitmektedir (www.tursab.org.tr, 2011).

1.4.6. Turizmde Talep - Yatırım ilişkisi

Bir ülkeye veya bölgeye turizm talebinin olması, gelen turistlerin önemli harcamalarda bulunması ve bunların sonucunda olumlu yönde ekonomik ve sosyal sonuçların ortaya çıkması, devleti ve özel girişimcileri ülkeye veya turizmin potansiyelinin bulunduğu bölgeye daha fazla turist çekmek için turizm alanında yatırımlar yapmaya yöneltecektir. Yani turizm talebinin artması, talebin gerçekleştiği ülke veya bölgede turizm arzını da artıracaktır (Afşar, 2007: 479).

Turizmin yatırımları teşvik etkisinin yanı sıra ülkelerin turizm sektörüne yapacakları yatırımla elde edecekleri gelirin, diğer sektörlere yapıldığı zaman elde edileceği öngörülen gelir ile kıyaslanması da turizmin fırsat maliyeti olarak adlandırılır (Akoğlu, 1970:22). Bir ülkede iktisadi sorunun kendisini göstermesi, o ülkede kıt kaynakların alternatif kullanım olanakları arasında bir seçim yapılmasını gerekli kılmaktadır. Ancak, çeşitli kaynaklar arasında seçim yapılması seçilmeyen kaynakların feda edilmesi ya da kullanılmaması anlamına gelmektedir. Bir Şeyden biraz daha fazlasını istemek, başka bir Şeyden daha az miktara sahip olmayı gerektirir ki bu durum, ekonomi literatüründe fırsat maliyeti yada alternatif maliyet olarak adlandırılmaktadır. Kısaca bir malın fırsat maliyeti, o malın üretimini bir birim arttırmak için gereken kaynakları serbest bırakmak üzere, başka bir malın üretiminden vazgeilmesidir (Bahar ve Kozak, 2006: 48-148).

2020 yılına doğru turizmde talep hacminin tüm dünyada 1.602 milyon kişi gibi çok büyük bir rakama ulaşacağı öngörülmektedir. Böylesi bir talep artışının arz cephesini de ciddi lde sarsması ekonominin doğal mekanizması içinde beklenir bir durum olacaktır. Dolayısıyla talepteki genişleme arz piyasasında da Őiddetli bir rekabeti beraberinde getirecek, hem dünyadaki diğer ülkelerin hem de Türkiye'nin yatırım kararlarını ve planlarını yeniden ve daha ciddi bir Şekilde gözden geçirmelerine neden olacaktır. Çünkü turizm sektörü, Türk ekonomisinde önemli bir görev üstlenmiştir ve ilerleyen yıllarda ekonominin en önemli sektörü olmaya

adaydır (Eren, 2008: 55). Nitekim son yıllarda turizm sektöründe talebin arttığı ve yatırımların da o oranda yükseldiği görülmektedir.

Yatırım projelerinin hazırlık aşamalarında talep ile ilgili çalışmalar yapılmaktadır. Fakat turizmde talep birçok rasyonel olmayan etkenlere dayandığından, bu etkenlerin etkilerinin ölçülmesi oldukça güçtür. Çünkü turizmde talep daha çok sosyo-ekonomik ve sosyo-psikolojik unsurların etkisi içindedir. Bu etkenlerin ise katsayı olarak hesaplara dahil edilmesi pek mümkün olmamaktadır. Bu nedenle turizmle ilgili pazarı çok yakından izlemek ve tüketicinin eğilimini yansıtırıcı çalışmalar yapmakta yarar görülmektedir (Cinnioğlu, 2006: 37).

İç ve dış turizm talebi ekonomik etkenlerin yanında kalite, moda, gösteriş, tüketim eğilimi, snobizm (sürekli daha iyiye ve güçlü olmaya ulaşmak isteyen kişilerin benimsediği kültür), sosyo-psikolojik gibi unsurlar turizm talebi etkileyicilerindedir. Bu unsurların ekonomik modellere dahil edilmesi, pazar etütlerinde tam anlamı ile değerlendirilmesi çok zordur. Bundan dolayı, turizm talebi faktörü, turizm projelerinde titizlikle ve önemle ele alınması gereken bir durumdur (Çetinkaya, 2007: 107).

1.4.7. Alternatif Sektörler Mukayesesi

Turizm sektörü yatırım projelerinin sektörler arası alternatif değerlendirmesini, makro ekonomik tahliller yerine, mikro ekonomik tahliller yapmak, işletme ekonomisi kapsamında projeleri kendi aralarında mukayese etmek daha uygun olacaktır. Turizm yatırımlarının ulusal ekonomiye olan katkıları yüksek, sağladıkları işletme karlılıkları diğer sektörlerle oranla daha az olduğu için, bu projelerin değerlendirilmesinde alternatif projeler ilkesi yer almalı ve en uygun görülen proje ve projelerin teşvik tedbirlerinden gereğince yararlandırılmaları esas alınmalıdır (Barutçugil, 1992: 26).

1.4.8. Fiziksel Planlamanın Önemi

Turizm yatırımlarında fiziksel planlamanın önemi büyüktür. Sürdürülebilir

turizmin geliştirilmesi için de turizmin fiziksel planlanmasında mekanın rasyonel şekilde kullanılması gerekmektedir.

Fiziksel altyapı, bir yerleşim merkezinde devamlı oturanların yararlandıkları su, enerji, yöre içi ulaşım ağı, kanalizasyon sistemi, temizlik ile ilgili tesis ve araçlar, otoparklar, spor tesisleri, toplantı ve kongre tesisleri, haberleşme sistemleri gibi altyapı tesis ve hizmetleri, ulaştırma sisteminin gereği olan altyapı ve turizm endüstrisinin kurulması ile ilgili temel ihtiyaçları karşılayan altyapıdan oluşur. Fiziksel altyapıya yeterli ölçüde sahip olmayan bir yere turizm yatırımlarının yapılması oldukça güçtür. Turizm arzı, bir ön koşul olarak fiziksel altyapı olanaklarına bağlıdır. Bu altyapı olanaklarının bir yönünü ulaştırma, diğer yönünü turizm yöresindeki altyapı oluşturur. Turizm yatırımlarındaki gelişme, altyapı gelişimini hızlandırıcı bir etki gösterir (Kahraman, 2010: 52).

Fiziksel planlamada amaç turizm yatırımlarının diğer sektörlere zarar vermeksizin yerleşimini sağlamaktır. Ayrıca yerleşim yeri olarak seçilen yörenin sosyo-ekonomik yapısı ile olacak etkileşimin sonuçlarını da göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Ülkemizde fiziksel planlama konusuna açıklık getirmek ve kuruluş yeri seçimini kolaylaştırmak amacıyla “turizm bölgesi, turizm alanı ve turizm merkezleri” ayrımlarına gidilmiştir. Bu durum hiç değilse yatırımların alt yapı ile olan rekabetini azaltacaktır (Özdemir, 2009: 129).

1.4.9. Turizm Yatırımlarında Sürdürülebilirlik İlkesi

Turizm yatırımlarında sürdürülebilirlik ilkesi, yatırımların çevre değerlerini bozmadan, hatta geliştirici yönde tasarlanması ve gerçekleştirilmesi demektir. Bu ilkenin uygulanması sayesinde, turizm yatırımları bugünkü kuşakların ve gelecekteki nesillerin turizm istemlerine aralıksız ve nitelikli bir biçimde hizmet sunabilme olanağı sağlamaktadır (Özdemir, 2009: 115).

Turizm yatırımında esas nokta, yatırım projelerini uygulanabilir ve

sürdürülebilir kılacak teşviklerin ve yatırımların arttırılması adına çalışmalara yoğunlaşmaktadır.

Turizm sektöründe teşviklerin, Türkiye turizm stratejisi-2023 ve hazırlanacak master planlarına uygun olarak turizm türlerine, yörelere ve zamana göre belirlenmesi gerekmektedir (Özdemir, 2009: 115-116).

Turizm yatırımları esnek ve gelişmeye açık olmalıdır. Turizm sektöründe zaman içinde oluşabilecek dalgalanmalarda etkisiz kalmamak, doğadaki dengeye zarar vermemek için kaynaklar hiçbir zaman maksimum oranda kullanılmamalıdır. Yapılacak her atılım kademelendirilip, her kademe sonunda araştırmalar yapıp istenilen oranda başarıya ulaşıldığı ya da doğaya verilen zararlar belirlenip devamındaki adımlara kaynak teşkil edilmelidir (Gülhan, Torlak, ve Atay, 2012: 136).

1.5. Turizm Yatırımlarının Türleri

Turizm sektörü yatırım kavramı, yerli ve yabancı turistlerin konaklama, yeme, içme, eğlence, dinlenmeye yarayan tesisleri ve işletmeleri içine almaktadır (Ünlüönen ve Kılıçlar, 2004: 138; Kahraman, 2010: 17; Altıntaş, 1988: 51).

Turizm yatırımlarının ortak hedeflere sahip olması ve bir bütün oluşturması, turizm sektörüne aynı zamanda bir entegre endüstri özelliğini kazandırır. Yatırımların gerçekleştirilmesiyle sektörde oluşturulan çeşitli tesisler, seyahat ve turizm endüstrisinde yatırımların sınıflandırılmasında yol gösterici olmaktadır. Turizm sektöründe alt yapı, üst yapı ve tamamlayıcı hizmet yatırımları olmak üzere farklı şekillerde sınıflandırılır (Yağcı, 2003: 165; Olalı, 1982: 7).

Turizm yatırımları içerik olarak; altyapı yatırımları, konaklama yatırımları ve tamamlayıcı (destek) yatırımları olmak üzere üç grupta incelenmektedir.

1.5.1. Alt Yapı Yatırımları

Turistik talebi karşılamaya hazır hale gelebilmek için öncelikle alt yapı, ulaştırma ve diğer yerel hizmetler bakımından hazır olmak gerekir. Bu sebeple özellikle gelişmekte olan ülkeler bakımından alt yapının yeterli hale gelmesi ile turizmin gelişmesi arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır (Seviğ, 1995: 8; Şahin, 1990: 62). Alt yapı yatırımları devletin sosyal işlevleri içerisinde ele alınmakta ve görünmeyen hizmetler olarak, hem halkın yararlanması hem de ekonomik gelişme amacıyla gerçekleştirilmektedir. Turizmin altyapı üzerine olan etkisini net olarak belirlemek oldukça zordur. Çünkü bölgeler yapılan yatırımların ne oranda turizmle ilgili olduğunu belirlemek mümkün değildir. Ancak turizmin gelişmesine paralel olarak alt yapıda da bir iyileştirmenin olacağı muhakkaktır (Kozak, Akoğlan ve Kozak, 1997: 69-70).

Alt yapı yatırımları ekonominin sahip olduğu ya da olması gereken ulaştırma, haberleşme, enerji, su, kanalizasyon, ağaçlandırma spor, rekreasyon tesisleri, eğitim ve sağlık vb. alanlardaki yatırım faaliyetlerinden oluşur (Olalı ve Timur, 1988: 163).

Kamu kurum ve kuruluşlarının turizm sektörüne yardımcı olmak amacıyla gerçekleştirdikleri tüm faaliyetler, ürettikleri mal ve hizmetler, üretime katkıda bulunan tüm araç ve tesisler kurumsal alt yapıyı oluşturur (Olalı ve Timur, 1988: 163).

İşletmeler açısından, alt yapının hazır olması yatırım yapacak işletmenin yer seçimini etkileyecek en önemli faktördür. Altyapının olmaması halinde toplam yatırım tutarı çok yüksek meblağa ulaşacağından yatırım için işletmeler bu bölgeleri tercih etmekte çekimser davranacaklardır.

1.5.2. Üst Yapı – Konaklama Yatırımları

Üst yapı turizmin gelişmesi için en az alt yapı kadar önemlidir. Üst yapı alt yapıya göre sektöre daha bağımlıdır. Turistlerin ihtiyaçlarının (barınma, beslenme, eğlenme, vb.) karşılanması amacıyla oluşturulan turistik üst yapı farklı şekillerde

oluşmaktadır. Turizmde üst yapı yatırımları denilince konaklama yatırımları anlaşılmaktadır. Konaklama yatırımları ise; otel, motel, tatil köyü, pansiyon, apart-otel, devre mülk tesisleri vb. oluşmaktadır (İçöz, 2005: 304; Kahraman, 2010: 25).

1.5.3. Üst Yapı Yatırımlarını Tamamlayıcı (Destek) Yatırımlar

Konaklama tesisleri, yiyecek-içecek işletmeleri, eğlence ve alışveriş merkezleri gibi birimler birlikte turizmin üst yapısını oluştururlar.

Turizmin üst yapıya olan etkileri incelenirken, direkt turizm hedefli olmamakla birlikte üst yapı birimlerinin faaliyetlerini tamamlayıcı yan hizmet yatırımlarını da dikkate almak gereklidir. Yan hizmet yatırımlarını ise şu şekilde sınıflandırılabilir (Şahin, 1990: 64):

- Ulaşım sistemi,
- Taşıt bakımı ve tamir istasyonu,
- Jeo-ekonomik varlıklar alanındaki destek yatırımlar (kıyı, dağ, kış, kayak ve termal turizmle ilgili donanımlar),
- Tarihi nitelikteki varlıklar,
- Boş zaman değerlendirmeye yönelik donatım ve düzenlemeler,
- Sağlık, güvenlik ve günlük yaşantı ile ilgili yatırımlar.

Altyapı ve üst yapı yatırımları dışında kalan ve turistlerin yeme içme, eğlenme, spor alışveriş gibi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulan lokanta, gazino, kafeterya, çay bahçesi, spor tesisleri ve benzeri işletmeler için yapılan yatırımlar bu grupta sayılmaktadır. Bu yatırımlar ya konaklama yatırımları ile birlikte ya da ayrı olarak gerçekleştirilmektedirler (Çetinkaya, 2007: 96).

Mevcut altyapının ve turizm tesislerinin iyileştirilmesi, geliştirilmesi ve yenilenmesi amacıyla yapılan yatırımlar ve mevcut turizm ürünlerinin geliştirilmesi için yapılan harcamalar da turizm yatırımlarını oluşturmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA VE TÜRKİYE' DE YABANCI SERMAYELİ TURİZM YATIRIMLARI

2.1. Yabancı Yatırımların Tanımı

Yabancı yatırım, yatırılabilir kaynakların kişi ve kuruluşlar tarafından başka bir ülkeye aktarılmasıdır. Diğer bir ifadeyle bir ülkeden başka bir ülkeye o ülkenin ekonomik ve politik istikrar, kültürel ve sosyal yapı gibi durumları göz önüne alınarak nakit para teknoloji veya ülke yatırımlarına kaynak aktarımı şeklinde tanımlanmaktadır. Yabancı yatırım bir ülkeye doğrudan yatırımlar ve portföy yatırımları olmak üzere iki şekilde gelmektedir (Karluk, 2001: 100).

Yabancı yatırım, yatırılabilir kaynakların kişi ve kuruluşlar tarafından bir başka ülkeye taşınmasıdır. Portföy yatırımı ise bir yabancı firmanın bir ülkenin borsasında işlem gören hisse senetlerini, devlet garantisi taşıyan tahvilleri/bonoları satın alması şeklinde ortaya çıkan mali işlemdir (Yavan ve Kara, 2003: 20).

Bir ülkeye yabancı sermayeyi çekebilmek için gerekli iki temel koşulun varlığından söz edilebilir. Bunlardan birincisi, ülkede ekonomisi ile ilgili karar ve yasaların sıklıkla değiştirilmemesi, ikincisi de siyasi iktidarların söz konusu yasaları istismar etmemeleri ve yasal olarak yürürlükte olsa da fiilen uygulanması konusunda kararsızlık göstermemeleridir (Yılmazer, 2010: 244).

Ayrıca gelişmekte olan piyasalara girmeyi düşünen yabancı sermayenin üç temel faktöre dikkat ettikleri söylenebilir. Bunlar, global ekonominin durumu, ülkelerin büyüme performansı ve cari işlemler dengesidir (UNCTAD, 1999: 21).

2.1.1. Doğrudan Yabancı Sermayenin Tanımı ve Amacı

Bir şirketin üretimini, kurulu bulunduğu ülkenin sınırlarının ötesine yaymak üzere ana merkezin dışındaki ülkelerde üretim tesisi kurması veya mevcut üretim

tesislerini satın alması bir doğrudan yabancı sermaye yatırımdır (Bozer, 2001: 146).“Yatırılabilir kaynakların kişi ve kuruluşlar tarafından bir başka ülkeye taşınması” şeklinde de tanımlanmaktadır (DPT, 2012-2013). Bu yatırım şekli, özel doğrudan yabancı sermaye yatırımı, doğrudan veya dış yatırım ya da dolaysız sermaye yatırımı biçiminde de ifade edilmektedir. Doğrudan yabancı sermaye yatırımı bir firmanın başka bir ülkedeki firmayı satın alması, yeni bir firma kurması veya o ülkedeki mevcut bir firmanın sermayesini artırmak yoluyla ortaklık kurması ya da mevcut firmalara lisans, know-how, teknoloji ve yönetim bilgisi gibi unsurları katması şeklinde yapılan yatırımlara denilmektedir (Tutar, 1990: 32; Seyidoğlu, 1999: 66; Bozkurt, 1991: 37).Bu şekilde, bir ana merkezin yönetim ve denetimi altında, farklı ülkelerde faaliyet gösteren şirketlere de çokuluslu şirket denilmektedir (Benli, 2007: 15).

DYSY’ nın en önemli özelliği, yatırımcının yurt dışındaki tesisin mülkiyetine kısmen veya tamamen sahip olması ve aynı zamanda onun yönetim ve denetimini elinde bulundurmasıdır. Yatırımın yapıldığı yabancı sermaye şirketi genellikle ana şirketin elindeki teknoloji, ticari sırlar, yönetim bilgileri, ticaret ünvanı ve diğer kolaylıklardan yararlanmaktadır. Bunun karşılığında ise, ana şirkete kısmen ya da tamamen kazanılan kârları, hammaddeleri, yarı işlenmiş veya mamul malları aktarmaktadır (Seyidoğlu, 2003: 240).

Doğrudan yabancı yatırımların amacı, ana ülkedekinden daha yüksek kar geliri elde etmek ve mal olarak geçemediği gümrük duvarlarının arkasına sermaye olarak geçmektir. Başka bir ifadeyle doğrudan yabancı sermayenin amacı, yenilikçi firmanın teknolojik üstünlüğünü ve tekelci avantajını koruma isteğidir. Bu nedenle doğrudan yatırımcılar, gidecekleri ülkenin maliyet koşullarını ve pazar genişliğini dikkate alırlar. Bu yatırımcılar için önemli olan kar maksimizasyonu değil, maksimum pazar payına ulaşmaktır (Alkin, 2001: 13). Kar artışının sürdürülebilmesi için, daha az girilmiş bulunan ve belki de rekabetin daha sınırlı olduğu yabancı piyasalarda üretim yapılması gerekebilir.

Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının yapılmasının başlıca nedeni, küreselleşmeyle birlikte ülkeler arasındaki coğrafi sınırların kalkmasıyla sermayenin

kısa sürede yüksek getiri getirecek alanlara yönelmesinin önünde engel bulunmamasıdır. Ayrıca dünya pazarlarının bütünleşmesi, ekonomik büyüme, fiyat seviyeleri, enflasyon oranları, uluslararası büyük yatırımcıların yatırım ve portföy tercihleri yabancı sermaye yatırımlarına neden olmaktadır (Kazgan, 1997: 127). Bu tercihlerin nedenini kısaca sıralayacak olursak; birincisi, hammadde kaynaklarıdır. Dünya genelinde belirli bir düzende dağılmayan hammadde kaynakları belirli ülkelerde yoğunlaşmıştır. İkincisi, üretimi farklı bölgelere yapılan yatırımların dikey ya da yatay bütünleşme oluşturarak faaliyet avantajı yaratmasıdır. Batılı şirketlerin yatırımlarının bu kaynakların bulunduğu az gelişmiş ülkelere yapıldığı görülmektedir. Üçüncüsü, Bazı firmaların ünleri, iş hayatındaki başarılı performanslarından dolayı ülke sınırlarını aşmış olabilir. Dolayısıyla bu firmalar lisans anlaşması yaparak ürünün imal hakkını yabancı üreticilere verebilir ya da kendileri üretmeyi tercih edebilirler. Dördüncüsü, ithalatçı firmanın koyduğu tarife ve kotalardan ve yurtiçi kısıtlamalardan korunmaktır. Firmaların dış piyasada yatırım yapmalarının diğer bir nedeni de ekonomik fırsatları çeşitlendirerek satış hacmi ve gelirlerinde istikrar aramaktır (Erk, 2007: 41-44).

Bu nedenle de, 1980 sonrası dönemde kar marjı daha yüksek olan bankacılık, ticaret, turizm, sigortacılık gibi hizmet sektörleri daha hızlı gelişme göstermiştir (Selek, 2009: 11).

Kısaca, yabancı sermaye yatırımı, bir ülkede yerleşik kişi ya da kurumların bir başka ülkede kalıcı ekonomik çıkar elde etmek amacını yansıtmaktadır.

2.1.2. Doğrudan Yabancı Sermayenin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı [UNCTAD]'nın 1998 yılında yayınladığı rapora göre; doğrudan yabancı yatırımların getirdiği yararlar şu şekilde belirtilmiştir: Mali kaynakların ve yatırımların artırılması, teknolojik imkanların geliştirilmesi, ihraç imkânlarının artırılması, istihdam yaratma ve işgücü becerisinin geliştirilmesi, çevre koruma konusunda doğrudan yabancı yatırımların gittikleri ülkeye genelde yaptıkları pozitif katkı sağlamaktır (Selek, 2009: 13).

Etkin bir şekilde yönlendirilebilmiş ve iyi bir şekilde planlanmış Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının, daha çok yatırımın yapıldığı ev sahibi ülke ekonomisi üzerinde bazı olumlu ekonomik etkiler yaratacağı söylenebilir. Bu etkiler, üretim, istihdam, gelir, ihracat artışı, ödemeler dengesi ve ekonomik gelişme şeklinde sıralanabilir (Benli, 2007: 41).

Doğrudan yabancı yatırımların temel etkisi, ev sahibi ülkenin milli gelirine olan net katkısıdır. Çünkü yabancı sermaye ülke içerisinde üretimde bulunmaktadır. Bu üretim miktarı ise ülkenin gayri safi milli hasılasına dahil edilmektedir (Karluk, 1983: 101).

Bu bağlamda yabancı sermaye yatırımlarının yatırımın yapıldığı ülke bakımında başlıca ekonomik yararları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Seyidoğlu, 2003: 729-730):

- Ekonominin üretim kapasitesinin artması: Az gelişmiş yada gelişmekte olan bir ülke olmanın temel özelliği sermaye birikiminin yetersizliğidir. Yabancı sermaye hem başlangıçta getirdiği sermaye ile hem de elde ettiği karları yeniden yatırıma dönüştürerek ülkenin üretim kapasitesinin artırılmasına önemli bir katkıda bulunacaktır
- Yeni teknoloji ve yönetim bilgisi getirme: Yabancı sermaye gittiği ülkeye teknoloji ve işletmecilik bilgisini de beraberinde götürecektir. Dolayısıyla yabancı sermaye yatırımları ülkeler arası teknoloji transferi yollarından birisi olarak kabul edilmektedir
- Döviz girişi sağlama: Her ne kadar yurt dışına yapılan kar transferleri ödemeler dengesini olumsuz etkilese de yabancı sermayenin getirdiği dövizler uzun dönemde ithalatı ikame edici ve ihracatı artırıcı etkiler yaratarak ülkenin ödemeler dengesinin düzelmesine katkıda bulunacaktır.
- İhracatı artırma: Gelişmekte olan ülkeler yabancı sermaye yatırımlarına giriş izni verirken bu yatırımların ihracata yönelik olarak üretimde bulunmalarını göz önünde bulundurlar. Çünkü uluslararası nitelikte olan yabancı firmalar dış piyasalar konusunda oldukça geniş deneyimlere sahiptir ve yaygın bir satış ve pazarlama örgütleri vardır.

Ev sahibi ülke bu olanaklardan yararlanmayı amaçlamaktadır

- Rekabet ve dinamizm: Yabancı sermaye yerli ekonomiye dinamizm kazandırır ve iç rekabeti artırır.
- İstihdam yaratma: Yabancı sermaye yatırımları yaratacağı yeni iş olanakları ile ülkenin işsizlik sorununun çözümüne önemli derecede katkı sağlayabilir.
- Vergi geliri sağlama: Yabancı sermaye şirketleri elde ettikleri gelir ve sağladıkları karlar ölçüsünde hükümetler için önemli bir vergi kaynağıdır.

Yabancı sermayenin olumsuz etkilerini de aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Seyidoğlu, 2003: 730-731):

- Ekonomi üzerinde yabancı denetiminin artması: Yabancı sermaye yatırımlarının temel özelliği şirket yönetimi üzerinde dolaysız bir denetim sağlamaktır. Bu açıdan bir plana bağlı olmaksızın kabul edilen yabancı sermaye yatırımları başlıca sektörleri ele geçirerek ekonomiyi denetimi altına alabilir. Buda ülkenin ekonomik ve siyasal bağımsızlığını tehlikeye sokacaktır.
- Ekonomik bütünlüğün bozulması: Gelişmekte olan ülkelerde yabancı sermaye yatırımları ekonominin bütünlüğü üzerinde de tahribat yaratabilir. Yabancı sermaye yatırımlarıyla kurulan işletmelerde gelişmiş üretim teknikleri uygulanırken diğer alanlarda geleneksel üretim yapısının sürdürülmesi ekonomiyi ikili bir yapı içerisine sokabilir.
- Dış ticaret kısıtlamalarının aşılması: Yabancı sermaye yatırımları gümrük tarifeleri ve ithalat yasakları gibi koruyucu duvarların aşılmasına olanak sağlamaktadır. Oysa bu kısıtlamalar bazı koruyucu gerekçelerle konulmaktadırlar.
- Yerli şirketler karşısında haksız rekabet üstünlüğü: Yabancı sermaye işletmelerinin arkasındaki güç ileri teknoloji ve yöneticilik bilgisi küçük ölçekli yerli işletmeler karşısında bir haksız rekabet üstünlüğü sağlayacaktır. Rekabet gücü olmayan yerli girişimciler endüstriyi terk

etmek zorunda kalacaklardır. Böylece yabancı işletmeler yerli ekonomide tam bir tekelcikonomuna gelebilirler.

- Döviz giderlerini arttırıcı etki: Yabancı şirketler pek çok durumda, beklendiği gibi ihracata yönelmemekte, hammaddeleri yerli kaynaklardan değil yurt dışından temin etmekte ve yaptıkları kar transferleriyle de ödemeler bilançosu üzerindeki baskıyı ciddi bir biçimde arttırmaktadırlar.
- İhracatı kısıtlama: Çok uluslu bir şirket yabancı ülkede şube açtığı zaman bu şubenin ihracatta kendisiyle rekabette bulunmasına genellikle izin vermeyecektir. Dolayısıyla ev sahibi ülkenin ihracat olanakları yapay bir biçimde daraltılmış olacaktır.
- Teknolojik bağımlılık: Yabancı işletmeler araştırma ve geliştirme faaliyetlerini gittikleri ülkelerde değil kendi ana merkezlerinden gerçekleştirecektirler. Dolayısıyla ev sahibi ülkeler yeni teknikleri sürekli olarak yurt dışından ithal etmek zorunda kalacaktır. Buda teknolojik bağımlılığın artması demektir.

2.2. Doğrudan Yabancı Yatırım Türleri

Dunning ve Narula'ya (2000) göre, Yatırım yapmak temelde dört nedene dayanır: Doğal kaynaklara sahip olmak, yeni pazarlara ulaşmak, rasyonelleştirme yoluyla mevcut dış üretimi yeniden yapılandırmak ve stratejik öneme sahip yaratılmış kaynakları kullanabilmektedir. Bu nedenler, genel olarak iki gruba ayrılabilir. İlk üç neden, temel olarak Aktif- Değerlendirmeyi kapsamaktadır. Bu gruptaki yatırım yapan şirketlerin ana amacı, var olan aktiflerini kullanarak ekonomik getiri elde etmektir. En sonda yer alan neden ise, Aktif-Geliştirme ile ilgilidir. Bu gruptaki yatırım yapan şirketlerin ana amacı ise, var olan aktiflerine yenileri eklemektir (Açıkalin, 2007: 36).

2.2.1. Kaynak-Arayışlı Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Bazı doğal kaynakların elde edilmesi işletmenin yer aldığı ülke nedeniyle zorluklar taşıyor ve buna bağlı olarak da elde edilme maliyetleri çok yüksek olabilir.

Bu durumda çok uluslu şirket doğal kaynaklara daha uygun maliyetlerde erişerek onları ana şirkete satabilmek için doğal kaynakların olduğu ülkede yatırım yapar. Bu tip yatırımların çoğunda yatırımı gerçekleştiren şirket gelişmiş ülke kökenlidir ve üretimin çok önemli bir bölümü ana şirketin olduğu ülkeye ihraç edilir (Selek, 2009: 14).

Bu tür yatırımların özünde üretim maliyetlerini düşürmek vardır. Bu sebeple üretim parçalara bölünerek yapılmaktadır. Yine bu tip yatırımlar için kullanılan başka bir isim “ham madde arayan” doğrudan yatırımdır. Çünkü ucuz elde edilmek istenilen mal, işlenmemiş mal veya hammadde niteliğindedir. Aranılan ucuz girdi yerine göre emek, ara girdi ve bazen bir merkezde toplanmış yatırımlardan kaynaklanan dışsallıklar olabilir (Açıklan, 2007: 37).

Ucuz girdilere ulaşma denilince hammadde, mineral veya tarımsal ürünler akla öncelikle gelmektedir. Bunlara örnek olarak petrol, çeşitli maden cevherleri, tütün, kauçuk ve kahve gösterilebilir. Bu yatırımı yapan şirketler gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde bulunabilen hammadde işleyicileri veya imalat sanayinde yer alan büyük kuruluşlardır. Genellikle amaç üretimde maliyet minimizasyonudur. Bu tip yatırımları gerçekleştiren şirketlerin büyük çoğunluğunda bu faaliyeti tamamlayacak başka bir ekonomik faaliyet daha söz konusudur (Narula & Dunning, 2000: 150).

Bu gruptaki ikinci tür yatırımcılar genellikle çok miktarda bulunduğu için fiyatı düşük olan vasıfsız ve yarı-vasıflı emek gücü peşinde olan yatırımcılardır. Bu tip yatırımları gerçekleştiren çok uluslu şirketler genellikle emek fiyatının yüksek olduğu gelişmiş ülkelerdeki imalat ve hizmetler sektöründe faaliyet gösteren şirketlerdir. Bu tip yatırımlar için Meksika, Türkiye, Malezya, Hindistan gibi genellikle ekonomik gelişmişlik sürecinde ilerlemiş gelişmekte olan ülkeler seçilmekte ve gerçekleştirilen üretim daha çok ihraç edilmektedir. Bu tip yatırımları çekmek amacıyla söz konusu ülkeler serbest ticaret bölgeleri tipinde ortam yaratırlar (Narula & Dunning, 2000: 151).

Kaynak arayan doğrudan yatırım grubundaki son tür doğrudan yatırım teknik kapasite, yönetimsel ve pazarlama uzmanlığı ihtiyacı duyan şirketler tarafından

gerçekleştirilir. Burada genellikle ittifaklar söz konusudur. Buna örnek olarak Kore, Tayvan veya Hindistan şirketlerinin Avrupa veya Amerika merkezli şirketlerle birlikte gerçekleştirdikleri projeler söylenebilir (Deichmann, 2001: 16).

2.2.2. Pazar-Arayışlı Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Pazar-Arayışlı doğrudan yabancı yatırımlar, genellikle ev sahibi ülke tarafından konulan yüksek orandaki ihraç sınırlamalarının bulunduğu, yerel ya da komşu pazarların ölçek ekonomilerine ulaşma adına önemli fırsatların sunulduğu ortamlarda gerçekleşmektedir. Söz konusu pazarın potansiyeli belli bir boyuta ulaştığında üretimin doğrudan o tarafa kaydırılması ekonomik olarak daha anlamlı olabilir (Hacaloğlu,1983:25).

Bu tip yatırımlarda temel amaç yatırım yapılan ülkedeki ve o ülkeye çok yakın pazarlardaki tüketicilere erişme isteğidir. Dış pazarlara satış yapmanın belki de en kolay yolu o ülkeye ihracat yapmaktır.

Bu şekilde yatırım yapılmasının başka bir nedeni de söz konusu malları ithal eden ülke hükümetinin ithalatı kısıtlayıcı önlemleridir. Gümrük tarifeleri, miktar kısıtlamaları veya başka yöntemler sonucu ihracatın yükselen yurt içi fiyat nedeniyle tehlikeye girmesi durumunda o ülkede yatırım yapmak bir zorunluluk halini alabilir. Bu tipteki yatırımlarda genellikle daha önceden ihracat yoluyla satış yapılan ülkelere eskiden ihracatçı olan şirketin yatırım yaptığını görürüz.Pazar arayan yatırımlar, pazarın korunması veya yeni pazarlara girmek için de yapılabilir (Kozlu,2000:75). Potansiyel pazarın mevcut büyüklüğü veya büyüme potansiyeli dışında bu tip yatırımların olmasını sağlayan başka nedenler de vardır. Bu nedenlerden bir tanesi, şirketin temel müşterilerinin veya ona girdi sağlayan şirketlerin yabancı bir ülkede tesis kurmaları halinde, onlarla daha fazla iş yapma şansını kaçırmamaktır. Bu şekilde yatırım yapılmasında ikinci bir neden, yerel piyasanın ihtiyaç ve tercihlerine uygun üretim yapma gereğidir. Bazı sektörlerde yabancı şirket eğer satış yapılacak ülkeyi, kanunlarını, geleneklerini, dilini, piyasanın işleyiş şeklini bizzat orada bulunarak çok iyi öğrenmezse yerel şirketlere karşı önemli bir dezavantaj sahibi olabilir. Bu durum beyaz ev eşyasında, diğer elektronik aletlerde, yiyecek ve içecek

hammaddelerinde ve inşaat makineleri ve petro-kimya ürünleri gibi ara girdi sağlayan sektörlerde geçerlidir (Erk, 2007: 27).

Bazı durumlarda yalnızca ihracatı yapılacak malın taşıma masraflarının çok yüksek olması nedeniyle doğrudan yatırım yapılır. Aynı pazarı hedefleyen şirketlerden bir tanesi pazarın bulunduğu ülkeye coğrafya olarak çok yakınsa ve diğeri ise oldukça uzak ise uzak olan ülkenin şirketi söz konusu bölgeye ulaşabilmek için doğrudan yatırımı seçerken diğeri ihracata devam edebilir. Buna örnek olarak değişik Avrupa ülkelerinde yer alan ABD kaynaklı doğrudan yatırımlara karşı Avrupa'nın birbirine yakın ülkelerinde yer alan rakip şirketlerin doğrudan yatırım yerine ihracatı seçmeleri gösterilebilir. Aynı şey Japonların Avrupa veya Amerika kıtasındaki yatırımları için de geçerlidir. Piyasa arayan bir başka yatırım şekli de bütün dünyayı küresel bir pazar olarak gören çok uluslu şirketlerin küresel pazarda daha önceden yer almış rakibinden geri kalmamak için yaptığı yatırımdır. Bu nedenden dolayı, petrol, ilaç ve reklamcılık gibi uluslararası oligopol niteliğinde olan sektörlerde büyük boyutlu çok uluslu şirketlerin çoğu dünyanın değişik bölgelerinde yalnızca üretim birimleri ile yetinmek yerine önemli bölgelerde araştırma-geliştirme merkezleri de kurar. Bu şekilde gerçekleşen yatırımların bazıları saldırgan amaçlı yani rakibinden önce girip pozisyon almak şeklinde olabileceği gibi; savunma amaçlı yani rakibinden geri kalmamak amacıyla yatırım yapılması şeklinde de olabilmektedir. Bu tür yatırımlar için 1980'lerde muhasebe, reklamcılık ve hukuk şirketlerinin gerçekleştirdiği yabancı şirket birleşmeleri ve ele geçirmeleri örnek olarak literatürde sunulmaktadır (Narula & Dunning, 2000: 150-152).

Son olarak pazar arayan yatırımlar arasında özel bir tür de yatırıma ev sahipliği yapan ülke hükümetince sağlanan teşvikler nedeniyle yapılan yatırımlardır. Çok uluslu şirket yatırımlarının ilk dönemlerinde hükümetler bunu ithalatı zorlaştırarak kendi ülkelerinde yatırım yapmak zorunluluğu yaratarak gerçekleştiriyorlardı. Ancak son dönemlerde yatırım yapacak şirketi motive etmek için vergi avantajları, düşük maliyetli arsa temini, alt yapının hazır sunulması gibi teşvik edici önlemler kullanılmaya başlanmıştır (Saatçioğlu, 2002: 2).

2.2.3. Verimlilik-Arayışlı ve Stratejik Kaynak-Arayışlı Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Bu iki tip yatırım çeşidini incelediğimizde birbirine benzerlikler gösterdiğini görmekteyiz. Çünkü ikisi de ev sahibi ülkede belli seviyede oluşturulmuş kaynağa gereksinim duymakta, küreselleşme süreciyle beslenmektedir (Cömert, 1998: 12).

Bu gruptaki doğrudan yatırımların arkasında başka bir ülkedeki var olan varlıkları satın alarak uluslararası rekabette avantaj elde etme amacı vardır. Bu amaçla gerçekleşen satın almalarda, bütünleştirilmiş bölgesel veya küresel strateji peşinde olan ve ilgili piyasalarda daha önceden yatırım yapmış çok uluslu şirketler olabileceği gibi; daha önce bulunmadığı piyasalarda rekabet gücü yüksek bir üretim birimini satın alarak varlık göstermek isteyen çok uluslu şirketler de olabilir. Verimlilik peşinde olan doğrudan yatırımlarda olduğu gibi stratejik varlık elde etmek isteyen yatırımlarda da amaç çeşitlendirilmiş faaliyet ve kapasitelerin ortakmülkiyetinden veya farklı ekonomik yapıları ve potansiyelleri olan bölgelerdeki benzer faaliyet ve kapasitelere sahip olmaktan kaynaklanacak avantajları yakalamaktır (Narula & Dunning, 2000: 152).

2.3. Dünyada Yabancı Sermeye Yatırımının Gelişim Yönü

Dünyada sanayi devrimi özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında artan iletişim ve ulaştırma imkanları ile küreselleşen dünya, ticareti ve sonrasında üretimi tüm dünyaya yaymak amacıyla, 1948 yılından itibaren çok sayıda anlaşmaya imza atmıştır (Aydemir, Arslan ve Uncu, 2012: 73).

II. Dünya savaşı sonrasında belli özelliklere sahip yeni borçlanma türlerinin ortaya çıktığı bir dönem başlamıştır. Savaştan güçlü çıkan ABD, savaş sonrası dönemin daha ilk yıllarında, Marshall Planı çerçevesinde Amerika, yıkılan Avrupa ekonomilerinin onarımı için yardım yaparken, aynı zamanda Komünizmin Avrupa'da yayılışını engellemeye çalışmış ve kendisini desteklemiş olan ülkelere çeşitli yardım programlarıyla çok büyük miktarlarda kaynak transferi sağlamıştır (Şimşek ve Behdioğlu, 2006). Sermaye sahibi Batı ülkelerinin yaptıkları bağış veya

kredi adı altındaki bu kaynak transferlerinin getirdiği siyasi, askeri ve ekonomik yükün hissedilir derecede artması sonucu söz konusu ülkelerin bu işlemleri kurumsallaştırmaya karar vermeleri ile ‘uluslararası finansman kurumları’ dönemi başlamıştır. Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Bankası (WB), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ve Avrupa Yatırım Bankası (EIB) gibi kuruluşların süratle gelişmeleri bu döneme rastlamaktadır (Açıkalın, 2007: 115).

Doğrudan yatırımlar başlangıçta ABD şirketlerinin önderliğinde gerçekleşmiştir. Bu yatırımlar önce Kuzey Amerika ve Kanada’da başlamış, daha sonra Güney Amerika, Avrupa ve son olarak da Asya’ya kaymıştır. ABD şirketleri, özellikle Avrupa’da ticaret yoluyla elde etmiş oldukları pazarları sürdürmek amacıyla Avrupa’ya yerleşmişlerdir (DPT, 2006). Savaş sonrası ekonomilerini toparlamaya çalışan Avrupa ülkeleri ABD’yi izlerken Japonya’nın da devreye girmesiyle yabancı yatırımlar dünya üzerinde yayılmaya başlamıştır. Savaş sonrası dönemde, doğrudan yabancı yatırımlar iki grup halinde incelenebilecek özel şirketler tarafından gerçekleştirilmiştir (Uzunoglu, Alkin ve Gürlesel, 1995: 66). Birinci grupta yer alanlar, savaş öncesi dönemde uluslararası boyutu olan ve az gelişmiş ülkelerle bazı gelişmiş ülkelere temel madde, gıda ve tarımsal araç sanayilerinde faaliyet gösteren şirketlerdir. İkinci grup ise, dinamik yerel rekabet ve dış ticaret engelleri ile karşılaştıkları dış pazarlarını korumak amacıyla ihracattan doğrudan yatırımlara dönen firmalardan oluşmaktaydı. Bu grup firmaları ilgilendiren sektörler; kimya, elektronik, otomobil, dayanıklı tüketim malları gibi rekabet avantajları olan oligopol piyasalar olup, incelenen dönemde gelişmiş ülkelerin temel sektörlerini teşkil etmekteydi (Dunning, 1988: 82). Bu alanlarda faaliyet gösteren şirketler, çoğunlukla araştırma-geliştirme konusunda karşılaştırmalı üstünlüğü bulunan ve yatırımın finansmanını en azından başlangıçta kendi ülkelerinden sağlamak zorunda olduklarından paraları güçlü olan ülkelere çıkmışlardır (Germain, 1997: 96; Demircan, 2003: 22).

1950-1960 arası dönemin yabancı sermaye açısından en önemli özelliği, çok uluslu şirketlerin sayıca hızla artmaları ve aşırı biçimde büyümeleri olmuştur. Doğrudan yatırımlar bu yıllarda gerek mutlak rakamlar itibariyle, gerekse gayrisafi milli hasıla (GSMH), dış ticaret, yurtiçi yatırımlar gibi ekonomik göstergelerin

büyüme hızlarına kıyasla çok önemli gelişmeler göstermişlerdir. 1960 - 1973 arası 13 OECD ülkesinin toplam uluslararası yatırımlarının yıllık ortalama büyüme hızı dolar fiyatlarıyla % 12 civarında olup, ortalama gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYİH) artış hızınının 1.5 katı üzerinde ve dış ticaret büyüme hızlarına yakındır. Menşe ülke olarak yine ABD önderliğini sürdürürken, bu ülke menşeli çok uluslu şirketlerin yurt dışındaki üretimleri ABD ihracatının 1960 yılında yaklaşık olarak 3 katı, 1971'de ise 4 katıdır. 1970'lere kadar gelişmiş ülkelerin toplam dış yatırımlarının yarıya yakın bölümü ABD'ye aittir. 1950'lerden sonra kambiyo kontrolleri, cari işlemler kısıtlamaları, sermaye hareketleri işlemleri kısıtlamalarına son verilmeye başlanmasıyla önemli değişimler ortaya çıkmıştır (Esen, 1998: 232; Alpar, 1978: 29). Daha sonraki yıllarda, üçüncü dünya ülkeleri doğrudan yatırımlar için uygun ekonomik ortamın tesisini sağlamak amacıyla çeşitli muafiyet ve teşvikler uygulamaya başlamışlardır (Frank, 1985: 2).

Doğrudan yabancı yatırımların dünya genelindeki dağılımı içinde gelişmiş ülkeler en büyük payını almakla birlikte son yıllarda birçok gelişmekte olan ülke de (nisbî olarak) önemli ölçüde doğrudan yabancı yatırım çekmeyi başarmışlardır (UNCTAD, 2008; Uygur, 2001: 17). Bu ülkeler, aktif bir şekilde yabancı firmalara çeşitli vergi istisna, muafiyet ve teşviklerin yanı sıra pazar öncelikleri, altyapı hizmetleri ve hatta tekel hakları vererek yabancı yatırımları çekmeye çalışmaktadırlar (Uygur, 2001: 18).

Daha fazla doğrudan yabancı yatırım çekme konusunda gelişmekte olan ülkeler arasında kıyasıya bir rekabetten söz edilebilir. Eski Doğu Bloku ülkelerinin (geçiş ekonomileri) devreye girmesi ile birlikte bu rekabet daha da kızışmıştır. Verilen desteğin arkasında yeni ve/veya gelişmiş üretim teknolojisi bilgisinin (know-how) yerli firmalara aktarılmasını sağlamak, yönetim becerisini geliştirmek, işgücü verimliliğini artırmak, istihdam olanaklarını geliştirmek ve genel olarak ekonomik büyümeye katkı sağlama beklentisi yatmaktadır. II. Dünya Savaşı'ndan 1990'lı yıllara kadar, genel olarak gelişmekte olan ülkelerde doğrudan yabancı yatırımcılara karşı şüphe ve güvensizlik duyulan bir ortamın geçerli olduğu söylenebilir. Bu yaklaşımda, yabancı yatırımların sömürgeciliğin bir aracı olduğu, yerli sanayiye öldüreceği ve uzun vadede döviz çıkışına yol açacağı inancının etkisi görülmektedir

(Tiryakioğlu, 2001: 166-167; DPT, 2000). Ancak 90'lı yıllara doğru durum değişmiş, gelişmekte olan ũlkelerin birçoğu çeşitli dũzenlemeler yoluyla uluslararası yabancı sermaye hareketlerinden daha fazla pay alma gayreti içine girmişlerdir. Birleşmiş Milletler tarafından yapılan bir araştırmaya göre, 1990'lı yıllarda gelişmekte olan ũlkelerde yatırım iklimiyle ilgili dũzenlemelerin (toplam 750 adet) %94,2'si doğrudan yabancı sermaye lehine olmuştur (DPT, 2006). Sadece 2001 yılında ise 71 ũlkenin doğrudan yabancı yatırım kanunlarında 208 değişiklik yapılmış ve bunların 194'ũ (% 93) daha fazla doğrudan yabancı yatırım çekebilmek için gerçekleştirilmiştir (UNCTAD, 2008). Bu politika değişikliğinde bu ũlkelerin birçoğunun aldıkları dış borç ve kredilerin faizlerini bile ödeyememeleri etkili olmuştur.

Dũnya üzerindeki doğrudan yabancı yatırımlarda daha çok gelişmiş ũlkelerin tercih edildiği bilinen bir gerçektir. Altyapı sorunu ve bu işler için ek masrafa gerek olmayışı, ekonomi ve politikadaki kararlılık ve siyasi istikrarın varlığı gibi nedenlerle gelişmiş ũlkelere doğrudan yabancı yatırım daha fazla gitmektedir. Bununla birlikte 2004 yılında 9.800 yeni yatırımın 5.800'ũ gelişmekte olan ve geçiş dönemi ũlkelerine yapılmıştır. Bu yeni projelerde ABD' den sonra aslan payını 1.529 adetle Çin elde etmeyi başarmıştır. Hindistan'da 685, Rusya'da 377, Brezilya'da 258, Singapur'da 173, Birleşik Arap Emirlikleri'nde 156, Meksika'da 154, Malezya'da 125, Hong Kong'da 122, Tayland'da 121, Kore'de 100 yeni proje gerçekleştirilirken, Tũrkiye'de bu sayı 64 gibi çok dũřũk bir seviyede kalmıştır. 2006 yılına gelindiğinde Tũrkiye, 20,1 milyar dolar ile en çok aşama kaydeden ũlkelerdendir. Tũrkiye, 2005 yılında dũnyada 23. durumda iken, 2006 yılında 16. sıraya yũkselmiř ve böylece gelişmekte olan ũlkeler sıralamasında beşinci sırada yer almıştır. Gelişmekte olan ũlkeler arasında birinci olan Çin ise 70 milyar dolarlık doğrudan yabancı sermaye yatırımı almıştır. Ayrıca Tũrkiye kendisi de dış dũnyada 2006 yılında 934 milyon dolar doğrudan yabancı sermaye yatırımı yapmış ve Tũrkiye bu yatırım seviyesi ile dũnya sıralamasında 51. sıraya oturmuştur. Yabancı sermaye yatırımı girişi açısından sıralamada en çok sıçrama yapan ũlkeler ise Avustralya, İsviçre, Lũksemburg ve İsveç'tir. Dũnya genelinde, 2008 yılında % 14 oranında sınırlı bir daralma grũlen global doğrudan yabancı yatırım akışlarına, krizin etkileri 2009 yılında daha derinden yansımıştır (UNCTAD, 2009).

UNCTAD'ın ilk geçici verilerine göre, 2009 yılında %39 oranında düşüş ile 1 trilyon dolar civarında global doğrudan yabancı yatırım akışı gerçekleşmiştir. Gelişmekte olan ülkelere ve geçiş ekonomilerine girişlerde 2008 yılında düşüş değil yaklaşık %35 düzeyinde artış görülürken, 6 yıllık kesintisiz büyümenin ardından 2009 yılında bu grup ülkelere doğrudan yabancı yatırım girişlerinde %39 oranında düşüş görülmüştür. Gelişmiş ülkeler arasında, İngiltere, İsveç, İspanya, ABD ve Japonya'ya doğrudan yabancı yatırım girişlerinde % 50'nin üzerinde düşüş gözlenmiştir. Global sınır-ötesi birleşme ve satın alma işlemlerinde 2008 yılında % 35 olandüşüş, 2009 yılında oldukça keskinleşerek ilk geçici verilere göre % 66 oranında olmuştur. 2010 yılında global uluslararası doğrudan yatırım akışlarında kriz öncesi hacimlere ulaşılması beklenmese de, 2009 yılına göre sınırlı oranda bir toparlanma öngörülmektedir (UNCTAD, 2009).

Tablo 1: En Fazla Uluslararası Doğrudan Yatırım Çeken İlk 10 Ülke (2010)

2012	2011	Ülke	Miktar(Milyar\$)
2010	2009	Ülke	
1	1	ABD	167,6
2	2	Çin	121,1
3	4	Hong Kong, Çin	74,6
4	5	Brezilya	65,5
5	7	İng. Virjin Adaları	64,9
6	10	İngiltere	62,4
7	6	Avustralya	57,0
8	8	Singapur	56,7
9	9	Rusya Fed.	51,4
10	12	Kanada	45,4
11	17	Şili	30,3
12	32	İrlanda	29,3
13	18	Lüksemburg	27,9
14	16	İspanya	27,8
15	14	Hindistan	25,5
16	13	Fransa	25,1
17	21	Endonezya	19,9
18	28	Kolombiya	15,8
19	27	Kazakistan	14,0

Tablo 1: En Fazla Uluslararası Doğrudan Yatırım Çeken İlk 10 Ülke (2010)'un Devamı

20	38	İsveç	13,7
24	26	TÜRKİYE	12,4

Kaynak: (YASED, 2013).

2010 yılında en fazla uluslararası doğrudan yatırım (UDY) çeken ilk beş ülkenin sırasıyla ABD, Çin, Hong Kong (Çin), Belçika ve Brezilya olmuştur. ABD (228,3 milyar Dolar) ve Çin (105,7 milyar Dolar) ile ilk iki sıradaki yerlerini korurken, bir önceki yıla göre Belçika 16, Brezilya 14. sıradan ilk beşe yükselmiştir (UNCTAD, 2011).

2009 yılında en çok yatırım çeken ülkeler sıralamasında 30. olan Türkiye 2010 yılında 2009 yılına oranla yüzde 8'lik artış ve 9,1 milyar Dolar UDY ile 27. sıraya yükselmiştir. Ayrıca Türkiye 2010 yılında dünya genelinde en fazla uluslararası doğrudan yatırım çeken 27. ülke oldu. Türkiye geliştirmekte olan ülkeler arasında 13'üncülüğten 14'ncülüğe gerilemiştir (UNCTAD, 2011).

Günümüzde dünyada meydana gelen siyasal değişikliklerle birlikte yabancı yatırımların yönü de değişikliğe uğramıştır. Başta Çin olmak üzere siyasal ve ekonomik rejimleri farklı ülkeler yabancı yatırımlar için yeni alanlar oluşturmaktadır. Çin ucuz yoğun nitelikli iş gücü ile doğrudan yabancı yatırımları cezbeden ve faydalanan en önemli ülkelerden biri olmuştur (Demirbag, McGuinness, ve Altay, 2010).

Dünya genelinde UDY girişlerinin 2010 yılında bir önceki yıla oranla yüzde 5 artışla 1,2 trilyon Dolara yükselmiştir. Krizin etkilerinin sınırlı kaldığı 2008 yılında düşüş yüzde 16 iken, 2009 yılında %32 ile daha keskin bir düşüş yaşanmış ve 2011 yılında %5'lik yükselişin olumlu olduğu dikkat çekmektedir.

2010 yılında, en büyük uluslararası doğrudan yatırımcıların başını ABD ve Almanya çekerken, gelişmiş ülkeler kaynaklı yatırımlar, toplam uluslararası doğrudan yatırımların yüzde 71'ini oluşturdu. Gelişmekte olan ülkeler 2010 yılında 328 milyar Dolarlık dış yatırım yaparken; bu ülkeler arasında Hong Kong, Çin ve Rusya özellikle dikkat çekmektedir. 2010 yılı itibari ile toplam uluslararası doğrudan

yatırım (UDY) stoku 19,1 trilyon Dolar olarak gerçekleşti. ABD ve Hong Kong (Çin)'un bir ve ikinci sırayla en fazla UDY stokuna sahip ülkeler olduğu görüldü. Türkiye ise 2010 yılında 1,8 milyar Dolarlık dış yatırım ile 44. sıraya yerleşti. Yatırım stoğunda ise 182 milyar Dolar ile 23. sırada yer aldı.

Bütün bu gelişmeler ışığında 2010 yılında, gelişmekte olan ülkelerin global yatırımların yüzde 50'sinden fazlasını çekmiş olmasının bir ilk olduğunu görmekteyiz bu da krizin de etkisiyle ekonominin gelişen ekonomilere kaydığının göstergesi olmuştur. Dünyada uluslararası birleşme ve satın alma işlemlerinin toplam değerinin, 2010 yılında bir önceki yıla oranla yüzde 36 artarak 339 milyar Dolara yükselmiştir. Uluslararası doğrudan yatırım projelerine bakıldığında imalat sanayi sektörünün yüzde 48 ile ilk sırada, ana sanayi sektörünün yüzde 30 ile ikinci, hizmet sektörünün ise yüzde 22'lik payla üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. 2010 yılında Türkiye'nin dünya genelindeki uluslararası doğrudan yatırımlardan aldığı pay binde 7 olurken, 173 gelişmekte olan ülke toplamındaki payı ise yüzde 1,4 olarak gerçekleşti. 2010 yılı itibari ile Türkiye'de UDY stoku GSYİH'nın yüzde 24,5'ini kapsarken, UDY'nin toplam sabit sermaye yatırımlarındaki payı da yüzde 6,5 olarak gerçekleşti. Türkiye, içinde bulunduğu Batı Asya bölgesinde ise en çok yatırım çeken ülkeler arasında 2. Sırada bulunmaktadır.(YASED,2011) yılında %16,5 artışla 1,5 trilyon \$'a ulaşan global uluslararası doğrudan yatırım ile kriz öncesi dönemi ortalaması olan 1,4 trilyon \$ seviyesine ilk defa tekrar ulaşıldı. Kriz sonrası ekonomilerdeki rınganlıklar devam etmektedir. Küresel uluslararası doğrudan yatırımlar 2011 yılında gerçekleşen 1,65 trilyon \$ ile kriz öncesi dönemi ortalaması olan 1,4 trilyon \$ seviyesini ilk defa aşmıştı. 2012 yılında ise %18 düşerek 1,35 trilyon \$ olan bu ortalamanın tekrar az da olsa altına düştü.

2012 yılında en fazla uluslararası doğrudan yatırım çeken ülke 2011'de olduğu gibi ABD olmuştur. Gelişmekte olan ülkeler arasında olan Çin, çektiği 121 milyar dolarlık yatırım ile 2011'de olduğu gibi 2. Sırada yer almaktadır.

Türkiye 2012 yılında 12,4 milyar dolarlık giriş ile dünya genelinde en fazla uluslararası doğrudan yatırım çeken 24. ülke oldu (YASED, 2013).

2.3.1.Uluslararası Doğrudan Yatırım Giriş Usulleri

Uluslararası pazarları girmeyi düşünen bir işletme her şeyden önce satacağı ürün niteliklerini, dış pazarla ilgili çevre faktörlerini ve sahip olduğu diğer işletme içi kaynaklarını göz önünde bulundurmak zorundadır (Demirbag, McGuinness ve Altay, 2010). Pazarlamada karşılaşılabileceği riskin derecesine göre işletme aşağıda sıralanan dış pazara giriş şekillerinden birisini seçip uygulayabilir (Yeni Ümit Eğitim Kurumları, 2013). Bunlar; İhracat, Lisans Verme, Ortak Girişimde Bulunma, Doğrudan Dış Ülkelerde Yatırım Yapma şeklinde sıralanabilir.

2.3.1.1. İhracat

2.3.1.1.1. Dolaylı İhracat

Dolaylı ihracat, dış pazara yeni açılan işletmeler için gerek riskin az olması, gerekse dış pazar bilgisi, dış ilişkiler ve kaynak tahsisi gibi yönlerden fazladan herhangi bir şey gerektirmemesi bu yöntemin yaygın olarak kullanılmasına yol açmaktadır. Bu yöntemde, malların satışı ihracatçı tüccar, ihracat acentesi veya kooperatif işletme gibi aracı kuruluşların sorumluluğundadır. Bu aracı kuruluşlar dış ticaret şirketleri olarak bilinmektedir (Yeni Ümit Eğitim Kurumları, 2013).

2.3.1.1.2. Dolaysız İhracat

Dolaysız ihracata yönelmenin değişik şekilleri söz konusudur. Bunlardan birincisi ihracatta bulunacak işletmenin kendi içinde bir kaç kişilik ihracat bölümünü kurmasıdır. İkincisi, işletmenin yurt dışında başka bir satış şirketi kurmasıdır. Üçüncüsü, işletmenin zaman zaman dış pazarlara giderek satış bağlantılarını yapacak veya sipariş alacak yetenekli satış elemanlarını kullanmasıdır. Sonuncusu ise, işletme yurt dışındaki aracı işletmelerden distribütör veya acentelerden yararlanması olarak sıralanmaktadır. Distribütör malları satın alarak satışı gerçekleştirmekte acenteler ise ihracatçı işletme adına satış yapmaktadırlar (Yeni Ümit Eğitim Kurumları, 2013).

2.3.1.2. Lisans Verme

Yurt dışındaki bir işletmeye lisans veren (lisansör) işletme bir üretim sürecini, markayı, patenti veya teknik know how'u belirli bir bedel karşılığı sağlar. Lisansı satın alan işletme (lisansiyeye) böylelikle bir üretim tekniğini ya da tanınmış bir markayı araştırma geliştirme masraflarına katlanmaksızın elde etmiş olur. Lisans verme yoluyla üretim faaliyetlerine başlamanın lisansı veren işletme için bazı avantaj ve dezavantajları vardır. Avantajlarının başında; dış pazarlara düşük maliyetle girilebilmesidir. Bu yöntemle dış pazarlara girmek için fazla çaba gerekmez. En büyük dezavantajı, lisansı alan işletmenin gelecekte rakip olmasıdır. Lisansı veren işletme yeni dış pazarlarda başarılı ise lisansı alan işletme daha sonra bu pazarlara kendisi doğrudan rakip olarak girebilir. Lisans anlaşmalarından çok az farklı olan ve dış pazarlara girmek için kullanılan bir başka yöntem ise "franchising" imtiyazlı lisans anlaşmasıdır. Franchising bir pazarlama ya da dağıtım kanalı şekli olarak ana işletmeden bir diğer işletmeye belirli ayrıcalıkların belirli bir zaman dilimi içinde ve belirli bir iş kolunda kullanım hakkının verilmesidir (Saban ve Murat, 2013). Franchising sisteminde ana işletme marka adını ve gerekli temel malzemeleri sağlar, eğitimi verir, mal veya hizmet için kalite garantisi alır. Burger King, Kentucky Fried Chicken, Coca Cola gibi franchise kullanım hakkı veren işletmelere örnek gösterilebilir.

2.3.1.3. Ortak Girişimde Bulunma

Ortak girişimin temeli iki ya da daha fazla işletmenin bir araya gelerek birlikte bir amaca yönelik işbirliği yapmalarına dayanır. Müşterek amaç genellikle bir araya gelen işletmelerin mamul veya pazarına ilişkindir (Saban ve Murat, 2013).

Ortak girişim iki ya da daha çok ortağın kendi faaliyetlerini sürdürürken, belli bir işi görmek üzere sürekli veya geçici olarak bir şirket kurup, bu şirkette kendi işletmelerinden teknik, mali ve ticari destek sağlamaları üzerine anlaşmalarıdır (Demirbag, McGuinness ve Altay, 2010).

Kısaca ortak girişim sadece ortak bir işletme kurarak faaliyette bulunmayı

tam olarak ifade etmez. İki ya da daha fazla işletmenin belirli bir faaliyeti birlikte başarmak üzere kaynaklarını birleştirerek yaptıkları uzun ya da kısa süreli anlaşmalardır.

2.3.1.4. Doğrudan Dış Ülkelerde Yatırım Yapma

Küresel ekonomik kriz ile birlikte sermaye hareketlerinde yaşanan daralmaya paralel olarak uluslararası doğrudan yatırımlar (UDY) ülke ekonomileri açısından ayrı bir önem kazanmıştır (Demirbag, McGuinness ve Altay, 2010: 207-210).

Türkiye uyguladığı istikrarlı ekonomi politikaları sonucunda 2007 yılında tarihinin en yüksek tutarı olan 22 milyar ABD Doları seviyesinde UDY çekmiştir. Ancak Dünya genelinde yaşanan ekonomik kriz ile birlikte küresel UDY akımlarında ciddi bir daralma yaşanmıştır. Söz konusu daralmaya paralel olarak Türkiye'ye yönelik UDY akımlarında da bir gerileme yaşanmıştır. Bu kapsamda Türkiye'ye yönelik UDY girişi, 2010 yılında 9 milyar ABD Doları seviyesinde gerçekleşmiştir (UNCTAD, 2009).

Gerek dünya ekonomilerinin toparlanma sürecine girmesi, gerekse Türkiye'nin temel makroekonomik göstergeler açısından bir çökükeden olumlu yönde ayrışması, Türkiye'ye yönelik UDY akımlarını da olumlu yönde etkilemiştir. Bu doğrultuda, 2011 yıl sonu uluslararası doğrudan yatırım girişleri, 2010 yılına göre %76 oranında artarak 15,9 milyar ABD Doları seviyesine ulaşmıştır. 2011 yılında gerçekleşen sermaye girişlerinin yaklaşık %71'i AB ülkeleri kaynaklıdır (YASED, 2011).

Türkiye'nin yurt dışında gerçekleştirdiği doğrudan yatırımlarda da son yıllarda büyük bir artış gözlemlenmektedir. 2010 yılında 1,5 milyar ABD Doları seviyesinde bulunan yurt dışında doğrudan yatırımlar, 2011 yılında %67 oranında artış göstererek 2,5 milyar ABD Doları seviyesine ulaşmıştır (YASED, 2011).

2011 yıl sonu uluslararası doğrudan yatırım girişleri, 2010 yılına göre %76 oranında artarak 15,9 milyar ABD Doları seviyesine ulaşmıştır.

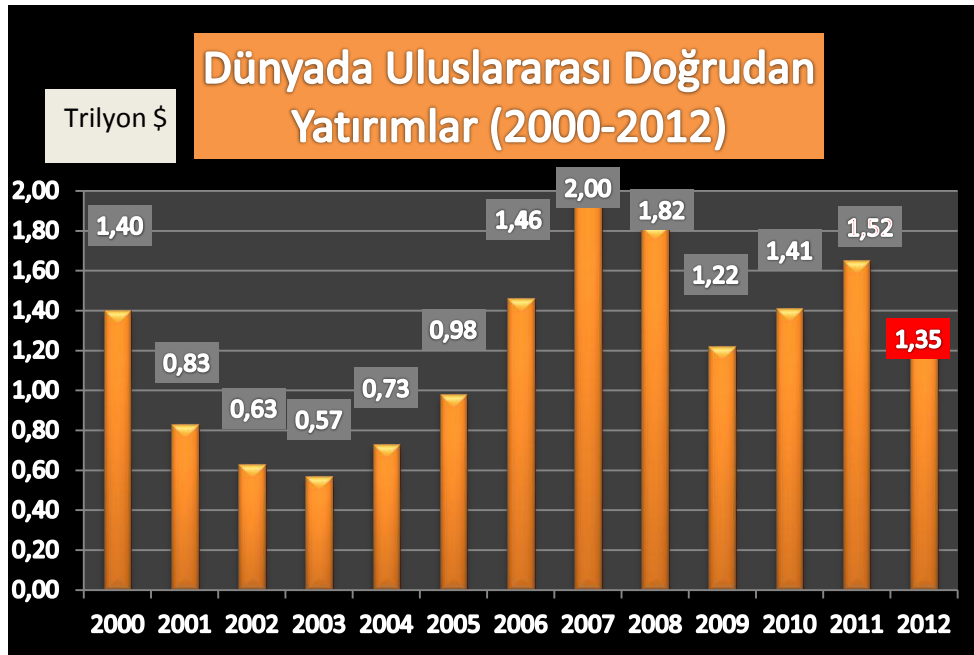
Dünya genelinde UDY girişleri 2011 yılında bir önceki yıla göre % 16,5 artışla 1,5 trilyon dolara yükseldi.

Türkiye'ye UDY girişleri 2011 yılında bir önceki yıla göre %76 artışla 15,9 milyar dolara yükseldi (UNCTAD, 2012).

Dünya genelinde UDY girişleri 2012 yılında bir önceki yıla göre % 18 azalarak 1,35 trilyon dolara düştü.

Türkiye'ye UDY girişleri 2012 yılında bir önceki yıla göre %23 azalarak 12,4 milyar dolara düştü.

Grafik 1. Dünyada Uluslararası Doğrudan Yatırımlar

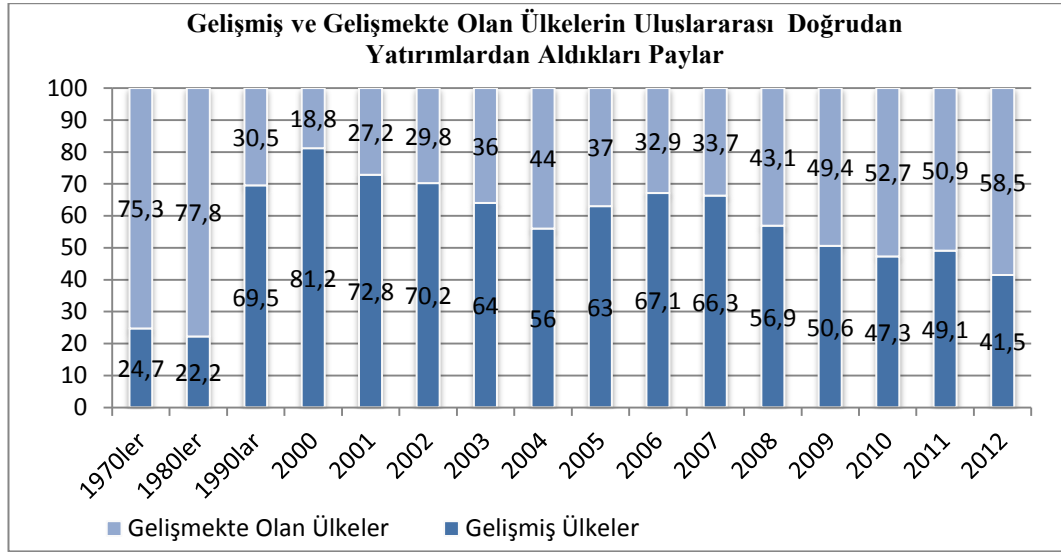


Kaynak: (YASED, 2013)

2.3.2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldıkları Paylar

2010 yılında gelişmekte olan ülkeler ilk kez global yatırımların %50'sinden fazlasını çekmişlerdir, 2011 yılında da bu durum korunmuş, 2012 yılında ise gelişmekte olan ülkeler farkı daha da açmışlardır (UNCTAD, 2013).

Grafik 2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldıkları Paylar



Kaynak: (YASED, 2013)

2.3.3. Bölgelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldığı Paylar

Bölgelerin uluslararası doğrudan yatırımlardan aldığı paylar incelendiğinde Gelişmiş bölgelerin doğrudan yatırımlardan aldığı pay azalırken, gelişmekte olan bölgelerin paylarının arttığı görülmektedir.

Tablo 2: Bölgelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldığı Paylar

Bölgelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldığı Paylar (2006-2012)							
(%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Avrupa	43.7	45.5	31.8	33.3	27.2	27.9	20.4
Kuzey Amerika	20.3	16.7	20.3	13.8	16.9	17.6	15.8

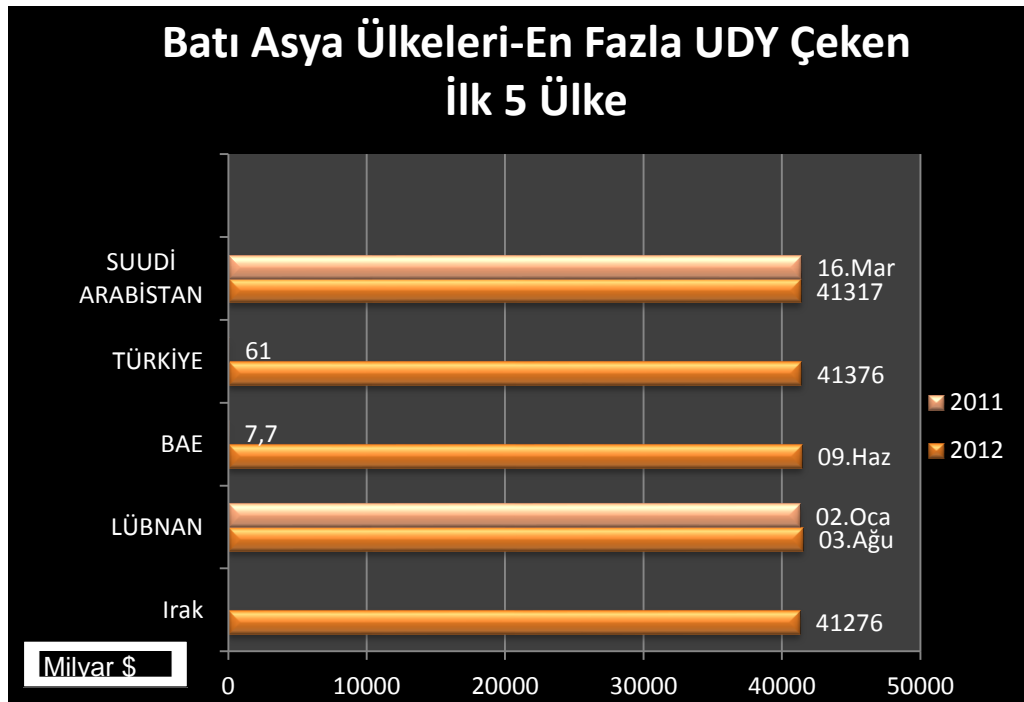
Tablo 2: Bölgelerin Uluslararası Doğrudan Yatırımlardan Aldığı Paylar'ın Devamı

Afrika	2.5	2.6	3.2	4.4	3.3	2.8	3.7
Asya	19.9	17.7	21.2	26.3	29.3	27.8	30.1
Doğu ve G. Doğu Asya	13.4	12.0	13.2	17.2	22.5	22.0	24.1
Batı Asya	4.6	4.0	5.1	5.5	4.4	3.2	3.5
Latin Amerika ve Karayipler	6.7	8.7	11.7	12.5	14.3	14.2	18.1
Okyanusya	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2
G. Doğu Avrupa	0.7	0.6	0.7	0.7	0.3	0.4	0.3
BDT	3.0	3.9	6.0	5.3	5.3	5.5	6.1

Kaynak: (YASED, 2013)

Batı Asya Ülkeleri - En Fazla UDY Çeken İlk 5 Ülke

Batı Asya ülkeleri arasında en fazla UDY çeken ülke 2011' de olduğu gibi 2012' de Suudi Arabistan olmuştur. Türkiye rapor kategorilerine göre yer aldığı bölgede 2. sırada yer almıştır.

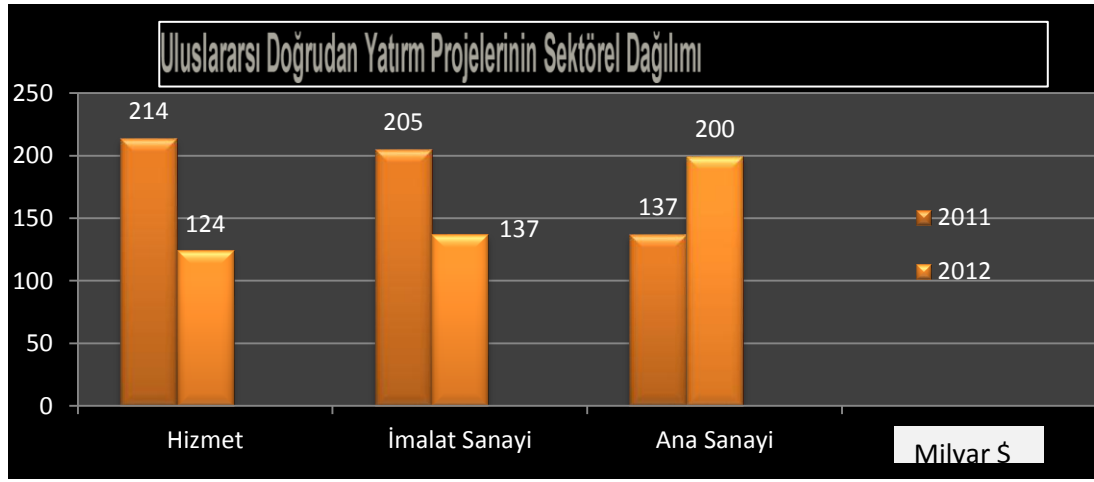
Grafik 3. Batı Asya Ülkeleri - En Fazla UDY Çeken İlk 5 Ülke

Kaynak: (YASED, 2012)

2.3.4. Uluslararası Doğrudan Yatırım Projelerinin Sektörel Dağılımı

2012 yılında UDY'nin sektörel dağılımına baktığımızda, tüm ana sektörlerdeki yatırım miktarında artış görülmektedir. 2011' de payı artan imalat sanayinin 2012 payının azaldığını, hizmet sektörünün yatırım payının ise arttığı görülmektedir (YASED, 2013).

Grafik 4. Uluslararası Doğrudan Yatırım Projelerinin Sektörel Dağılımı



Kaynak: (YASED, 2013).

2.4. Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımlarına Genel Bakış

Dünya devletleri günümüzde sosyal ve ekonomik yönden daha sıkı ilişki içerisinde dirler. Yabancı sermaye bu ilişkiyi sağlayan ve kuvvetlendiren faktörlerden biridir. Gelişmiş ülkeler az gelişmiş ülkeleri ve üçüncü dünya ülkelerini kalkındırmak amacıyla bu ülkelere kredi açmakta ve yatırım yapmaktadırlar (Demirbag, McGuinness ve Altay, 2010: 207-210).

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yatırımların büyük bir miktarı çok uluslu şirketler yoluyla olmaktadır. Çok uluslu şirketlerle gelen yabancı sermayenin karını arttırmak, ucuz üretim faktörlerini kullanarak maliyetlerini düşürmek ve pazar payını arttırmak gibi amaçları vardır (DPT, 2004).

Sermaye birikimi yetersiz olan gelişmekte olan ülkelerde yabancı sermayeye günümüzde ilgi artmaktadır. Buda yabancı sermayeye yapılan eleştirileri azaltmıştır.

Kapalı ekonomi politikaları uygulayan küçükü büyüklü birçok ülke dışa açılma politikalarının yoğunluk kazanması ile yabancı sermaye yatırımlarına daha olumlu yaklaşmaktadır (Demirbag, McGuinness ve Altay, 2010: 207-210).

Yurt dışında yatırım yapacak ülkeler yatırımlarını gerçekleştirecekleri ülkelerde daha seçicidirler. Politik istikrarı uzun süreli kılabilcek ülkelere yatırım yapmak eğilimindedirler. Türkiye'de yabancı sermayenin geçmişi eskilere dayanmakla beraber geçmişle olduğu gibi günümüzde de istenen yabancı sermaye düzeyine ulaşamamıştır. Çeşitli ülkeler yabancı, sermayeyi kendilerine çekmek için bir çok alternatifler kullanırken Türkiye'de istenen politikalar ve teşvikler sağlanamamıştır (Afşar, 2007: 33).

Son yıllardaki Türkiye'deki ekonomik ve siyasi istikrar, turizm alanında yapılan güçlü tanıtım ve reklamlarla birlikte yabancı yatırımcılar Türkiye'ye yönelik olarak oldukça ilgililerdir. Türkiye yatırım yapmak için cazip ülkelerin başında gelmektedir.

2005 yılı Türkiye için uluslararası doğrudan yatırımlar açısından tarihi zirvenin görüldüğü yıl olma özelliği taşımaktadır. 2004 yılına göre yaklaşık 3,5 kat artış gösteren uluslararası doğrudan yatırım girişi 2005 yılında 9,7 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. Türkiye 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemler itibariyle incelendiğinde uzun dönemli eğilimde önemli bir pozitif yönlü kırılmanın gerçekleştiği görülmektedir. Türkiye'ye yapılan uluslararası doğrudan yatırım 1995-2000 döneminde ortalama 853 milyon ABD Doları düzeyinde iken, özellikle 2003 yılı ve sonrasında Türkiye'nin çektiği doğrudan yatırım artış göstermiş ve 2005 yılında 9,7 milyar ABD Doları düzeyine yükselmiştir (T.C. Hazine Müsteşarlığı, 2007: 14).

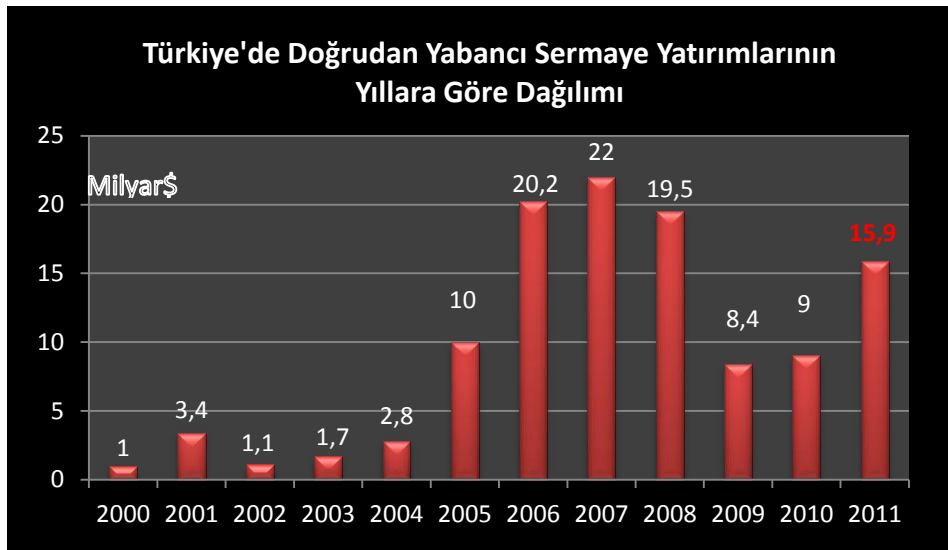
2.4.1. Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Yıllara Göre Dağılımı

2011 yılının ilk 9 ayı itibari ile uluslararası doğrudan yatırım (UDY) girişleri 11,5 milyar \$ olmuştur. Bu rakam, geçtiğimiz yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında % 99 oranında bir artışı ifade etmektedir.

2011 yılının ilk 9 ayı itibari ile Türkiye’ye 11,5 milyar dolarlık UDY girişinin 9,3 milyar dolarını net doğrudan yabancı sermaye girişleri, 1,5 milyar dolarlık kısmını ise yurtdışında yerleşik kişilerin gayrimenkul alımları oluşturmuştur.

Türkiye’ye UDY girişleri 2010 yılında bir önceki yıla göre %8 artışla 9,1 milyar dolara çıktı. 2011 UDY girişlerinde ise 15,9 milyara çıktığını görmekteyiz.

Grafik 5. Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Yıllara Göre Dağı



Kaynak: (YASED, 2012)

2012 yılının ilk dokuz ayı itibariyle, Türkiye UDY girişleri 10,1 milyar \$ olmuştur. Bu rakam geçtiğimiz yılın aynı döneminde 11,5 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2012 yılı sonunda Türkiye’ye doğrudan yatırımların 16 milyar \$ üzerinde gerçekleşmesi öngörülmektedir (YASED, 2012).

YASED’ in yıl sonu için girişlerin 12 milyar \$ civarında kalacağına dair tahmini geçerliliğini korumaktadır. Stok yatırım değeri Ağustos 2011 itibari ile

145,3 milyar \$'dır. Ekonomi Bakanlığı verilerine göre, Türkiye'deki toplam uluslararası sermayeli şirket sayısı, Eylül 2011 sonu itibariyle 28,833'e ulaşmıştır.

2012 yılının ilk dokuz ayında Türkiye'ye 10.1 milyar \$'lık UDY girişlerinin 7,8 milyar \$'ını net doğrudan yabancı sermaye girişleri, 419milyon \$'ını diğer sermaye girişleri ve 1,8 milyar \$'lık kısmını ise yurtdışına yerleşik kişilerin gayrimenkul alımları oluşturmuştur (YASED,2012)

Tablo 3: Türkiye'ye Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişlerinin Dağılımı

Türkiye'ye Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişlerinin Dağılımı							
	2007	2008	2009	2010	2011/ ilk yarı	2011/ son yarı	2012
Sermaye (Net)	18394	14.712	6.170	6203	14.069	9.856	7.822
Giriş	19.137	14.747	6.252	6238	16.060	11.799	7.974
Çıkış	-743	-35	-82	-35	-1.991	-1.943	-152
Diğer Sermaye (Net)	727	1.855	459	341	3	118	419
Gayrimenkul(Net)	2926	2.937	1.782	2.494	20.13	1.506	1.845
Toplam	22.047	19.504	8.411	9.038	16.085	11.480	10.08 6

Kaynak:YASED,Kasım 2012

2.4.2.Yabancı Sermayeli Şirket Sayılarının Sektörlere Göre Dağılımı

YASED' in yıl sonu için girişlerin 12 milyar \$ civarında kalacağına dair tahmini geçerliliğini korumaktadır. Stok yatırım değeri Ağustos 2011 itibari ile 145,3 milyar \$'dır. Ekonomi Bakanlığı verilerine göre, Türkiye'deki toplam uluslararası sermayeli şirket sayısı, Eylül 2011 sonu itibariyle 28,833'e ulaşmıştır.

Eylül 2011 sonu itibari ile en fazla UDY girişinin olduğu sektörler, 5,3 milyar \$ giriş ve toplam girişlerde %47 pay ile finans sektörü ve takiben 2,6 milyar \$ giriş ve %23 pay ile enerji (elektrik, gaz, su) sektörü olmuştur.

2012 yılının ilk dokuz ayı itibariyle, sanayi sektörü %57 pay ile girişlerin en fazla olduğu sektör olmuştur. Gıda, içecek ve tütün ürünleri imalatı, toplam girişlerde %46 paya sahip imalat sanayi girişlerindeki ana kalemi oluşturmuştur. Geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre (ocak-eylül 2011) yaklaşık 4 kata kadar bir artış gerçekleşmiştir.

Toplam girişlerin %43'ü ise hizmetler sektörüne girişlerdir. Bu alandaki toplam girişlerde %38 paya sahip olan inşaat sektörü öne çıkmıştır. Geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yaklaşık 6 kata kadar bir yükseliş gerçekleştirmiştir. Finans ve sigorta sektörü %23 pay ile takip eden diğer başlıca hizmet sektörü olmuştur (YASED,2012).

Tablo 4: Türkiye'ye Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişlerinin Dağılımı

Türkiye'ye UDY Girişlerinin Sektörel Dağılımı							
Sektörler (Milyon\$)	2007	2008	2009	2010	2011	2010\son dönem	2012 \ son dönem
Tarım	9	41	48	80	32	26	34
Sanayi	5.037	5.186	3.889	2.884	7.965	4.607	4.537
İmalat	4.131	3.971	1.642	923	3.570	1.925	3696
Elektrik,gaz	567	1.055	2.153	1.823	4.247	2.638	695
Madencilik	336	145	89	135	146	43	146
Hizmetler	14.091	9.520	2.315	3.274	8.063	7.166	3.403
İnşaat	287	337	209	314	305	221	1.304
Finans ve Sigorta	11.717	6.136	817	1.620	5.884	5.486	798
İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet	176	147	105	112	231	160	308
Gayrimenkul Faaliyetleri	448	453	210	241	301	260	183
Toptan Perakende Ticaret	234	2.088	390	435	707	603	174
Ulaştırma,Depolama	679	96	230	182	222	177	116
Diğer Hizmetler	550	263	354	370	413	259	520
Toplam Giriş	19.137	14.747	6.252	6.238	15.852	11.799	7.974

Kaynak: (YASED,2012)

Ülkemize yapılan yabancı sermaye yatırımlarını sektörel açıdan incelediğimizde, bu yatırımların %1.74'ünün tarım, %1.07'sinin madencilik, %56.75'inin imalat sanayii ve %40.44'ünün ise hizmetler sektöründe yapıldığı anlaşılmaktadır.

Madencilik sektöründe, çok sayıda çokuluslu şirket ülkemizde arama faaliyetlerini sürdürmekte ve bunlar olumlu sonuçlar vermektedir. Bazı firmalar ise, maden işleme tesisleri kurmuşlardır.

Tarım sektörüne yapılan yabancı sermaye yatırımları ise, genellikle sigara ve gıda sektörlerinde toplanmaktadır. Gıda sektörüne yapılan yabancı sermaye yatırımları ise, özellikle su ürünleri işleme, hazır ve dondurulmuş gıda üretimi gibi konularda yoğunlaşmaktadır.

Diğer taraftan, imalat sanayindeki yabancı sermaye yatırımları, özellikle son yıllarda otomotiv ve otomotiv yan sanayi alanlarında gerçekleşmiştir. Japon Toyota firması ve Sabancı Grubu ortaklığı ile Adapazarı'nda 100.000 adet/yıl otomobil üretmek üzere başlatılan yatırımı, Hyundai ve Honda gibi büyük firmalarla yapılan yatırımlar izlemiştir. Ayrıca mevcut otomobil tesisleri de kapasite artışı ve modernizasyon amaçlı büyük yatırımlar yapmışlardır. Bunların dışında, elektronik sanayileri de en çok yatırım yapılan alanlardır. Çimento sektöründe ise, büyük çaplı tevsî ve modernizasyon yatırımları yapılmıştır (YASED, 2012).

Hizmetler sektöründeki yabancı sermaye yatırımlarının büyük kısmı, turizm sektörüne yapılmaktadır. Ayrıca, yabancı sermayeli hipermarket yatırımları da son yıllarda hızla artmaya başlamıştır. En fazla yatırım yapılan on sektörün ilk üç sırasında hizmetlerle ilgili sektörler yer almış ve bunları sanayi sektörleri izlemiştir. İlk üç sırayı paylaşan bankacılık ve diğer finans sektörleri ile turizm ve ticaret sektörlerine yapılan yatırımlar, toplam yabancı sermaye yatırımlarının yaklaşık 1/3'ünü geçmektedir. İlk üç hizmet sektörün takip eden sanayi sektörleri sırasıyla otomotiv, kimya ve tütün işletmesidir. İlk on sektöre yapılan yabancı sermaye yatırımları, toplam yabancı sermaye yatırımlarının yaklaşık 3/4'ünü oluşturmaktadır. (Teşvik Çalışma Gubu, 2009).

2.4.3. Yabancı Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Sektörlere Göre Dağılımı

Türkiye'deki uluslararası sermayeli şirketlerin sermaye büyüklüğüne göre dağılımına bakıldığında, 2007-2011 yılları arasında sermayesi 50.000 doların altında olan şirketlerin toplam şirket sayısı içindeki payları giderek azalma eğilimi göstermiştir.

Bununla birlikte, sermayesi 50.000-200.000 dolar arasında olanların payı 2007 yılında %27,4 iken bu oran artarak 2011 yılında %39,1 olmuştur.

Sermaye büyüklüğü 500.000 doların üzerinde olan uluslararası sermayeli şirketlerin toplam şirket sayısı içindeki payı 2007-2011 döneminde ortalama yıllık %12,6 düzeyinde olmuştur.

Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Sektörlere Göre Dağılımı (2010-2011)

Tablo 5: Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Sektörlere Göre Dağılımı (2010-2011)

SEKTÖRLER	2010					2011				
	SERMAYE TUTARI (Dolar)									
	<50.000	50.000-200.000	200.000 - 500.000	>500.000	Toplam	<50.000	50.000 - 200.000	200.000 - 500.000	>500.000	Toplam
Tarım, Avcılık, Ormanlık ve Balıkçılık	20	22	10	9	61	25	26	6	6	63
Madencilik ve Taşocakçılığı	41	23	6	12	82	33	35	14	12	94
İmalat Sanayii	153	150	51	73	427	133	163	49	69	44
Gıda Ürünleri, İçecek ve Tütün İmalatı	26	27	2	10	65	10	16	6	8	40

Tablo 5: Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sermaye Büyüklüğü Açısından Sektörlere Göre Dağılımı (2010-2011)'in Devamı

Tekstil Ürünleri İmalatı	6	11	2	3	22	9	13	5	4	31
Kimyasal Madde ve Ürünlerin İmalatı	16	16	5	14	51	23	15	4	12	54
Makine ve Teçhizat İmalatı	11	9	3	6	29	9	17	7	3	36
Motorlu Kara Taşıtı , Römork, Yarı-Römork İmalatı	3	2	2	1	8	3	1	1	6	11
Diğer İmalat	91	85	37	39	252	79	101	26	36	242
Elektrik, Gaz ve Su	45	34	9	34	122	62	41	7	19	129
İnşaat	124	121	35	38	318	154	173	51	37	415
Toptan ve Perakende Ticaret	492	439	98	78	1.107	568	595	119	105	1.387
Oteller ve Lokantalar	71	50	12	10	143	32	43	7	6	88
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama Hizmetleri	149	128	27	32	336	176	194	42	42	454
Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri	6	2	1	6	15	14	3	2	11	30
Gayrimenkul Kiralama ve İş Faaliyetleri	301	144	31	42	508	406	232	33	41	712
Diğer Toplumsal, Sosyal ve Kişisel Hizmet Faa.	96	46	16	17	175	122	49	7	15	193
Toplam	1.498	1.159	296	351	3.304	1.725	1.554	337	363	3.979

Kaynak: (YASED, 2012).

2011 yılında kayıtlı sermayesi 500.000\$ 'ın üzerinde olan 363 adet uluslararası sermayeli şirket kurulmuş olup bu şirketlerin 105 adedi toptan ve

perakende ticaret sektöründe, 69 adedi imalat sanayinde, 42 adedi ulaştırma, haberleşme ve depolama hizmetlerinde, 41 adedi gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri sektöründe, 37 adedi inşaat sektöründe ve 19 adedi elektrik, gaz ve su sektöründe faaliyette bulunmaktadır. Ayrıca, 2011 yılında faaliyete başlayan bu büyüklükteki şirketlerin sayısı, bir önceki yıla göre gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri sektöründe %37,4'lük; ulaştırma, haberleşme ve depolama hizmetlerinde %35,1'lik; inşaat sektöründe ise %30,5'lik artış göstermiştir.

2.5. Türkiye'de Doğrudan Dış Yatırımların Gelişme Trendi

UNCTAD'ın geçici verilerine göre, 2011 yılında global uluslararası doğrudan yatırım akışının, kriz öncesi dönem seviyelerinde (1,4-1,6 trilyon \$) gerçekleşmesi beklentisi halen korunmakta ancak global ekonomideki belirsizliklerin artması sebebiyle temkinli yaklaşılmaktadır. Bu geçici verilere göre, 2011 yılı ilk yarısında 720,7 milyar dolarlık UDY girişi gerçekleşmiştir (UNCTAD, 2011).

İlk defa 2010 yılında gelişmiş ölkelerden daha fazla UDY çeken gelişmekte olan ölkelerin, 2011 yılının ilk yarısı itibariyle global yatırımların yine yüzde 50'sinden fazlasını çekmiş olduğu görölmektedir.

Türkiye'nin de içinde bulunduğu Batı Asya bölgesi, 2010 yılı ikinci yarısı itibariyle global krizin etkilerinden kurtulmasına karşın hemen ardından Arap bölgesinde yaşanılan politik istikrarsızlardan etkilenmiştir. Buna karşın Türkiye, UDY girişlerini artırabilmiş ve bölgedeki UDY girişinin üçte birini tek başına karşılamıştır.

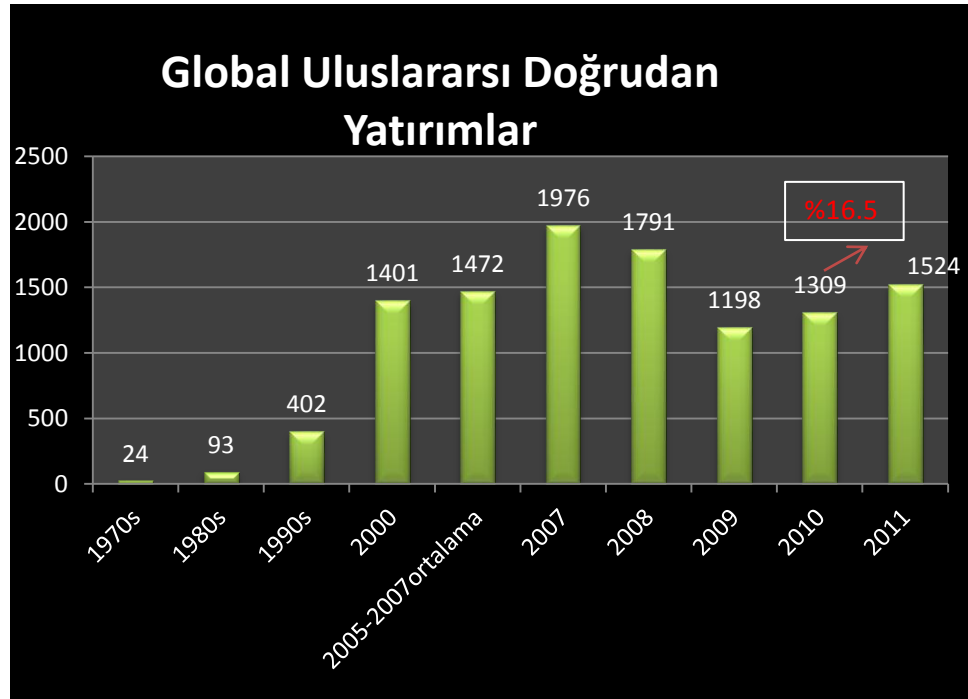
Birleşme-satın almalar (M&A) ise, 2011 yılı ilk üç çeyreğinde değerini 352 milyar dolara kadar yükselterek, 2007 yılından bu yana en yüksek artışını gerçekleştirmiştir. Ancak Avrupa ve ABD'de yaşanılan krizin bu trende olumsuz yansıtacağı öngörülmektedir.

Avrupa ve ABD’de düşüşler sürerken; Başta Çin ve Hindistan olmak üzere Güney Asya ülkeleri ve Brezilya başta olmak üzere Latin Amerika ülkeleri, gelişmekte olan bölgeler arasında yine önde yer almaktadır

Türkiye ‘nin de içinde bulunduğu Batı Asya bölgesinde, global krizin etkileri ve içinde bulunduğu siyasi kriz ortamı sebebiyle UDY girişlerinde çok az bir oranda artış gözlenmiştir. Buna rağmen Türkiye, istisna oluşturarak UDY girişlerini %21 artırabilmiştir (YASED, 2012).

Dünya genelinde UDY girişleri, 2011 yılında bir önceki yıla oranla %16,5 artışla 1,5 trilyon \$’ a yükselmiştir. Böylece kriz öncesi ortalama aşılmıştır. Ancak bu değer, kriz öncesi tavan noktası olan 2007 yılındaki 1,98 trilyon dolar seviyesinin %23 altındadır.

Grafik 6: Global Uluslararası Doğrudan Yatırımlar



Kaynak: (YASED, 2012).

Global UDY girişlerindeki toparlanma, global ekonomideki belirsizliklerin sürmesi sebebiyle, halen kararlı ve sağlam gözükmemektedir. Global ekonominin canlandırılması yönünde, özel sektör yatırımları önem kazanmaktadır. Hükümetlerin

bu yatırımları kolaylaştırıcı ve destekleyici önlemler alması gerekmektedir (UNCTAD, 2011).

UNCTAD'ın genel geçici verilerine göre 2012 ilk yılı yarısında global uluslararası yatırım akışı geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre %8 düşerek 668 milyar \$'a ulaşmıştır. Tüm yıl için ise, global ekonomideki yavaş ve inişli çıkışlı toparlanma süreci, global piyasalarda görülen zayıf talep ve düzenleyici yapıdaki değişikliklerden kaynaklı artan risk faktörü, yatırımcıların bekle ve gör politikasını benimsemelerine sebep olmaktadır. 2012 yılının ise 1,6 trilyon \$'ın biraz altına gerçekleşmesi beklenmektedir.

İlk defa 2010 yılında gelişmiş ülkelerden daha fazla UDY çeken gelişmekte olan ülkelerin, 2012 yılının ilk yarısı itibariyle global yatırımların yine %50'sinden fazlasını çekmiş olduğu görülmektedir. Çin, ABD'yi de geçerek en fazla uluslararası doğrudan yatırım çeken birinci ülke olmuştur (UNCTAD, 2012).

Uluslararası Endekslerde Türkiye

Tablo 6: Uluslararası Endekslerde Türkiye

ENDEKS	YILLAR İTİBARI İLE TÜRKİYE'NİN SIRALAMALARI										DEĞİŞİM YÖNÜ
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
World Bank İş Yapma Kolaylığı Endeksi	-	-	-	84	91	60	63	60	68	71	↓
UNCTAD Dünya Yatırım Raporu UDY Girişi Sıralaması	52	37	22	17	25	20	30	27	23		↑
AT Kearney UDY Güven Endeksi	24	-	13	-	20	-	-	23	-	13	↑

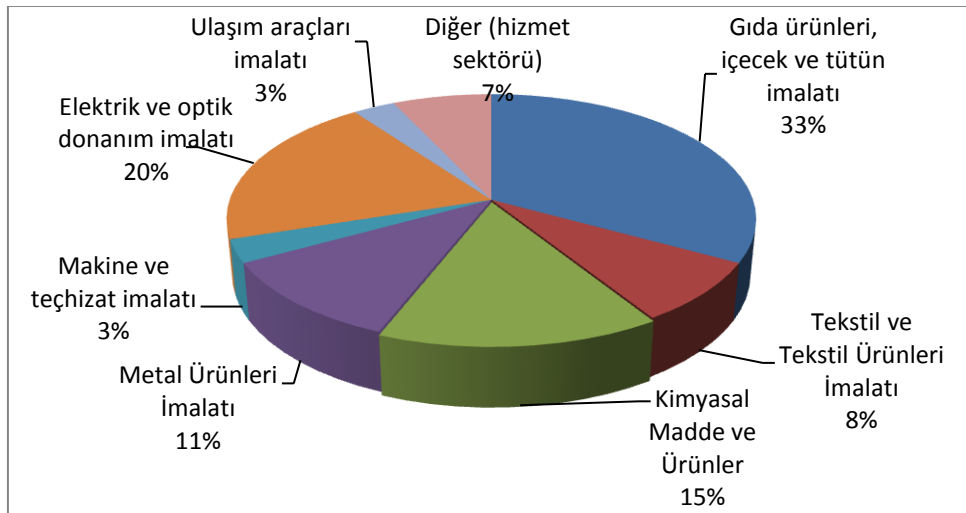
Tablo 6: Uluslararası Endekslerde Türkiye'nin Devamı

WEF Küresel Rekabetçilik Endeksi	65	66	66	58	53	63	61	61	59	43	↑
IMD Küresel Rekabetçilik Endeksi	48	46	39	43	48	48	47	48	39	38	↑
Transpary Internatiol Yolsuzluk Algılama Endeksi	77	77	65	60	64	58	61	56	61		↓

Kaynak : (YASED, 2012).

2.5.1. Türkiye’de Doğrudan Dış Yatırımların Girdiği Başlıca Endüstriler

Geçtiğimiz yılın aynı dönemi (Ocak-Eylül) ile kıyaslandığında, 2011 yılının ilk üç çeyreğinde sanayi alanındaki UDY girişleri 1 milyar \$’dan 4,3 milyar \$’a yükselmiştir. Gıda ürünleri, içecek ve tütün imalatı alanındaki girişler imalat sanayi genelinde %33 payla birinci sırada yer alırken, elektrikli ve optik donanım imalatı %20 pay ile takip eden diğer başlıca imalat sanayi alanı ve % 7 lik payı ile hizmet sektörü olmuştur.

Grafik : 7 Türkiye’de Doğrudan Dış Yatırımların Girdiği Başlıca Endüstriler

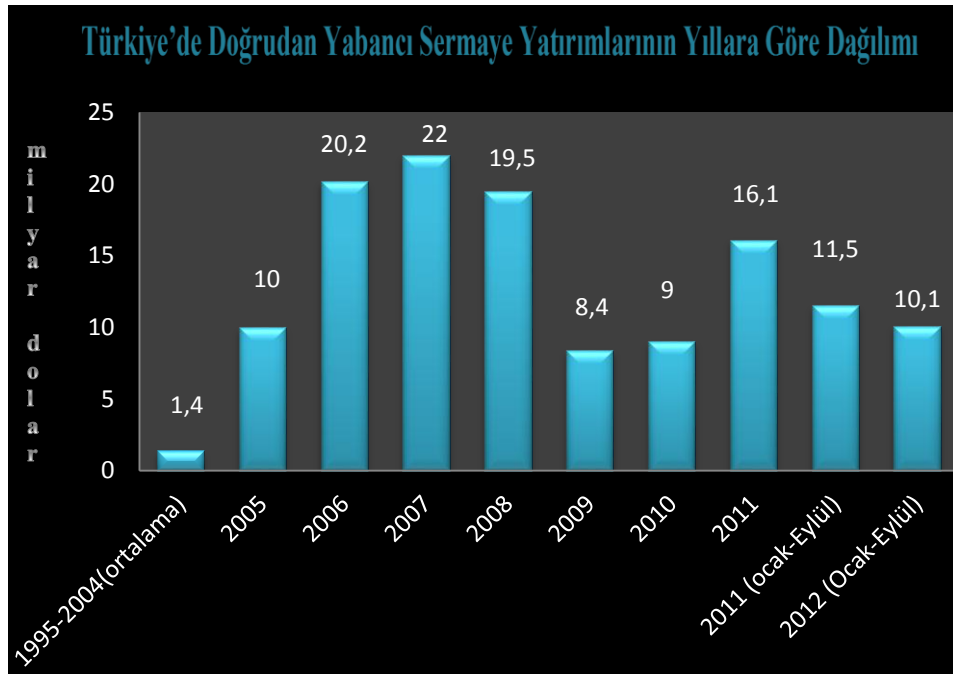
Kaynak: (YASED, 2011).

2.5.2. Türkiye’de Doğrudan Dış Yatırımların Giriş Usulleri

Türkiye’ye UDY girişleri 2010 yılında bir önceki yıla göre %8 artışla 9 milyar dolara çıktı. 2011 UDY girişlerinde ise 16,1 milyara çıktığını görmekteyiz.

2011 yılının ilk 9 ayı itibari ile uluslararası doğrudan yatırım (UDY) girişleri 11.5 milyar \$ olmuştur. Bu rakam, 2010 ile karşılaştırıldığında % 99 oranında bir artışı ifade etmektedir. 2012 yılının ilk 9 ayı itibari ile ise UDY girişleri 10.1 milyar\$ ile düşüş göstermektedir.

Grafik 8 : Türkiye’de Doğrudan Dış Yatırımların Giriş Usulleri



Kaynak: (YASED, 2012)

2.5.3. Türkiye’de Yabancı Sermayeli Şirketler Ve Ülkelere Göre Dağılımı

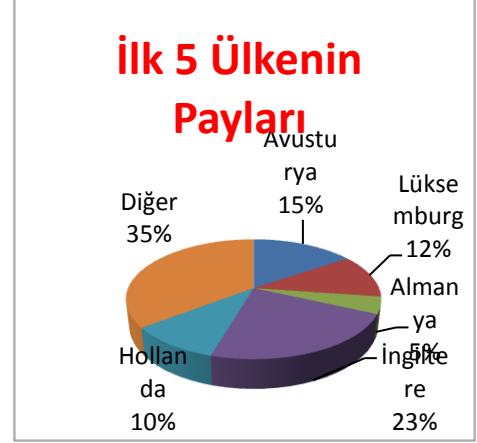
2012 yılının ilk üç çeyreğinde Türkiye’ye en fazla UDY girişini sağlayan ülkeler İngiltere, Avusturya, Lüksemburg, Hollanda ve Almanya olmuştur (YASED, 2012).

2012. Çeyrek Sonu İtibari ile UDY Girişlerinde Başlıca Ülkeler ve Payları

Tablo 7: UDY Girişleri

İlk 10 Ülke	UDY Girişi (milyon\$)
1 İngiltere	1.957
2 Avusturya	1.394
3 Lüksemburg	1.044
4 Hollanda	875
5 Almanya	414
6 Lübnan	315
7 İsviçre	307
8 Azerbaycan	294
9 ABD	278
10 Malezya	230
Diğer	866
Toplam	7.974

Grafik: 9 İlk 5 ülkenin payları



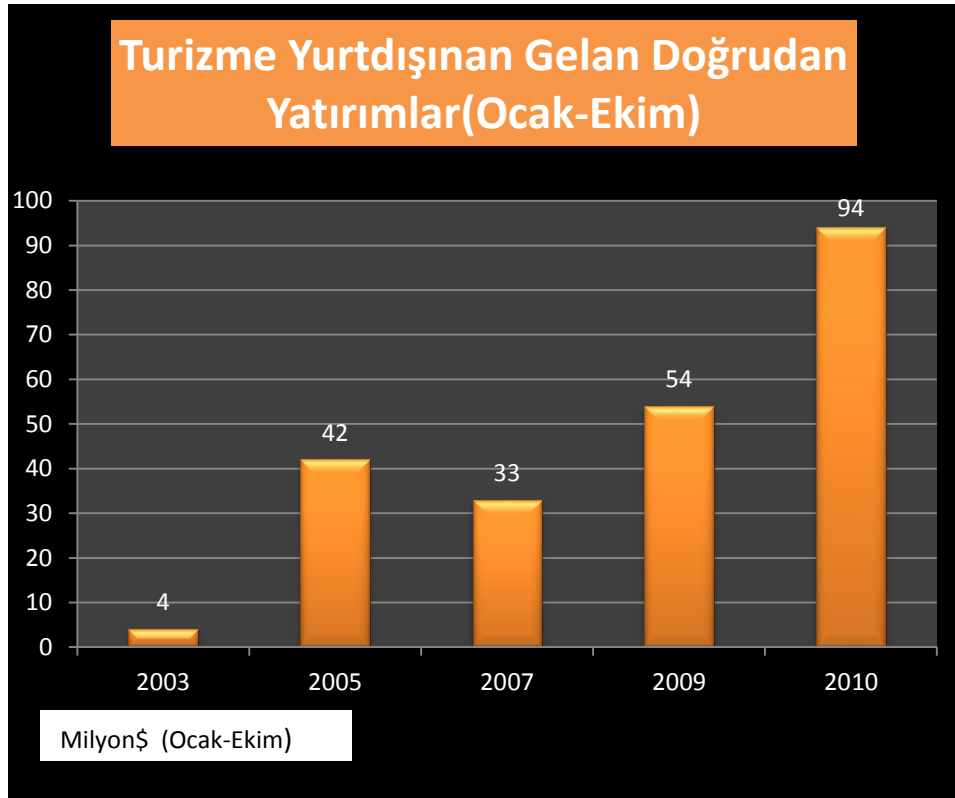
Kaynak: (YASED, 2012)

Merkez Bankası tarafından açıklanan verilere göre, yurtdışından turizm sektörüne yönelik doğrudan yatırımlar 10 aylık dönemde 3,4 kat artarak 94 milyon dolara ulaştı. Doğrudan yatırımlar geçen yılın aynı döneminde 21 milyon dolar olarak gerçekleşmişti. Türkiye'ye yapılan doğrudan yatırımlardan turizm sektörünün aldığı pay da arttı. Geçen yıl yüzde 0,86 olan bu oran, 2010 yılının 10 aylık döneminde yüzde 2,52'ye yükseldi. Ekin Grubu Araştırma Birimi'nin Merkez Bankası verilerinden derlediği bilgilere göre, yurtdışından Türkiye'ye yapılan doğrudan sermaye yatırımları azalırken, turizme yönelen yatırımlarda artış kaydedildi. Yılın 10 aylık döneminde, Türkiye'ye yapılan doğrudan yatırımlar, yüzde 28 dolayında gerileyerek 5,1 milyar dolardan 3,7 milyar dolara indi. Bu dönemde turizm sektörüne yönelik doğrudan yatırımlar ise 3,4 kat artarak 94 milyon dolara ulaştı. Doğrudan yatırımlar geçen yılın aynı döneminde 21 milyon dolar olarak gerçekleşmişti. Diğer yandan Türkiye'ye yapılan doğrudan yatırımlardan turizm sektörünün aldığı pay da arttı. 2009'da yüzde 0,86 olan bu oran, 2010 yılının 10 aylık döneminde yüzde 2,52'ye yükseldi (Merkez Bankası, 2011).

2.5.4. Turizme Yurtdışından Gelen Doğrudan Yatırımlar

Türkiye turizmine 2010 yılında yurtdışından gelen Doğrudan yatırımlar 94 milyon \$'a ulaşmıştır.

Grafik 10. Turizme Yurtdışından Gelen Doğrudan Yatırımlar

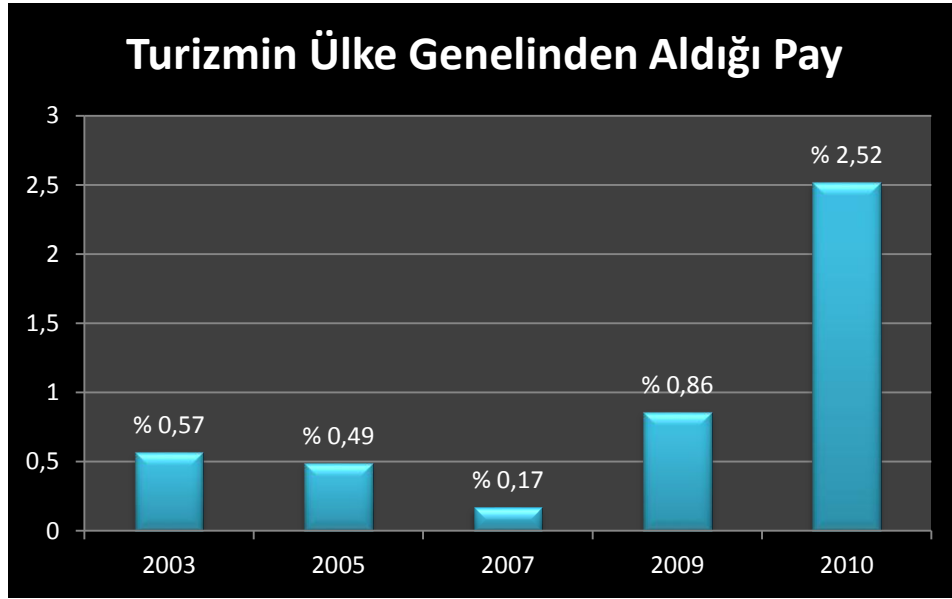


Kaynak : (YASED, 2012).

Turizmin Ülke Genelinden Aldığı Pay

Turizmin ülke genelinden aldığı payı yıllara göre değerlendirdiğimizde 2007 yılına kadar inişli çıkışlı bir grafik izlediğini görüyoruz. 2010 yılında ise % 2,52 ile en yüksek değerine ulaşmıştır.

Grafik 11.Turizmin Ülke Genelinden Aldığı Pay



Kaynak : (Turizm Yatırımcılar Derneği [TYD], 2011).

Türk turizminin ekonomik değeri yalnızca hızlı gelişme gösteren bir sektör olmasında yatmamakta, turizm faaliyetleri aynı zamanda döviz açlığı çeken Türk ekonomisine hatırı sayılır bir yabancı para girişi sağlamaktadır. Özellikle sermaye çıkışları ile karakterize edilen kriz yıllarında (örneğin 2001), turizm sektörünün ekonomiye kazandırdığı döviz varlıkları, finansal ve makroekonomik istikrarın sağlanmasına ve yeniden toplanma hamlelerine dolaylı ve doğrudan kanallarla büyük katkılar sağlamaktadır. Her ne kadar dış ticaret açığını bütünüyle kapatmaya yetmese de, döviz kuru dalgalanmalarından kaynaklanabilecek makro-ekonomik şoklara karşı Türk ekonomisine belirli bir dayanıklılık kazandırmaktadır (Turizm Yatırımcılar Derneği [TYD], 2011).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜ VE YABANCI SERMAYEYATIRIMLARI İLİŞKİSİ

3.1. Turizm Sektörü ve Özellikleri

Turizm sektörünü belli bir sektörün içine almak pek mümkün değildir. Turizm sektörü genel olarak hizmet sektörü genel olarak içindedir ancak diğer sektörlerden de yararlanır. Diğer sektörlerden girdi alır ve çıktı olarak ortaya koyar.

DPT'ye göre turizm sektörünün tanımı: Türkiye'ye gelen yabancıların sayısını ve turizm gelirlerini artırmak, iç turizmi geliştirmek ve yurt dışına çıkan vatandaşların seyahatlerini düzenlemekle ilgili tüm faaliyetlerdir. Bu faaliyetler; tedbir, yatırım, planlama ve uygulamadır (Olalı & Timur, 1988: 237).

Ulusal ve uluslararası düzeyde turizm kavramı tanımındaki fonksiyonları; hizmetler sektöründen geniş ölçüde tarım ve sanayi sektöründen belli ölçüde yararlanarak yerine getiren girişimlerin, serbest malları da değerlendiren bir turizm endüstrisi oluşturmak için genel ekonominin belli bir kesiminde ortaya çıkan yatırım, tedbir, planlama ve uygulama faaliyetlerinin bütünüdür (Olalı ve Timur, 1988: 238; Özgül, 1995).

Hükümet hizmetleri, genel kamu hizmetleri, teşebbüs ve özel kurumların hizmetleri, dinlenme-eğlence vb. hizmetler ve kişisel hizmetler hizmet sektörü içinde yer alan başlıca hizmet çeşitleridir (Wanhill, 1988: 136).

Kısaca turizm sektörü daha belirgin bir biçimde dinlenme-eğlence vb. hizmetler içerisinde yer almakla birlikte, turizm sektörünü her hizmet alanında görmek mümkündür. Ayrıca turizm sektörü karma ekonomik yapıya uygunluk göstermektedir.

Turizm sektörünün ilgili olduğu ve seyahat edenlere dolaylı ve/veya doğrudan mal ve hizmet sağlayanlar üç kategoride ele alınabilir. Birincisi seyahat edenlere doğrudan hizmet sağlayan birimler, ikincisi destek hizmetleri, üçüncüsü ise turizmin gelişmesine destek sağlayan birimler yer almaktadır (Foster, 1985: 67; Yağcı, 2003: 16).

Turizm sektörü, dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen sektörlerindedir. Bu yüzden hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler bu sektörden kar sağlama çabası içindedirler. Küreselleşme ve uluslararası firmaların birleşme faaliyetleri dünya çapında turizm endüstrisini doğrudan etkilemektedir (Çeken, 2003, s. 27). Dış seyahat ve turizm endüstrisi dünya ekonomisinin yaklaşık %7'sini oluşturmakta ve dünya ekonomisi içindeki en büyük 8. Ekonomik katkıyı sağlamaktadır. Son 10 yıl içerisinde dünya ekonomisinde milli gelir ortalama %3,5 olarak gerçekleşirken, uluslararası turizm hareketlerinin ortaya çıkardığı gelir artışı ise %4 olmuştur (Ünlüönen ve Tayfun, 2009: 8).

Uluslararası seyahat konusunda politik engellerin kaldırılması ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin hızla güçlenmesi ile uluslararası turizm 21. Yüzyılda dünyanın en büyük endüstrisi olacaktır. Günümüze kadar uluslararası turizmde katılanlar yalnızca gelişmiş ülkelerdi. Artık ekonomik kalkınmalarını gerçekleştirebilen gelişmekte olan ülkeler de diğer ülkelere önemli ölçüde turist gönderebilecek hale gelmişlerdir (Wanhıll, 1988: 21).

Turizm sektörünün ekonomideki etkinliği yüksektir. Az bir ithalat ile kısa zamanda döviz arzını etkilemesi, fazla istihdam imkanı sağlaması, yüksek oranda katma değer oluşturması ve bölgeler arası dengesizliği gidermesi dolayısıyla ülke ekonomisi açısından önemlidir (Yağcı, 2003: 13; İçöz, 2005: 28).

Turizm sektörler kesiti olma özelliği ve sektörün sınırlarını belirlemedeki zorluklar sebebiyle, sektörün analizinde kullanılabilecek bir veri toplama sisteminin oluşturulmasını engellemektedir.

3.2. Turizmde Yabancı Sermaye

Küreselleşme sürecinde doğrudan yabancı sermaye yatırımları önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde gelişme sürecinde; dışa açılmada, tasarruf yetersizliğinin aşılmasında, dış pazarlarda rekabet gücünü artırmada ve yatırım eksikliğini gidermede doğrudan yabancı yatırımlar önemli bir rol oynamaktadır.

3.2.1. Turizmde Yabancı Sermaye Kavramı

Teorik olarak üretimin iki önemli faktöründen biri olan sermayenin arttırılması, ekonomik büyümenin temel kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir (Buckley ve Geyikdağı, 1996: 5). Dolayısıyla, emeğe oranla sermaye birikiminin artış göstermesi, ülkelerin daha hızlı bir büyüme sürecine girmelerine neden olabilir. Ancak, az gelişmiş ülkelerin [AGÜ] ve gelişmekte olan ülkelerin [GOÜ]yeterli tasarruf düzeyine sahip olmaması, büyümenin de istenildiği ölçüde gerçekleştirilememesi anlamına gelmektedir. Çünkü, bu ülkeler düşük gelir düzeyine sahiptirler. Düşük gelir düzeyinde tasarruflar da yetersizdir. Tasarruflar yetersiz olunca yatırıma yönlendirilecek kaynaklar da çok düşük düzeyde kalmaktadır. Buna AGÜ'in döviz gelirlerinin yetersizliği ve ihracat yapma olanaklarının sınırlı olması eklenirse, AGÜ ve GOÜ'in dış kaynak bulma arayışlarına girdikleri bilinmektedir (Hymer, 1970: 442). Nitekim iktisadi kalkınmada dış finansman (dış tasarruf) kaynakları iç finansman kaynakları kadar, sermaye birikiminin elde edilmesi yolunda iki önemli faktörden biri durumundadır. İç tasarrufların ya da döviz gelirlerinin yetersiz düzeyde olması, AGÜ ve GOÜ'ü yabancı özel sermaye, dış borçlanma veya hibe/yardım gibi dış tasarruf yollarına yönlendirmektedir (Han ve Kaya, 2008: 27).

Bu bağlamda, iktisat literatürüne bakıldığında, özellikle uzun dönemli bir süreci kapsayan DYSY'nın AGÜ ve GOÜ'deki ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu kabul edilmektedir.

Turizm faaliyetlerinin 1950'den sonra ulusal sınırları aşarak büyük gelişme göstermesi ve yaşanan küresel ekonomik gelişmeler otel işletmelerini, yeni destinasyonlara yatırım yapmaya ve ürün çeşitlendirmeye teşvik etmektedir. ÇUŞ çok farklı şekillerde ve değişik ülkelerde bunu gerçekleştirme imkânına sahiptir. Lisans anlaşmaları, francasing, yönetim kontratları, stratejik işbirliği ve ortak girişimcilik bunların en yaygınları arasındadır (Liu, Siler, Wang ve Wei, 2000: 408). Ayrıca ulaşım ve iletişim sistemlerindeki yeni teknolojilerin ortaya çıkması, sürdürülebilirlik ve küreselleşme gibi dışsal faktörler kadar; daha esnek yönetim biçimleri, yeni turistik talepler gibi içsel faktörler de uluslararası turizm çevresinin daha da genişlemesine neden olmaktadır. Tüm bu faktörler ise turistik üretim ve tüketim davranışlarını değiştirmektedir. Turizm ve boş zaman etkinlikleri, uluslararası döviz gelirlerinin artırılması açısından az gelişmiş ve GOÜ'le doğrudan ilişkili olduğu için, otel ve turizm projelerindeki yönetim ve finans işlemlerindeki bilgi eksikliği, bu ülkelerdeki turizm sektörüne gelen DYS'nin artmasına yol açmaktadır (Rodriguez, 2002: 600).

DYSY; yabancı sermaye yatırımlarının özel bir türü olup, bir firmanın başka bir ülkedeki bir firmayı satın alması, yeni bir firma kurması ya da o ülkedeki mevcut bir firmanın sermayesini artırmak yoluyla ortaklık kurması veya mevcut firmalara lisans, know-how teknoloji ve yönetim bilgisi gibi unsurları katması / getirmesi şeklinde yapılan yatırımlar olarak tanımlanmaktadır (Yavan ve Kara, 2003; Seyidoğlu, 2003; Ongun, 2001).

Yabancıların turizm sektörüne yatırım yapabilmesi için 6224 sayılı yasa hükümlerine uyması gerekir. Turizm sahasında yatırım yapmak isteyen yatırımcılara ait planların turizm politikası ilkelerine uyması, yabancı sermayenin formaliteleri getirmesi, yapılacak yabancı yatırımın tekel veya özel bir ayrıcalık ifade etmemesi ve tüm kayıt ve koşullara uyması gereklidir. Bu koşullara uyan yabancı yatırımcılara, Türkiye'de her türlü turizm yatırımı gerçekleştirmeleri için izin verilir (Ağaoğlu, 1994: 36).

3.2.2. Turizmde Yabancı Sermayeye Duyulan İhtiyaç

Küreselleşme sürecinde doğrudan yabancı sermaye yatırımları önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde gelişme sürecinde; dışa açılmada, tasarruf yetersizliğinin aşılmasında, dış pazarlarda rekabet gücünü artırmada ve yatırım eksikliğini gidermede doğrudan yabancı yatırımlar önemli bir rol oynamaktadır (Çetinkaya, 2007: 46).

Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede, turizm sektörünün gelişmesinde yabancı sermaye yatırımları oldukça önem arz etmektedir. Bu nedenle turizmin gelişmesi için yabancı sermayeye duyulan ihtiyacın nedenleri şu şekilde sıralanabilir:

3.2.2.1. Yeterli Sermaye Birikiminin Sağlanamaması

Son yıllarda büyük kalkınma atılımında bulunan ülkeler arasında Türkiye de yer almaktadır. Ancak Ülkemiz yer altı ve yerüstü kaynakları ve nitelikli ucuz işgücüne rağmen kalkınma çabasında gerekli yabancı sermaye imkanlarını yeterince kullanamamaktadır. Eğitimde, sanayileşmede, turizm endüstrisinde ve istihdam konusunda sorunlarımızı süratle çözebilmek için mevcut sermaye birikimimiz yeterli değildir (Tolungüç, 1992: 130). Bu sermaye yetersizliği sorunu birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de başta gelmektedir. Oluşan bu finansman açıkları ise ancak yabancı sermaye yatırımları yoluyla giderilebilmektedir. Yabancı sermayeli yatırımlar başlangıçta çoğaltan etkisiyle gelir artışına neden olur. Bunu tasarruf yarattığı katma değer ile ulusal gelir artışı izler ve böylece elde edilen gelirlerle sermaye birikimi sağlanmış olur (Altıntaş, 1988: 12).

3.2.2.2. Know-How Yetersizliği

Turizm sektörü Türkiye pazarında önemli bir yer tutmaktadır. Turizm sektöründe önemli olan sadece turistik bir kapasite oluşturmak değil aynı zamanda bu kapasiteyi pazarlayabilmektir. Çünkü birçok alanda olduğu gibi turizm alanında da yabancı yatırımcılarla rekabet etmek zorunda kalmaktadır (Varlıer, 2002: 214).

Bütün bunların gerçekleşebilmesi için ise yeterli bilgi birikiminin ülkede toplanması gereklidir. Turizme yönelik gelen yabancı yatırımcılar, turizmin arzının etkin kullanımını sağlayacak hizmetleri yürütür. Turizm sektöründeki vasıflı vasıfsız emeğin eğitilmesini sağlar. Turizm alanlarındaki organizasyonların modern işletmecilik faaliyetleri ve teknolojiler kullanarak gelişmesine olanak verir. Olumsuz propagandaları önleyerek ülkeye gelecek turistlerin kafalarında oluşacak muhtemel sorunların önüne geçer (Altıntaş, 1988: 13).

Türkiye turizminde öncelikli hedef kitle; eğitim ve gelir düzeyi orta ve üzeri olan, fiyat ve kaliteye önem veren, genç/orta yaş grupları ile 65 yaş üstü, seyahat deneyimi yüksek, farklı bir tatil deneyimi yaşamak isteyen tüketicilerdir (DPT, 2009: 36).

Türkiye'nin hedef kitleye yönelik olarak yürütülen reklam stratejisinde; varış noktası odaklı tanıtım kampanyaları izlenerek kampanyalarda toplam kalite unsurunun öne çıkarılması, hedef pazarlara yönelik farklı tanıtım kampanyalarının geliştirilmesi, özgün ve ulusal değerlere sadık kalınarak çağdaş değerlerin vurgulanması, hedef kitleye yönelik turizm ürünlerinin öne çıkarılması, rakip ülkelerden farklı olan ürün üstünlüklerinin vurgulanması, güvenilir ve prestiji yüksek kitle iletişim kanallarının kullanılması, tanıtım aracı olarak internetin daha etkin bir biçimde kullanılması, ülkemizde uluslararası başarılarla imza atmış sanatçı/sporcu v.b. bireylerin reklam öğelerinde kullanılması, var olan pazarlarda ikna edici mesajlara ağırlık verilirken yeni pazarlarda bilgilendirici tanıtım öğelerinin kullanılması, reklam kampanyalarının desteklenmesi, hedef kitleye hızlı ve etkin bir şekilde ulaşabilmek için elektronik teknolojiden faydalanılması gibi unsurlar dikkate alınmalıdır (DPT, 2009: 37).

3.2.2.3. Turizm Sektöründe Riskin Paylaşılması

Son zamanlarda taşımacılık ve ulusları turizm trafiğinin gelişmiş ülkelere, turizmde uzmanlaşmış veya uzmanlaşmak isteyen ülkelere doğru hareket etmesi yabancı sermayeye turizm sektöründe farklı bir önem kazandırmıştır (Djankov & Hoekman, 2000: 55). Son dönemlerde Türkiye de uluslararası turizm alanında

uzmanlaşmakta olan bir ülke konumuna girmiştir. Bu nedenle Türkiye turizm sektöründeki sermaye eksikliğini gidermek, turizmde uzmanlaşmış diğer ülkelerin uluslararası alanda sahip olduğu tecrübe ve tanıtıcı gücünden yararlanmaya çalışmaktadır, böylece yatırım yapma riskine girmeyecek yada riski paylaşmış olacaktır. Bu nedenle yabancı sermayenin yatırım yaptığı alanlarda yerli özel sektörde yatırım yapmaya başlayacaktır (Yorulmaz, 2006: 64).

Riskin paylaşılmasının amacı, yerli sermaye ile yabancı sermayeyi birlikte yatırım yapmaya zorlamaktır. Çünkü; yabancı sermaye talebi garanti ederken, yerli sermaye de yabancı sermayeye yatırım yaptığı ülkeyle ilişkilerin sorunsuz yürümesini garanti etmektedir (Yılmaz, 2007: 11).

Diğer bir ifadeyle riski azaltmak ya da paylaşmak, kitle turizmin gerektirdiği büyük ölçekli konaklama yatırımlarını gerçekleştirmek, olumsuz dış propagandaları en aza indirmek, işletme sermayesini genişletmek ve bedelsiz ithalat olanaklarından yararlanmak için yabancı sermayeyi turizm sektörüne davet ve teşvik etmeye çalışmaktadır.

3.3. Dünyada Turizm Hareketleri ve Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları

21. yüzyılda hem ekonomik hem de sosyal olgu açısından gelişime en büyük katkı turizm sektörü vasıtasıyla gerçekleşmiştir.

Teknolojik gelişmeler sonucu ulaşım imkanlarının artması ve ekonomilerin belli bir gelişme düzeyine erişmesinden sonra kişi başına düşen gelir harcamalarında gözlemlenen artışlar, dünya ekonomisinin her kesiminde olduğu gibi uluslararası turizm hareketlerinde büyük değişiklikler meydana getirmiş, gerek uluslararası turizm hareketlerine katılan kişi sayısında ve gerekse toplam turizm gelirlerinde görülen büyük yükselişlere sebep olmuştur (Alpar ve Erdem, 2005: 591).

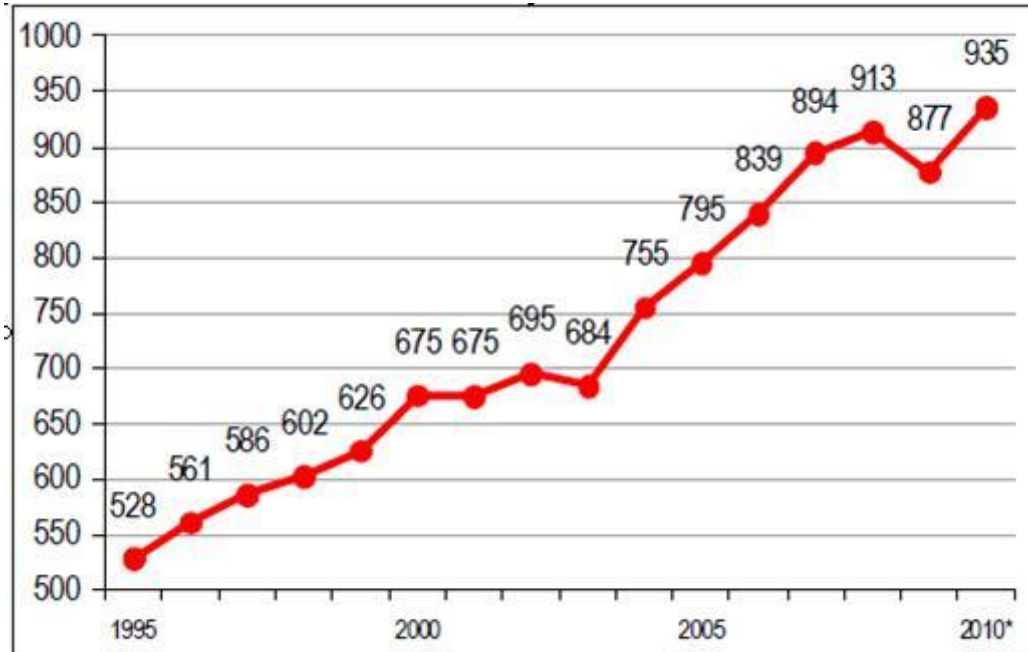
Turizm hedef bölgeleri arasındaki uluslararası rekabet, özellikle 1980 ve 1990'lı yıllarda giderek keskinleşmiştir. 1990'lı yıllar dünya turizminin istikrarlı

olarak büyümeye devam ettiği, ancak rekabet ortamının giderek yoğunlaştığı bir dönem olmuştur. Sektörün bu dönemdeki hızlı büyümesinde ve rekabetin giderek hız kazanmasında; uluslararası alanda bu gün adına globalleşme dediğimiz sürecin başlangıcı olan ve 1980 sonrasında yaşanan mali liberalleşme akımları; Doğu-Avrupa ülkelerindeki siyasi rejimlerin hızla liberal yapılara dönüşerek, seyahat özgürlüğü önündeki kısıtlayıcı engellerin kalkması gibi siyasi ve ekonomik temel tercihlerdeki değişiklikleri belirleyici etkiye sahiptir(UDY 2010 Yılı Raporu, 2011: 1-2).

Bu değişimle birlikte, özellikle enformasyon ve ulaştırma teknolojilerinde yaşanan beklenenin de ötesindeki hızlı değişim, ekonomik ve siyasi nedenlerle genişlemiş olan seyahat talebine rekabet ortamı yaratmış, çok farklı gelir gruplarındaki tüketiciler için seyahat talebini etkin hale getirmiştir. Böylece 1990'lı yılların başında yeni bir siyasi ve ekonomik dünya düzenini ortaya çıkartmıştır.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2011), dünya turizminin 2010 yılında yüzde 7'lik büyüme gerçekleştirdiğini açıkladı. UNWTO tarafından yapılan açıklamada turizmdeki büyümenin beklentinin ötesinde olduğu ifade edilmiştir.

Grafik 1: Dünyada Uluslararası Turizm Hareketleri ve Turizm Gelirler



Kaynak: (UNWTO, 2011)

2010 yılında uluslararası turist hareketi bir önceki yıla göre % 6.7 oranında artış göstererek 935 milyon olmuştur.

2010 yılında uluslararası turist hareketi toparlanma eğilimine girerek kriz öncesi durumuna geri dönmüştür.

2010 yılında Avrupa'da büyüme oranı % 3.2, Asya Pasifik'te % 12.6, Amerika'da % 7.7, Afrika'da % 6.4 ve Ortadoğu'da % 13.9 olmuştur.

Verilerden de anlaşılacağı üzere Asya uluslararası turizm hareketindeki toparlanmada başrolü oynarken Asya turizmi 2010 yılında yüzde 13'lük büyüme yaşadı. Buna göre 2009 yılında 181 milyon kişinin seyahat ettiği Asya'da 2010 yılında bu sayı 204 milyona yükseldi. Afrika kıtası da Dünya Kupası'nın Güney Afrika'da olmasının etkisiyle yüzde 6'luk büyüme hızı yakaladı (UNWTO, 2011).

UNWTO' nun raporuna göre, İzlanda'daki yanardağın patlaması sonucu turizm hareketlerinde aksama yaşansa da Avrupa 2010 yılını yüzde 3'lük büyüme ile (471 milyon kişi) kapatmayı başardı (UNWTO, 2011).

Dünya Turizm Örgütü, 2010 yılında turizm hareketleri ile birlikte turizm harcamalarında da ciddi bir artış olduğunu açıkladı. Buna göre Çin'in turizm harcaması yüzde 17, Rusya Federasyonu'nun harcamaları yüzde 26, Suudi Arabistan'ın turizm harcaması yüzde 28 ve Brezilya'nın turizm harcaması da yüzde 52 oranında artış gösterdi.

Dünya Turizm Örgütü raporunda 2011 yılı için öngörülen büyüme ise yüzde 4-5 aralığında oldu. UNWTO, turizmdeki istihdam sorununun 2011 yılında da süreceğini öngörürken krizin sektörde neden olduğu kaybın 2011'de de kapatılamayacağı tahmininde bulunuldu.

Raporda 2011 yılına ilişkin bölgesel büyüme tahminleri de ayrı ayrı yapıldı. Buna göre, en ciddi büyüme beklentisi yüzde 13.9 ile Ortadoğu için yapılırken,

Ortadoğu'yu yüzde 12.6 ile Asya-Pasifik bölgesi takip etti. Kuzey ve Güney Amerika için büyüme beklentisi yüzde 7.7 olurken Afrika turizminin yüzde 6.4, Avrupa turizminin ise 2011 yılında yüzde 3.2 büyüyeceği öngörüldü.

Kuzey ve Güney Amerika'daki turizm hareketi de yüzde 8 büyüme hızı yakaladı. Buna göre, Amerika kıtasında toplamda 181 milyon kişinin seyahat etti.

Ortadoğu da yüzde 10'luk ortalama büyüme hızıyla en ciddi yükseliş gösteren bölgeler arasında yer aldı (UNWTO, 2011).

3.3.1. Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri

Dünyada uluslararası turizm talebi 2000-2010 döneminde yüzde 39,5 oranında artış göstermiş, aynı dönemde turizm gelirleri yüzde 93,3 oranında artmıştır.

2008 yılında 33.547 milyon dolar olan net sermaye girişi, 2009 yılında % 81,8 azalarak 6.115 milyon dolara düşmüştür. Özellikle 2008 yılının ikinci yarısından itibaren finansal piyasalardaki faaliyetlerde daralma ve geleceğe yönelik risk algılamalarının kötüleşmesi sonucu sermaye alanlarında da önemli oranda küçülme olmuştur. Bu gelişmelerin yanında, Türkiye ekonomisindeki küçülmenin de etkisiyle sermaye girişlerinde büyük ölçüde azalma olmuş, diğer gelişmekte olan ülkelere benzer şekilde net sermaye çıkışları yaşanmıştır. Uluslararası piyasalarda yaşanan likidite ve kredi sıkışıklığı nedeniyle krediye erişimin zorlaşması, özel sektör kredilerinde de düşüşe yol açmıştır. Doğrudan yatırımlarda (net) 6.107 milyon dolar giriş, diğer yatırımlarda (net) 190 milyon dolar çıkış olurken, portföy yatırımlarında (net) 198 milyon dolar giriş olmuştur (Türkiye Turizm Verileri, 2010).

2008 yılında 1.057 milyon dolar artan resmi rezervler, 2009 yılında 111 milyon dolar azalmıştır (Türkiye Turizm verileri, 2010).

Cari işlemler ile net hata ve noksan kalemleri toplamı olarak tanımlanan dış finansman ihtiyacı, 2008 yılına göre % 85,3 milyon dolar azalarak 5.324 milyon dolara gerilemiştir. Turizm gelirleri 2009 yılında % 3,2'lik düşüşle 21.250 milyon dolara, faiz gelirleri de % 16,7'lik düşüşle 1.685 milyon dolara düşmüştür. Turizm giderleri % 18,3'lük artışla 4.147 milyon dolara yükselirken, faiz giderleri de % 14,5'lik düşüşle 7.248 milyon dolara gerilemiştir. İşçi gelirleri %34,7 azalarak 934 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (DPT, 2009, s. 109).

2010 yılında uluslararası turist sayısı bir önceki yıla göre yüzde 6,6 oranında artarak 940 milyon, turizm gelirleri ise yüzde 7,9 oranında artarak 918 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Bu sayıya uluslararası yolcu taşımacılığı dahil değildir. Toplam turizm ve yolcu taşımacılığı gelirlerinin yüzde 16'sı olarak tahmin edilen uluslararası yolcu taşımacılığının, 2010 yılında 175 milyar ABD doları tutarında bir büyüklüğe ulaştığı tahmin edilmektedir. 2011 yılında, dünyadaki turist sayısının yüzde 4,3 oranında artarak 980 milyon kişi, turizm harcamalarının ise yüzde 4 oranında artarak 955 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir (UNWT

Tablo 8: Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Turist Sayısı (Milyon kişi)	674	684	702	695	766	797	847	901	916	881	940	980
Yıllık değişim (%)	-	-0,4	2,6	-1,0	10,2	4,0	5,6	6,4	2,1	-3,8	6,6	4,3
Turizm Geliri (Milyar \$)	475	472	487	533	633	679	742	858	941	851	918	955
Yıllık Değişim (%)	-	-2,3	3,2	9,4	18,8	7,3	9,3	15,6	9,7	-9,6	7,9	4,0

Kaynak: (UNWTO, 2011).

Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan Turizm 2020 Yılı Vizyonu çalışmasında, 1995 yılı baz alınarak, 2010 ve 2020 yıllarını da kapsayan 25 yıllık dönemdeki beklentileri, tümüyle niceliksel tahminlere dayanan bir rapor hazırlanmıştır. 2000 yılına kadar sağlanan büyüme hızı, Tourism 2020 Vision'unda

kabul edilen referansları fiilen aşarken, genel eğilim mevcut yavaşlamanın orta ve uzun vadede (5 yıl) aşılabacağı yönündedir (UNWTO, 2012).

2020 yılında dünyadaki turist sayısının 1,6 milyar kişi, toplam turizm gelirlerinin ise 2 trilyon ABD doları olacağı tahmin edilmektedir. 717 milyon kişi ile Avrupa'nın en çok turist çeken bölge olmayı sürdüreceği, ancak dünya turizminden 1995 yılında ortalama yüzde 60 pay alan Avrupa turizminin 2011 yılında yüzde 50, 2020 yılında ise yüzde 46 pay alacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2012).

Çalışmada bölgelere göre toplam turist varışlarında 2020 yılına kadar en fazla yolcu çekecek ilk üç bölgenin Avrupa (717 milyon turist), Doğu Asya ve Pasifik (397 milyon turist) ve Kuzey – Güney Amerika (282 milyon turist) olacağı ve bunları Afrika, Orta Doğu ve Güney Asya'nın izleyeceğini öngörülmektedir (UNWTO, 2012).

Doğu Asya ve Pasifik Bölgesinin % 5 büyüme hızıyla, Asya, Orta Doğu ve Afrika'nın ve % 4,1'lik dünya ortalamasının üzerinde büyüyeceği tahmin edilmektedir (UNWTO, 2012).

Bu bölgelerle karşılaştırıldığında daha gelişmiş ekonomik bölgeler olan, Avrupa ile Kuzey ve Güney Amerika'nın, ortalama büyüme hızlarının altında büyüyecekleri öngörülmektedir (UNWTO, 2012).

Avrupa'nın, 1995'te sahip olduğu % 60 oranındaki pazar payının, 2020'de yüzde 46'ya ineceği ancak buna karşın Bölgenin, gelişler açısından pazardaki en yüksek payı elde tutmayı sürdüreceği beklenmektedir (UNWTO, 2012).

2010 yılında dünya turizm hareketleri içinde gelen turist sayısı açısından Avrupa'nın aldığı pay, bir önceki yıla göre yüzde 3,2 oranında artarak 475,8 milyon kişi; gelirler ise yüzde 1,1 oranında azalarak 406,9 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Turist girişlerinde Avrupa'da en çok turist çeken ülkelerin başında 76,8 milyon kişiyle Fransa, 52,7 milyon kişiyle İspanya ve 43,6 milyon kişiyle İtalya gelmektedir (UNWTO, 2012).

Küresel turizm alanındaki yabancı sermaye yatırımları, genellikle özel yabancı yatırımlar ve uluslararası kuruluşlardan sağlanan fonlardan oluşmaktadır. Bu konuda Dünya Bankası gibi kuruluşlar altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesinde kullanılmak üzere gereken yatırımların finansmanını üstlenmektedir. Bir bölge tatmin edici bir turizm potansiyeline sahipse, o bölgeye yabancı sermaye yatırımlarının gelme olasılığı daha fazladır. Turizm sektöründeki yabancı sermaye hareketleri, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki sermaye hareketi serbestliğinin artmasıyla beraber artmıştır. Ancak yabancı sermaye en iyi getiriye nerede buluyorsa oraya yönelmektedir (Çeken, 2003: 113).

Ülkemiz, dünya turizm pazarında turist girişleri açısından yüzde 3, turizm gelirleri açısından ise yüzde 2,3 pay ile en büyük 20 turizm varış noktası içinde turist girişleri açısından yedinci, turizm gelirleri açısından onuncu sıradadır. Türkiye, Avrupa turizm pazarında turist girişlerinde yüzde 6, turizm gelirlerinde ise yüzde 5,1 paya sahiptir (YASED, 2011).

Dünya Turizm Örgütü verilerine göre doğrudan ve dolaylı olarak 32 faaliyet dalında istihdam yaratan turizm sektöründe, Türkiye'de doğrudan yaratılan istihdam 2010 yılında yaklaşık 3,3 milyon kişi olarak hesaplanmıştır (UNWTO, 2011).

Ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin yüzde 19,6'sı OECD, yüzde 21,2'si Rusya Federasyonu'nun dahil olduğu Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkelerindedir. 2010 yılında ülkemize en çok ziyaretçi gönderen ülke sıralamasında Almanya yüzde 15,3 ile birinci, Rusya Federasyonu yüzde 10,9 ile ikinci, İngiltere ise yüzde 9,3 ile üçüncü sırada bulunmaktadır (YASED, 2011).

2010 yılında ülkemize gelen turist sayısı 28,6 milyon kişi, turizm gelirleri ise 20,8 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiş, Kültür ve Turizm Bakanlığından belgeli yatak sayısı 2.699 tesiste 645 bine, belediye belgeli yatak sayısı ise 9.185 tesiste 528 bine ulaşmıştır (YASED, 2011).

2011 yılında ülkemize gelen turist sayısının 30,5 milyon kişi, turizm gelirlerinin ise 24 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiş, Kültür ve Turizm Bakanlığında belgeli yataksayısının 675 bine, belediye belgeli yatak sayısının ise 530 bine ulaşmış, yatırım aşamasındaki 248 bin yatakla birlikte toplam yatak kapasitesinin 1,5 milyonun üzerine çıkmıştır.(YASED, 2011).

2012 yılında turizm alanında en hızlı büyümeyi gerçekleştiren ülkelerden biri olan Türkiye, uluslararası sıralamada üst pozisyonlara doğru ilerleyerek, dünyada ilk 10 ülke arasında yer almaktadır. "Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 2012 verilerine göre, Türkiye uluslararası turist gelişleri itibarıyla dünyada 6'ncı, turizm gelirleri itibarıyla 12'inci sırada yer almaktadır (UNWTO, 2012).

Türkiye'de son yıllarda gelen turist sayısının artmasına bağlı olarak turizm gelirinin ekonomiye katkısı artmıştır. 2012'de turizm sektörü ihracat gelirlerinin yüzde 19,2'sini oluşturdu. Dış ticaret açığının yüzde 34,9'nu kapattı ve turizm gelirlerinin 2012'de GSMH içindeki payı ise yüzde 3,7 olarak gerçekleşti (UNWTO, 2012).

Yabancıyatırımları daha fazla çekebilmek için pazarın tanıtımının yanı sıra uluslararası doğrudan yatırım stratejisi oluşturulması gerekmektedir. 2012 yıl sonu itibari ile Türkiye'ye uluslararası doğrudan yatırım (UDY) girişleri 12,6 milyar dolar oldu. UDY girişleri, global UDY akışları paralelinde, 2012'de bir önceki yıla göre yüzde 22,5 oranında düşüş gösterdi. 2013'ün ilk 10 ayında net UDY girişleri 9 milyar 226 milyon dolar düzeyinde gerçekleşmiştir (UNWTO, 2012).

2013 Kasım ayı sonu itibariyle İstanbul'a gelen turist sayısında da 2012 yılına kıyasla yüzde 11,52' lik bir artış görülmüştür. (UNWTO, 2013).

Suriye ile Mısır'daki siyasi, Avrupa'daki ekonomik krize karşın, Kültür Ve Turizm Bakanlığı'nın 2013 ilk 10 aylık verilerine göre, 2013'ün Ocak-Ekim döneminde gelen yabancı ziyaretçi sayısının 2012'ye oranla yüzde 10,24 oranında artarak, 31 milyon 757 bin 624 kişiye ulaşmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013).

TÜİK verilerine göre, 2013'ün Ocak-Eylül döneminde elde edilen turizm gelirinin ise bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 13,40 oranında artarak, 24 milyar 545 milyon 80 bin dolar seviyesine ulaşmıştır (TÜİK, 2013). 2014'te ülkeye gelecek olan yabancı ziyaretçi sayısının 37- 38 milyon olacağı öngörülmektedir.

Fiziksel çevrenin kirlenmesi ve turizm merkezlerinin kentleşmesi Türkiye turizmini etkileyen sorunlar arasındadır. iklimsel, coğrafi ve morfolojik özellikleri nedeniyle, turizm aktivitelerinin yoğunlaştığı alanlar olarak beliren kıyı alanlarında, insan kaynaklı kullanımların etkileri, küresel iklim değişikliğinin yarattığı olumsuz koşullarla birleşerek sürekli bir baskı yaratmaktadır. İklim değişikliğinden olumsuz etkilenecek olan turizm sektörünün modelinde, ürünlerinde ve coğrafi mekân kullanımında ne gibi değişikliklere yönelmek gerektiği belirlenerek kıyı alanları için yeni bir bütünleşik kıyı alanları yönetimi modeli oluşturulması gerekmektedir (Aker, 1987: 132).

Turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarlarda değişen tüketici tercihleri dikkate alınarak yeni turizm gelişim alanları yaratmak üzere, varış noktası yönetimine ağırlık verilerek golf, termal, kongre, kış, kruvaziyer, sağlık turizmi ve eko-turizm ile ilgili yönlendirme faaliyetleri sürdürülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013).

2010 yılında Doğu Karadeniz Bölgesindeki turizm potansiyelinin tespiti ve planlanması ile ilgili Kültür ve Turizm Bakanlığınca yayla turizmi gelişimi odaklı Doğu Karadeniz Turizm Master Planı uygulamaları çalışmalarına başlanmıştır. Söz konusu plan kapsamında kıyı gerisindeki mevcut yol izlerinin birleştirilerek yeni bir tur güzergahı oluşturulması önerilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012). Proje uygulamasında ilerleme kaydedilebilmesi, etüd, proje çalışmaları ve yaklaşık maliyet hesaplarının yapılmasının yanı sıra kadastro çalışmalarının tamamlanmasına bağlıdır (Doğanay, 1992: 176).

Dünya Turizm Örgütü araştırma sonuçları, araştırma yapılan ülkelerin büyük bir bölümünde dış turizmin tanıtılması amacıyla kamu ve özel sektörün bir araya gelerek ulusal turizm örgütleri kurduğunu göstermektedir. Ülkemizde de dış tanıtım

ve pazarlama konusundaki bu tür örgütlenmelere duyulan ihtiyaç devam etmektedir (UNCTAD, 2011).

Ulusal ekonomilerde turizmin etkisini ölçmek üzere Birleşmiş Milletler Ulusal Hesaplar Sisteminin (SNA 1993) özü ve anlayışı ile uyumlu bir turizm uydu hesapları sistemi belirlenmesi konusunda, OECD'nin yanı sıra Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından da çalışmalar sürdürülmektedir. Turizmin ekonomik yansımalarının somut, anlaşılabilir ve uluslararası standart bilgi temeline dayandırılması amacını güden ve ülkemiz turizm gelirlerinin gerçek boyutlarını ortaya koyacak olan, TÜİK tarafından UNWTO ve Eurostat uzmanları ile birlikte yürütülen Turizm Uydu Hesapları, Türkiye çalışmasının hızlandırılması gerekmektedir.

3.4. Yabancı Sermayenin Türk Turizmindeki Önemi

Turizm dünya ekonomisinde 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, sektör olarak en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm, çoğu zaman diğer bir çok endüstri gibi bölgesel veya ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılmıştır. Turizm sektörü, yaygın biçimde gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında, ödemeler dengesi problemlerinin hafifletilmesinde, bölgesel ve ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir faktör olarak yerini almıştır (Oksay, 1998: 2).

Dünyada yabancı sermayenin güvenilir ve karlı alanlara doğru yönelmesi Türkiye'de yapılacak turizm yatırımlarında artış yaşanmasını da beraberinde getirmiştir. Çünkü Türkiye turizm sektörü için çok önemli olan tarihi kaynaklar, tarihi ve kültürel açıdan oldukça zengindir. Türkiye'de turizm yatırımlarının gerçekleştirilmesinde özellikle üstyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesinde tek başına yerli sermaye yeterli olamayacağından, yabancı sermayenin desteğine ihtiyaç duyulmaktadır (Sezgin ve Acar, 1991: 130).

Yabancı sermaye sadece döviz girdisi değil aynı zamanda modern işletmeciliğin gerektirdiği yöntemleri, eğitilmiş yetiştirilmiş personeli ve gelişmiş teknolojiyi de yanında getirmektedir (Çeken, 1998: 27). Bu sebeple Türk turizminin yeni piyasalara açılmasını ve Türk turizminin daha iyi tanıtılmasında sağlamaktadır. Tüm bu faktörlerden dolayı yabancı sermayeli firmaların konaklama, üstyapı ve altyapı yatırımlarına yönelmeleri Türk turizmi için oldukça önem arz etmektedir.

3.4.1. Türk Turizminde Yabancı Sermaye Yatırımları ve Gelişimi

Turizm sektörü sabit yatırımlarının yoğun olduğu bir sektördür. Ülkelerine ekonomileri büyüdükçe turizme daha çok yatırım yapıyor. Uluslararası turizmin büyümesiyle yeni pazarlar ortaya çıkar. Özellikle çok uluslu işletmeler bu pazardan pay alabilmek için sektördeki yatırımlarını artırma yoluna giderler (Bahar, 2010: 31).

Günümüzde dünya çapında gerçekleştirilen toplam turizm yatırımlarının %30'luk bir kısmı yabancı sermayeli şirketler tarafından gerçekleştirilmiştir. Çokuluslu şirketler yatırımlarının % 15'lik kısmını turizm sektörüne yönlendirdikleri görülmektedir. Dünya genelinde toplam turizm gelirlerinden aldıkları pay ise iki katına yükselmiş durumdadır (Bahar, 2010: 32).

Daha öncede belirttiğimiz gibi son dönemlerde küresel doğrudan yabancı sermaye yatırımlarında görülen en önemli değişim, imalattan hizmetlere doğru kayma şeklinde oluşmuştur. Özellikle 1980'lerden itibaren hizmetler sektöründe bir yığılma meydana gelmiştir. Hizmetler alanında, finansal hizmetler, telekomünikasyon, ve turizm sektöründe, bir yoğunlaşma olmuştur. Son 20 yıldır, turizmle ilgili doğrudan yabancı sermaye dünya genelinde yaygınlaşmakta ve turizm hizmetleri hızlı bir şekilde uluslararası bir duruma gelmiştir (Çeken, 2003: 149).

Hükümet politikaları, yöresel teşvikler, genel siyasi ve ekonomik iklim ve yerli halkın yabancı turistlere karşı tutumu da yabancı sermayeli firmaların yatırım kavramlarını büyük ölçüde etkilemektedir (Çeken, 2003: 149).

Türk turizmi son yıllar içinde dinamik yapıya kavuşmuş durumundadır. Mevcut teşvikler ve uluslararası tanıtım dünya turizm pazarında Türkiye'yi hedef ülkeler içine girmesini sağlamıştır. Tüm olumlu faktörlerin olmasına rağmen halen büyük bir yatırım eksikliği hissedilmektedir.

Ülkemizin turizm olanaklarından yeterince faydalanamamaktadır, bundan ötürü günümüz gereklerine uygun üstyapı tesisleri sağlanamamaktadır. Özellikle yüksek standartta ve büyük kapasitelerde, uluslararası turizmin niteliklerine uygun tesislere ihtiyaç duyulmaktadır. Planlanması gereken bu tesislerin gerçekleştirilmesi, uluslararası turizm alanında tecrübe ve ün kazanmış uzman kuruluşların (turistik tesis işletmeleri, seyahat acentaları, taşıyıcılar gibi) girişimleri sonucunda gerçekleşebilmektedir (Ağaoğlu, 1994: 520).

Kültür ve turizm bakanlığının 2007'de yayınladığı eylem planındaki "Turizm yatırım projelerini uygulanabilir kılacak teşvikler ile turizm sektöründe yatırımların artırılması" yerine getirildiğinde Turizm sektörü, tanıtım ve pazarlama aşamalarında da varış noktaları bazında tek elden organize edilerek, yöresel yatırım, tanıtım ve pazarlama imkanlarının bir bütün halinde değerlendirilmesi ve dengelenmesi mümkün olabilecektir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007).

Son dönemlerde turizmin gelişiminde 1990 lı yıllardaki yatırım hızını yakalamak için, turizm yatırım projelerini uygulanabilir kılacak teşvikler düzenlenmekte ve teşviklerin şartlarının, bölgesel özellikleri ve uygulama dönemleri ayrıntılı çalışmalarla yıllık olarak belirlenmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007: 11).

Turizm alanları bütün dünyada desteklenen ve teşviklerin sürdürüldüğü yatırım alanları arasındadır. Bu nedenle, turizmin geliştirilmesine yönelik bir takım tedbirler alacak ve sektöre bazı teşvikler sunulacaktır (Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2012:2).

Türkiye’de turizm sektöründeki yabancı sermaye hareketleri 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu ile başlamıştır.

3.4.2. Turizm Sektöründe Yabancı Sermayeyi Gerektiren Nedenler

Turizm yatırımlarının gerek yüksek finansman gerekse ileri teknoloji gerektiren özelliğe sahip olması yabancı sermayeyi turizm sektörü için vazgeçilmez kılmıştır. Bu durum Türkiye açısından incelendiğinde (Çeken, 2003: 124):

1. Türkiye’ de, yatırım için gerekli olan mali kaynaklar yeterli değildir.

Bundan

dolayı, devlet eldeki kaynakları öncelikle yabancı firmaların gelmek istemediği veya farklı nedenlerden dolayı gelmemesi gereken ekonomik alanlarda kullanılmalıdır. Böylece devlet herhangi bir ek döviz talebinde bulunmadan yabancı sermaye aracılığıyla turistik yatırımların finansmanına bir katkı sağlamış olur.

2. Son yıllarda küresel turizmin gittikçe kitlesel bir özellik taşıdığı görülmektedir. Türkiye’de kitle turizmin talebini karşılayacak nitelikte tesislerin yetersizliği, ve bu kitle tesislerin inşası için yurtiçi malik kaynaklarının yetersiz olması, yabancı sermaye yatırımlarına olan ihtiyacı bir zorunlu hale getirmektedir.

3. Turizm sektörü diğer sektörlerle kıyaslandığında, turizm sektöründe daha büyük olan risklerin paylaşılması gereği yabancı sermayeye olan ihtiyacı artırmaktadır.

4. Oluşturacağı ek kapasite ve hizmetlerle döviz geliri ve döviz tasarrufu sağlayacaktır. Bununla birlikte yatırım ve hizmetler için yabancı sermayeli işletme kendi dış kaynaklarını kullanmış olacak ve ülkemizin döviz çıktıları da azalacaktır (Güven Y. , 2008: 77).

5. Temel hedefi kârlılık olan yabancı firmalar, dış piyasalarda talepten yararlanma girişimlerini de beraberinde getirir. Çünkü, karlılık hedefi firmanın dışa dönük

işletmecilik ve pazarlama konularında etkin bir şekilde gelişmesini gerektirir. Böyle bir durum neticede turistik talepte bir istikrar yaratarak turizm gelirlerine süreklilik kazandırır.

6. Turizm alanındaki faaliyetleri aktif ülkelerin turist potansiyelidurumunda olan ülkelerde, ülke aleyhine yapacakları olumsuzpropagandaları önemli ölçüde önler. Yabancı sermayenin faaliyettebulunduğu ülkede ülke aleyhine yabancılar tarafından yapılabilecek olumsuzpropagandaların da önüne set çekilmiş olur (Eren, 2008: 244).

7. Turizmdeki yatırımlar bağlı varlıklarda yoğunlaştığından anasermayenin faaliyetlerinin tatil edilerek geriye dönüşümü göreceli olarak zordur.

8. Turizmde faaliyet gösteren yabancı sermaye diğer sektörlerinaksine faaliyet döneminde yeni ve önemli ithalat zorunluluğu gerektirmez.

9. Turizm sadece konaklama açısından değil, ulaşım, özellikle hava ulaşımı açısından da değerlendirilmelidir. Hava ulaşımı ise gerek teknoloji ve gerekse son derece yüksek maliyetler nedeniyle yabancı sermayeye ihtiyaçduyan bir alanı oluşturur (Güven, 2001: 85).

3.4.3.Türk Turizm Yatırımlarındaki Gelişmeler

Turizm, Türkiye'nin karşılaştırmalı rekabet üstünlüğünün bulunduğu sektörler arasında yer almaktadır (Bahar, 2010: 27). Sahip olduğu üstünlükler ve gelişim potansiyeli, turizm sektörünün gelecekte daha önemli bir konumuna ulaşabileceğini ortaya koymaktadır.

Türkiye turizminin işletme anlayışı, çevre ile ilgili konulara gösterilen duyarlılık ve yatırımların yönlendirilmesi bakımlarından farklılık arz etmektedir. Başlangıçta, genellikle inşaat sektöründe faaliyet gösterenlerin yatırımcı olarak turizme girmesine tanık olunurken, son yıllarda bu eğilimlerde azalma olmuştur.

1998 ve sonrasındaki dönemin bir başka özelliği de, "her şeyi devletten bekleme" döneminin turizm sektörü için ortadan kalkmaya başlamasıdır. Ancak, devlet ile özel sektör arasındaki rol paylaşımının detaylı olarak tespit edilmemesi, sektördeki verimliliğin düşmesine yol açmaktadır (DPT, 2009).

3.4.3.1. Turizmde Yatırım Teşviklerinin Gelişimi

Ekonominin diğer sektörlerinde olduğu gibi Turizm sektöründe de yatırımlar, kamu ve özel yatırımlar olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Kamu yatırımları kar amacı güdülmeyen, topluma hizmet etmek adına yapılan yatırımlardır. Bu tür yatırımlar devlet tarafından denetlenmektedir. Devletin özel sektör yeterince güçlü olmadığı ekonomilerde öncü olarak veya kaynakların yeterli olmadığı hallerde turizme katkı verebilir (Bahar ve Bozkurt, 2010: 256). Devletin turizm sektörüne yönelik gerçekleştirdiği yatırımları ikiye ayırmak mümkündür. Birincisi otel, tatil köyü, seyahat acentası gibi işletme yatırımları; ikincisi ise altyapı yatırımlarıdır.

Türkiye’de devletin fiilen turizm yatırımlarında görev alması, 1955 yılında Bakanlar Kurulu’nun 23.06.1955 tarih ve 4/5412 sayılı kararı ile Türkiye Turizm Bankası A.Ş.’nin kurulması işe başlamıştır. Bankanın kuruluş amaçları arasında ülkede iç ve dış turizmi geliştirmek amacıyla gerekli propagandayı yapmak, seyahat acenteleri açmak ve işletmek, seyahatler düzenlemek ve bu amaçla ulaştırma araçları temin etmek, turizm tesisler açmak ve işletmek, turizm sektöründe görev alacak personeli eğitmek yer almaktadır (İçöz, 2005: 214).

Böylece Türkiye’de devletin turizm sektörüne verdiği desteğinin temeli atılmış oluyordu. Türk hükümetin turizme yatırımları da 1963 yılında başlayarak günümüze kadar etkinliğini devam ettirmektedir. Devletin turizme yönelik katkılarını şu şekilde sıralayabiliriz: (Aydoğuş, Soybalı ve Boytak, 2006: 15-16).

- Turizm ile ilgili yasaları çıkarmak;
- Devletin çıkardığı yasaların uygulanmasıyla ilgili gerekli organlar arasında koordinasyon sağlamak;

- Turizm işletmelerin sağlıklı işleyişi için her türlü alt yapı yatırımlarını gerçekleştirmek;
- Turizm eğitimi konusunda gerekli düzenlemelerin yapılmasını sağlamak;
- Turizmde arsa ve arazi kullanımı konusunda sürdürülebilirlik yaklaşımına uygun politikalar belirlemek;
- Turizmde doğrudan yabancı yatırımlarını çekebilmek amacıyla gerekli yasal düzenlemeleri gerçekleştirmek.

Turizm sektöründe sermaye yatırımlarını incelediğimiz zaman devlet yatırımların dışında özel sektör yatırımların önemini belirtilmesi gerekmektedir. Sermaye yatırımların devlet veya özel sektör tarafından yapılması önemli bir husustur.

Toplam sabit sermaye yatırımları içinde kamu ve özel kesim sabit sermaye paylarının değişimi 1973 yılından itibaren incelediğimizde, kamu ve özel kesimin toplam içindeki payının 1973 yılında % 47,0 ve % 54,9 olduğu görülür. Buna karşılık 1981 yılında kamu kesiminin toplam içindeki payı o zamana kadar en yüksek düzey olan %62,2 oranına yükseldiği, özel kesimin % 37,8 oranına gerilediği görülür.1982 yılında ise toplam sabit sermaye yatırımları içinde özel kesimin payı hafif bir artışla % 38,5, kamu kesimi ise % 61,5 olarak tespit edilmiştir (Duran, 2003: 55).

1985 yılına kadar bu durum devam etmiştir.1985 yılında toplam sabit sermaye yatırımları içinde özel sektörünün payı % 42,9, kamu sektörünün payı % 57,1 olmuştur (Avşar, 1994: 44).

Devlet özel sektör için devletin hedefleri doğrultusunda yatırımlarını yapmaları için özel teşvik önlemleri kullanmaktadır. 1985 yılında turizm sektörü ‘Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör’ ilan edilince, hibe, teşvik primi gibi yatırımcılar için çok cazip nakdi teşviklerde uygulanınca, turizm yatırımları hızla artmış ve toplam teşvik belgeli yatırımlar içinde turizm yatırımların payı % 21 düzeyine yükselmiştir (Çiloğlu, 1997: 16).

Türkiye’de 1984 yılında 68.266 olan turizm işletme belgeli yatakkapasitemiz de giderek yükselmiştir ve 1997 yılında 313.298’e ulaşmıştır. Bu değere, turizm yatırım belgeli olup, işletmeye geçen tesislerle yerel yönetimlerinden belgeli 136.632 yatak kapasiteli tesisleri de eklediğimizde, 549.930 yatak kapasitesine ulaşılmıştır (Çiloğlu, 2000: 32).

Turizm bakanlığı tarafından yatırımcılara verilen turizm yatırımbelgelerindeki artışa paralel olarak bu sektöre teşvik belgeleri de hızla artmıştır. Örneğin 1980’de 6 olan turizm sektöründeki teşvik belgesi sayısı 1983’te 50’ye, 1986’da 195’e, 1989’da 592’ye yükselmiştir (Ataer, Erdemli ve Varışlı, 2003: 10).

1990 yılına kadar durum olumlu şekilde gelişirken, 1990 yılında teşviksisteminde yapılan bazı düzenlemeler turizm sektörüne verilen teşvik belgesi sayısının azalmasına neden olmuştur. En büyük düşüş 1994 yılında yaşanmıştır. Yatırım belge adedi 58’e inmiştir. 1995 yılından itibaren yatırım belge adedi tekrar yükselişe geçmiştir. 1995 yılı 137’e yükselmiştir (DPT, 2004).

Bu yükseliş 1998 yılına kadar devam etmiştir. 1998-2000 yılları arasında ekonominin daralmasıyla birlikte yatırım belgesi adedinde de ciddi düşüşler meydana gelmiştir. 1999 yılında yatırım belge sayısı 199’a, yatırım tutarı da 715milyona düşmüştür. 2000 yılında devam eden ekonomik kriz turizmi ciddi boyutlarda olumsuz şekilde etkilemiştir, yatırım belge sayısı ise 153’e ve yatırım tutarı 520 milyona düşmüştür (DPT, 2004).

2001 yılında, halen yürürlükte olan bir değişiklik ile bölgesel gelişmeye yönelik yatırımlara ilişkin fon kaynaklı kredi uygulaması başlatılmıştır. 23.01.2001 tarih ve 24296 sayılı resmi gazete’de yayımlanan “Yarım Kalmış, İşletme Sermayesi Yetersizliği Nedeniyle İşletmeye Geçememiş veya Kısmen İşletmeye Geçmiş Yatırımların Ekonomiye Kazandırılmasına Dair 22/11/2000 tarihli ve 2000/1821 Sayılı Kararın Uygulanmasına İlişkin 2001/1 Sayılı Tebliğ” ile Adıyaman, Ağrı, Ardahan, Bayburt, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Gümüşhane, Hakkari, Hatay, Iğdır, Kars, Mardin, Muş, Ordu, Siirt, Sivas, Şanlıurfa,

Şırnak, Tunceli, Van ve Yozgat illerinde yarım kalmış, işletme sermayesi yetersizliği nedeni ile işletmeye geçememiş veya kısmen işletmeye geçmiş konaklama tesisleri için yeni bir imkan sağlanmıştır (DPT, 2012-2013).

Teşvik mevzuatı'nın AB mevzuatına uyumu çalışmaları kapsamında, 18.01.2001 tarih ve 24291 sayılı resmi gazete'de yayımlanan "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkındaki Karar" kapsamında Çanakkale il sınırlarının güneyi ile İçel il sınırlarının doğusu arasında kalan alan 3 km. derinliğindeki kıyı şeridi ve Nevşehir, Ürgüp ve Avanos ilçe sınırları dışında yapılacak turizm yatırımları (konaklama tesisleri ve mevcut konaklama tesislerinin modernizasyon yatırımları), KOBİ kapsamına alınarak kredi tahsisi yapılması, KOBİ kapsamındaki turizm yatırımlarına, "Kalkınmada Öncelikli Yörelere" başta olmak üzere Yatırım Teşvik Belgeleri ve Fon Kaynaklı Kredi verilmesi öngörülmüştür (DPT, 2012-2013).

Turizm yatırımları halen özel önem taşıyan sektör yatırımları olarak kabul edilmekte ve Yatırım Teşvik Belgesi yatırımlar, Yatırım İndirimi, KDV istisnası, Gümrük Vergisi ve Toplu Konut Fonu istisnası ile Vergi, Resim ve Harç İstisnası desteklerinden yararlanabilmektedir. Ancak, 2634 sayılı Turizm Teşvik Yasası'nda belirtilmesine rağmen turizm yatırım ve işletmecilerinin ihracatçı sayılmaları yönünde bir uygulama başlatılamamıştır (DPT, 2012-2013).

2634 sayılı Turizm Teşvik Kanununun 13'üncü maddesi hükümlerine istinaden turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelere teşvik ve destek sağlanmaktadır.

Yatırımlar için öncelik sırası; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri ve bakanlıkça tespit edilen diğer yerlerdir. Belgeli işletmelerden Bakanlar Kurulunca her yıl belirlenen döviz miktarını sağlayanlar, ihracatçı sayılırlar." hükümlerine yer verilmiştir. Buna göre 2634 sayılı kanunda yer alan teşviklere ilişkin hükümler aşağıda yer aldığı şekildedir (Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler, 2009: 27-28):

Taşınmaz Malların Turizm Amaçlı Kullanımı Amacıyla Yapılan Tahsisler

Turizmi Teşvik Kanunu'nun 8 inci maddesine göre, hazine ve orman arazilerinin kanunda belirtilen sürelerde turistik tesis yatırımlarına tahsisi sağlanmaktadır.

Orman Fonuna Katkının Taksitlendirilmesi

Turizmi Teşvik Kanunu'nun 15'inci maddesinde, "Ormanlarda yer alacak turizm yatırımı belgeli tesislerin, 6831 sayılı Orman Kanununun Ek-3 üncü maddesinin (c) fıkrası uyarınca ödemek zorunda oldukları bedel, tahsis tarihini takip eden üçüncü yıldan itibaren, beş yıl vade ve beş eşit taksitte alınır." hükmü yer almaktadır.

Elektrik, Havagazı ve Su Ücretleri

Turizmi Teşvik Kanunu'nun 16'ncı maddesinde geçen, "Turizm belgeli yatırım ve işletmeler elektrik, gaz ve su ücretlerini o bölgedeki sanayi ve meskenlere uygulanan tarifelerden en düşüğü üzerinden öderler." hükmüne istinaden, işletmelere elektrik enerjisi desteği sağlanmaktadır.

Haberleşme Kolaylıkları

Turizmi Teşvik Kanunu'nun 17'nci maddesindeki "Belgeli yatırım ve işletmelerin telefon ve teleks taleplerine ilişkin her türlü işlem ve tahsis öncelikle yapılır." Hükmüne göre işletmelere haberleşme kolaylığı sağlanmaktadır.

Yabancı Personel ve Sanatkar Çalıştırılması

Turizmi Teşvik Kanunu'nun 18'inci maddesine göre; "Belgeli işletmelerde, Bakanlık ve İçişleri Bakanlığının görüşü alınarak Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığınca verilen izinle yabancı uzman personel ve sanatkarlar çalıştırılabilir..."

hükmüne dayanarak yabancı personel ve sanatkar istihdam eden işletmelere destek sağlanmaktadır.

4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu'nun 3. maddesi uyarınca "Uluslararası anlaşmalar ve özel kanun hükümleri tarafından aksi öngörülmedikçe; Yabancı yatırımcılar tarafından Türkiye'de doğrudan yabancı yatırım yapılması serbesttir..." konuya ilişkin sağlanan teşviklerle ilgili uygulama Ekonomi Bakanlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından yapılmaktadır (Gökyayla ve Süral, 2004: 134).

3.4.4. Türk Turizminde Yabancı Sermaye Ortamının İyileştirilmesi

UDY akımlarından alınan payın artırılmasına yönelik çalışmalar özellikle 1990'lı yıllardan itibaren ülkelerin gündemlerinde öncelikli hale gelmiştir.

2008 yılında başlayan ve 2009 yılında tüm dünyada etkisini hissettiren küresel ekonomik ve finansal kriz, 2010 yılı itibarıyla farklı bir evreye girmiştir. Özellikle gelişmiş ülkelerin büyüme oranlarında hızlı bir düşüş yaşanmış ve borç stokları rekor seviyelere ulaşmıştır. Çok uluslu şirketlerin yatırım kararları, bu ekonomik ortamdan olumsuz yönde etkilenmiş, güven göstergelerinde düşüşler gözlemlenmeye başlamıştır (UDY 2010 Yılı Raporu, 2011). Tüm bu ekonomik ve finansal gelişmeler, genel tercih gören bir dış kaynak unsuru olarak UDY girişlerini artırmak üzere gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere birçok ülkeyi, yatırım ortamının iyileştirilmesi çalışmalarına hız vermeye yöneltmiş; yatırım ortamının iyileştirilmesi hususu, uluslararası kuruluşların gündemlerinde de daha üst sıralara taşınmaya başlamıştır. Bu çerçevede uluslararası kuruluşlar, ülkelerin reform çalışmalarını yönlendirici programlarını çeşitlendirerek bu alanda sağladıkları teknik ve mali destekleri artırmışlardır (UDY 2010 Yılı Raporu, 2011).

Türkiye'de yatırım ortamının iyileştirilmesine yönelik politikaların, kamu ve özel sektörün işbirliğine dayalı olarak tasarlanmasına ve uygulamaya konulmasına katkı sağlayan yatırım ortamını iyileştirme koordinasyon kurumu (YOİKK),

Türkiye’de özel sektörün ekonomiye katkısının artırılması ve uluslararası rekabet gücü kazanması bakımından önem taşımaktadır (2009-2013 Stratejik Plan, 2008).

Diğer taraftan, küresel yatırımcıların Türkiye’nin yatırım ortamına ilişkin görüş ve tavsiyelerini oluşturduğu yüksek denetim kurulu (YDK) platformu, Türkiye’nin yatırımlar için cazip bir ülke olması yönünde önemli bir işlev görmektedir. Her iki platformun da etkin çalışması, Türkiye’nin yatırım ortamının geliştirilmesinde büyük rol oynamaktadır.

Türkiye bir yandan uluslararası doğrudan yatırımlar için cazip bir ülke olurken, diğer taraftan doğrudan yatırım ihraç etmeye başlamıştır. Bu çerçevede, yurt dışındaki doğrudan yatırımcılarımızın haklarını korumak amacıyla yatırımların karşılıklı teşviki ve korunmasına yönelik anlaşmalara ihtiyaç duyulmaktadır (UDY 2010 Yılı Raporu, 2011).

Bu kapsamda, karşılıklılık esasına dayanan ve Türk yatırımcılarına önemli avantajlar sağlayan Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması (YKTK) anlaşmalarının sürekli gözden geçirilerek güncellenmesi veya yeni YKTK anlaşmaları akdedilmesi gerekmektedir (UDY 2010 Yılı Raporu, 2011).

Türkiye yabancı yatırımcılara,turizm yatırımları yapmaları için aşağıdaki imkanları sunmaktadır (Çeken, 2003: 134; Türkiye Turizm Stratejisi 2023, 2007):

- Yaşadıkları dönemi ve buldukları coğrafyayı etkilemiş pek çok kültürün izlerini taşıyan bir ülke olarak Türkiye, tarihte kaydedilebilmiş en eski uygarlıklara kadar uzanan bir geçmişe sahiptir. Bu nedenle Türkiye, doğa, tarih ve kültür arasındaki mükemmel uyumu arayan insanlar için en gözde tatil mekânlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Ülkemizin bu coğrafi konumu yabancı firmalara geniş bir pazar imkanı sunması,
- Her yıl giderek daha fazla sayıda turist çeken ve küresel turizm sektöründeki ününü istikrarlı bir şekilde artıran bir ülke olan Türkiye yabancı pazarlarda hızlı bir gelişme göstermiş ve geniş bir turizm pazar imkanları sağlaması (Toker, 2007: 45),

- Serbest ekonominin sağladığı ithalat kolaylıkları,
- Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında Türkiye'deki inşaat maliyetlerinin daha düşük olması,
- Kamu arazilerinin uzun dönemlerle turizm amaçlı kullanım olanağının olması ve altyapı sorunlarının büyük ölçüde çözümlenmiş olması,
- Turistik arzın çeşitlilik göstermesi,
- İşletme giderlerinin diğer ülkelere oranla daha düşük olması ve tüm girdilerin ülke sınırları içerisinde karşılanması,
- Diğer ülkelere oranla işgücünün bol ve ucuz olması gibi unsurlar turizm yatırımcılarına büyük imkanlar sunmaktadır.

Son dönemlerde Türkiye'de yatırım ortamının iyileştirme çabalarıyla birlikte yabancı yatırımcılar Türkiye'ye yatırım yapmayı tercih etmeye başlamışlardır. Bundan sadece birkaç yıl önce ise Türkiye'de yapılacak bir turizm yatırımının Yunanistan'daki ile rekabet şansı bulunmamaktaydı. Ancak ekonomik kriz ile bütün dengeler değişmiş, Türkiye turizm teşvikleriyle de yatırım yapılabilecek ülkeler arasında yer almıştır.

3.5. Türkiye'ye Yabancı Sermaye Çekmek İçin Yapılması Gerekenler

Türkiye'nin bugüne kadar yeterince yararlanamadığı doğrudan yabancı sermayeli turizm yatırımlarını gerçekleştirmek konusunda yaşadığı parasal sıkıntısını yabancı sermayeyi turizm alanına çekerek giderebilir. Bunun için yapılması gerekenler ise şöyle sıralanabilir (Turan, 2010; Bay, Oksay ve Çiçek, 2007: 259):

- Ülkede siyasî, ekonomik ve hukukî istikrarın sağlanması, bu bağlamda, ekonomik ve siyasî alanda görece sağlanmış olan istikrarı sürekli kılacak ve Avrupa Birliği ile tam üyelik açısından gerekli olan mevzuat uyum çalışmalarının süratlendirilmesi gerekmektedir.
- Kurulma çalışmaları devam eden serbest bölgelerin bir an önce faaliyete geçirilmesine çalışılmalıdır. Mevcut serbest bölgelerin, özellikle yabancı yatırımcıyı çekmek ve daha iyi hizmet vermelerini

sağlamak üzere alt ve üst yapı olanaklarının iyileştirilmesi ve tam kapasite ile etkin bir biçimde çalıştırılmalarına önem verilmelidir.

- Küresel dünya ekonomisinde güçlü bir şekilde yer alacak şekilde ülke ekonomisinin iyileştirilmesi için yöntemler geliştirilmelidir.
- Teknoloji - yoğun sektörlerle ve teknoloji-yoğun alanlara (Ar-Ge) yönelik uluslararası doğrudan yatırımları çekmek için gerekli olan koşulların sağlanması gerekmektedir. Buna ilişkin olarak hazırlanan eylem planı içinde ele alınan adımlardan ilki, yatırım ortamının uluslararası düzeye çıkarılması için hukukun üstünlüğü ilkesinin eksiksiz uygulanması ve etkin yönetişimin devletin bütün kademelerine yayılmasıdır (Yılmaz, 2007: 4).
- Yıllardır kısa vadeli kaygılarla gerçekleştirilen mevzuat değişiklikleriyle giderek karmaşık bir hal alan vergi sistemi kapsamlı bir reforma tabi tutulmalıdır. Haksız rekabete neden olabilecek uygulamalardan kaçınılmalıdır.
- Uluslararası rekabetin giderek yoğunlaştığı bir dünyada, yüksek dolaylı ve dolaysız vergi oranlarının Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünü olumsuz etkilemeye devam etmesine izin verilmemelidir.
- Turizm yatırımları için gereken bürokratik işlemler en aza indirilmeli ve tüm bürokratik işlemler tek bir mercide toplanarak karar süresi kısaltılmalıdır.
- Turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu nitelikli personel yetiştirilmelidir.
- Yabancı sermayenin ileride devletleştirileceği konusunda güven ortamı oluşturulmalı, böylece yatırımcıların korkması engellenmelidir (Altıntaş, 1988: 117).

3.6. Yabancı Sermayenin Turizm Sektörüne Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Yabancı sermayenin turizm sektörüne olumlu etkileri olduğu kadar olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Öncelikle olumlu etkileri şu şekilde sıralanabilir (UDY 2010 Yılı Raporu, 2011).

Türkiye “tasarruf açığı” darboğazıyla karşı karşıyadır, sermaye birikimi yetersizdir. Halen kamu kaynaklarının büyük bir bölümü cari harcamalara ayrılmakta, geri kalan kısmı ise borç ve faiz ödemelerine gitmektedir. Yatırımlara yeterince kaynak ayrılamamaktadır. Türkiye yatırım yapmak için ya ihracatı kat kat artıracak ya da dış borç alacaktır. Ülke birikimlerinin yetersiz, ihracatı artırmanın imkansız olduğu ve dış borçlarla yatırım yapmanın göreceli olarak pahalı ve riskli olduğu bir ortamda; getireceği teknoloji, know how, modern işletme ve pazarlama yöntemleriyle yabancı sermayenin önemli bir kaynak olduğu ortaya çıkmaktadır (Zengin, 2010: 104).

Ayrıca doğrudan yabancı yatırımları çeken ülkenin birçok ekonomik kazançları vardır. Bunlardan biri de vergi geliri sağlamaktır. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının üretime katılarak sağladıkları kar ölçüsünde hükümetler için de bir vergi kaynağı oluşturmaktadır.

Diğer yandan, Türkiye’de son yıllarda üzerinde durulan cari açık büyük bir problem haline dönüşmektedir. Cari açıkla mücadele etmek için üç temel şeyin yapılmasına ihtiyaç vardır; birincisi ihracatı hızla artırmak, ikincisi ithalatı kırmak veya en azından ithalatın çok yavaş artmasını sağlamak, üçüncüsü yabancı sermaye yatırımlarını ülkeye çekmektir. Bu üç şeyin birlikte gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Diğer taraftan doğrudan yabancı sermaye yatırımları büyümeyi teşvik ederken ihracatın artmasında ve ithalatın kısılmasında da doğrudan ve dolaylı olarak etkiye bulunabilir (Afşar, 2007: 4).

Turizm sektöründeki yüksek maliyet ve risk, Türk girişimcilerini sektöre yatırım yapmaktan alı koymuştur. Bu duruma kamu kaynaklarının yetersizliği de eklenince ortaya çıkan finansman boşluğunu, gelen yabancı sermaye doldurmaktadır. Bunun sonucunda gelen yatırım ile sektördeki risk paylaşılmış olacaktır (Çeken, 2003: 178; Bahar, 2010: 35; Meldrum, 2000: 34).

Olumsuz etkiler ise şu şekilde açıklanabilir:

21. yüzyılda küreselleşme ve serbest rekabetin öne çıktığı, uluslararası yatırımların büyük önem kazandığı bir dünyada, Türkiye'nin doğrudan yatırımlardan yeterince yararlanamaması, zaman içinde, karşılıklı üstünlüklerini kullanamamasına ve rakibi olan diğer ülkeler karşısında rekabet gücünün zayıflamasına neden olacaktır (Karluk, 2001: 105).

Yabancı sermaye, Türkiye'nin bugün içinde bulunduğu koşullarda büyük bir tehlikedir. Çünkü çok daha canlı, güçlü ve sürekli bir ulusal yatırım eğilimi olmadıkça, yabancı sermaye bir "ekonomik işgal" etkisi yaratır. Zaten yabancı sermayenin zararları sağlayabileceği faydalardan çok daha fazladır. Ekonomik işgal durumunda, zararlar öldürücü bir nitelik kazanacaktır. Durumun çok daha acı olan tarafı ise, bütün umudun yabancılara, AB'li ve Amerikalı patronlara, yani yabancı sermayeye bağlanmış olmasıdır (Meldrum, 2000: 34).

1995–2002 dönemine göre 500 büyük sanayi kuruluşu içinde yabancı şirket sayısı artmıştır (bu sayı günümüzde oldukça yüksek düzeylere ulaşmıştır). Bu eğilim ulusal ekonomimizi hedef alan bir ekonomik işgalin belirtisi ya da en azından habercisidir. 500 büyük sanayi kuruluşumuzun sermayeleri içinde yabancı ağırlığı neredeyse toplamın beşte birine yaklaşmıştır. Bu da Türk sanayine yönelik bir sızma hareketinin belirtisidir. Yabancı firmalar (dolayısıyla yabancı karar merkezleri) Türk sanayindeki ve sanayi işletmeleri üzerindeki hakimiyet derecesini artırmıştır. Ayrıca yabancı ortağı olan şirketlerin önemli bir kısmı yabancı hakimiyet ve yönetimine geçmiştir. Söz konusu firmalarda karar yetkisi artık yabancılara aittir (Kar ve Tatlısöz, 2008: 439).

Türkiye tüketim düzeyini kontrol altına alarak, diğer olanaklarını zorlayarak, ulusal tasarruflarını yükseltmeye başlamalıdır. Bir ekonomide yabancıların yaptığının kat kat üzerinde yatırım yapılmazsa, o ekonomi; bugün bu işletme, yarın öbür işletme azar azar yabancıların eline geçer. Sızma bugün fark edilmez ama 10 yıl sonra fark edilir ancak çok geç olur. Gözlemlenen artışlar küçümsenmemelidir. Bu

durum emperyalist devletlerin daha da güçlenmesi anlamına gelmektedir (Dura, 2004: 531-532).

Yabancı sermayenin şirket sayısı, yabancı sermaye payı ve yabancı ortak payı olarak gittikçe güçlenmesi, daha fazla karın daha fazla yurtdışına transferi, ekonomik kararlarda yabancıların yetkisinin artması, baskı grubu olarak güçlenmesi sonucunu doğurmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

HATAY İLİNDE YABANCI SERMAYELİ TURİZM YATIRIMLARI

4.1. Hatay Turizminin Mevcut Durumu

Turizmin mevcut durumunun analizi iki yönlü ele alınmaktadır. Birincisi arz açısından ikincisi ise talep açısından değerlendirme şeklindedir. Arz yönlü analiz mevcut kaynakların saptanmasını ve bu kaynakların özel sektörden gelen turizm yatırımlarında ve devlet tarafından planlanan turizm politikalarında ne kadar etkin kullanıldığını inceler. Diğer taraftan talep yönlü analiz, belli bir bölgeye yönelik turizm talebini hem nitelik hem de nicelik açısından benzer başka bölgelerle karşılaştırarak o bölgenin rekabet gücünü tanımlar. Bu yönde her ikisinin de tamamlayıcı yönde bilgi sundukları görülmektedir. Hatay turizmini de iki yönlü değerlendirmek daha uygun olacaktır (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012; Aşçı, 2008: 122).

4.1.1. Hatay İlinin Coğrafi Konumu Ve Turizm Kaynakları

Akdeniz'in doğu ucunda yer alan ve bir sınır ili olan Hatay, 5 867 km²dir. İl, doğu ve güneyde Suriye, kuzeydoğuda Gaziantep'in İslahiye ilçesi, kuzey ve kuzeybatıda Adana ve Osmaniye illeri, batıda da İskenderun Körfezi ile çevrilidir (Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2012).

Kuzeyden güneybatıya doğru uzanan Nur Dağları (Amanos) ve Kel Dağ ile Suriye platoları arasında kalan ilin verimli topraklarına sahip olan Amik Ovası, batıda şerit halinde uzanan bir kıyı ovasını oluşturur. İlin başlıca akarsuları Asi, Karasu ve Afrin nehirleridir. İki tane sulama amacıyla kullanılan baraj bulunmaktadır. Birisi karasu üzerinde kurulmuş olan Tahtaköprü Barajı, ikincisi Beyazçay üzerinde kurulmuş olan Yarseli Barajı ve Kureyçi çayı üzerindeki Yayladağı Barajı'dır. (2011 Hatay İl Yıllığı, 2011: 21).

Hatay ili yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlı geçen Akdeniz iklim kuşağında bulunmaktadır. İklimin iç kesimlere doğru gidildikçe sertleştiği görülmektedir. Ortalama yıllık yağış miktarı ise 570-1160 mm arasında değişmektedir. Yağış iç kesimlerden kıyıya doğru gidildikçe azalmaktadır. Hatay ilinin tipik iklim özelliklerinden biri güney-batı yönünden esen hakim rüzgardır.

Hatay'ın doğal bitki örtüsünü makiler ve ormanlar oluşturur. İlde doğal örtüyü oluşturan ormanlar, Amanos Dağları ile Keldağ'da yoğunlaşmaktadır. Amanos Dağlarının denize bakan yamaçlarında, makilik alanlardan sonra, 800 m'den 1200 m'ye kadar ardıç gibi ibrelili ağaçlarla, meşe, kayın, kızılçam, kavak, çınar ve tespih gibi yapraklı ağaçlardan oluşan ormanlar bulunur. 1200 m'nin üzerinde ibrelili ağaçlardan kızılçam, karaçam, sedir ve yer yer ardıçlardan oluşan geniş orman alanları vardır. Keldağ'ın Akdeniz'e bakan kesimlerinde yaklaşık 900 m'ye kadar, maki türü ağaçlardan mersin ve defneler çok yaygındır (Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2012).

Sağlık turizmi açısından Erzin içme ve kaplıcaları, Kumlu ilçesinde, Kırıkhan – Reyhanlı karayolu üzerinde bulunan Hamamat kaplıcası yerli ve yabancı çok sayıda turist çekmektedir.

Hatay, inanç turizm merkezleri, antik kentleri ve yaylalarıyla önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Hatay ili aynı zamanda Künefesi ile de ün salmıştır. Hatay'daki Tarihi ve Turistik Yerler şunlardır:

St. Pierre Kilisesi, St. Simon Stylite Manastırı, Yayladağı Barleam Manastırı, Keldağı Barleam Manastırı, Habib-i Neccar Cami, Şeyh Ahmet Kuseyri Cami ve Türbesi, Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi, Payas Sokullu Külliyesi, Ulu Cami, Demirkapı, Demirköprü, Koz Kalesi, Bakras Kalesi, Payas Kalesi, Mancınık Kalesi, Cin Kulesi, Darbısak Kalesi, Cindi Hamamı, Saka Hamamı, Kurşunlu Han, Sokullu Hanı, Habibi Neccar Dağı ve Tekkoz Kengerlidüz Tabiat Koruma Alanı, Reyhanlı Hamamat Kaplıcaları, Erzin Başlamış Kaplıcaları ve Şifalı Suları, Reyhanlı Hamamı, Kiseçik Köyü Şifalı Suyu, Sarıseki Mağarası, Hatay Arkeoloji Müzesi (Antakya

Mozaik Müzesi), Aççana Örenyeri, Çevlik Örenyeri, Harbiye, Titus Kaya Tüneli, Tel Aççana, Kinet Höyük, Nekropoller, Ceylanlı, İmma, Tainat, Dor Mabedi, Su Kanalları, (Memekli Köprü), uzun sahil şeritleri (Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2012).

4.1.2. Hatay İlinin Turizm Yatırımlarının Mevcut Durumu

Gerek Osmanlı İmparatorluğu döneminde gerekse Türkiye Cumhuriyeti döneminde tarım ve tarıma dayalı sanayi dallarında öne çıkan Hatay, bu konumu nedeniyle bir tarım kenti olarak gelişti.

Tarıma dayalı sanayi içinde çırçır, un, irmik, Pamuk (çiğit) yağı, bakliyat tasnifleme ve zeytinyağı gibi üretim konuları ağırlık kazanmaktadır. Özellikle Amik ovasının en önemli tarımsal ürünü olan pamuğu işlemek üzere bir çok çırçır ve prese fabrikası kurulmuştur (T.C. Hatay Valiliği, 2012).

1975 yılından itibaren İskenderun Demir Çelik fabrikasının kademeli olarak üretime geçmesiyle yörede demir- çelik sanayi önem kazanmaya başlamıştır. bununla birlikte ürünlerin değerlendirilmesine yönelik orta ve küçük çaplı sanayi kuruluşları İskenderun ve Payas civarında kurulmaya başlamıştır.

Gerek istihdam hacmi, gerekse de yarattığı katma değer açısından demir-çelik sektörü, Hatay'da imalat sanayinin itici gücü olmuştur. İmalat sanayi, özellikle makine, filtre, tarım araç-gereçleri, ayakkabı-deri işlemeciliği ve mobilya üretiminde gelişmiştir.

İskenderun Demir Çelik Tesisleri'nin tamamlanmasını izleyen yıllarda, özel sektöre ait çelikhane ve haddehanelerin de devreye girmesi ile günümüzde Hatay ili, demir-çelik sektörünün önemli bir merkezi haline gelmiştir. Ayrıca İskenderun, Payas ve Antakya Organize Sanayi Bölgesi'nde gerçekleştirilmekte olan boru, filtre, tel-çivi ve metal alaşım tesisleri de sektörün entegrasyonu ve üretimin çeşitlendirilmesi açısından önemli yatırımlardır (T.C. Hatay Valiliği, 2012).

Hatay'ın yatırım konuları incelendiğinde, yatırımların il genelinde daha çok pamuk çırçır ve prese, gıda, pamuk (Çiğit) ve zeytinyağı tesisleri, demir-çelik ve makine sanayi alanlarında olduğu görülmektedir (T.C. Hatay Valiliği, 2012).

Aynı zamanda Hatay hem kozmopolit yapısı hem de gelişmişlik düzeyiyle çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmış, tarihi, kültürü, var olan doğal güzellikleriyle marka kültür kentler arasında yer almaktadır. Ancak bir önceki bölümde anlatılan turizm kaynaklarının ve turizm potansiyelinin Hatay'ı bir turizm destinasyonu yaptığını söylemek mümkün değildir. Oysaki Hatay ilinin en önemli potansiyel yatırım alanlarından biri de turizmdir. Hatay ili, tarihi değerleri, doğal güzellikleri ve çok kültürlü yapısı ile çeşitli turizm olanaklarına sahiptir. Hatay yöresi birçok turizm çeşidinin bulunabileceği bir yöredir. İnanç ve doğa turizminin yanı sıra sağlık ve kültür turizmiyle ilgili potansiyel de mevcuttur (Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2012). Söz konusu potansiyelin yatırımcılara tanıtılabilmesi için valilik, il koordinasyon kurulu ve Antakya Ticaret ve Sanayi Odası tarafından tanıtım çalışmalarının yapılması ve girişimcilerin özendirilmesi gerekmektedir. Son yıllarda ise bu çalışmaların hızlandığını görmekteyiz (Aşçı, 2008: 119).

Yabancı turistler Turizm İşletme Belgeli tesislerde konaklamayı tercih etmektedirler. Bu nedenle ildeki turizm işletme belgeli tesis sayısı arttırılmalıdır. Söz konusu tesislerde eğlence ve kültür ağırlıklı animasyona yönelik yatırımlar teşvik edilmelidir (Aşçı, 2008: 125).

Hatay iline verilen yatırım teşvik belgeleri bölge illeri ile karşılaştırıldığında Hatay ilinin en fazla yatırım teşvik belgesi verilen il olduğu görülmektedir.

Hatay 'daki turizm yatırımlarını hem işletme sayısı ve işletme büyüklüğüne göre hem de Hatay' da uluslararası turizm destinasyonu olarak değerlendirmek mümkündür.

4.2. Türkiye’de Hatay Turizmi ve Turizm Potansiyeli

Hatay ekonomisinde turizm endüstriyel faaliyet olarak şimdiye kadar iddialı bir konuma sahip olamamıştır. Her ne kadar il düzeyinde sektörel istihdam göstergeleri ve katma değer hesabına ilişkin veriler konusunda büyük bir eksiklik mevcutsa da, strateji kapsamında geliştirilen yapısal veri ve analiz modülünün ortaya koyduğu sonuçlara göre, yerel turizm endüstrisi 2010 yılsonu itibariyle 5.312 kişilik istihdam gerçekleştirmektedir. Bu istihdam seviyesine, turizmle ilişkilendirilebilecek diğer endüstri ve hizmet alt kollarında çalışanların sayıları da dahildir (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012: 41).

Toplam il istihdamının yüzde 1,4’ü turizm sektörüyle doğrudan ilişkili iş ve hizmetlerde çalışmaktadır. Bilindiği gibi Türkiye’nin ulusal ekonomisi içerisinde turizm endüstrisi toplam istihdamın yüzde 10 ila 20’si arasında değişen bir bölümüne cevap vermektedir. Bu rakamlar Hatay’da turizm faaliyetlerinin Türkiye ortalamasına göre oldukça düşük bir ekonomik alan meydana getirdiğini ortaya koymaktadır (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012: 41).

Hatay yöresini çekici kılan ve tarihin her döneminde iktisadi ve sosyal etkileşimlere açık olmasını sağlayan bir özellik de Anadolu’yu Çukurova yoluyla Suriye-Filistin’e bağlayan yolların kavşak noktasında bulunmasıdır. Ayrıca, Mezopotamya’dan Akdeniz’e çıkmak için kullanılacak en uygun limanlar, yine Hatay yöresindedir.

Hatay bölgesi uluslararası ulaşım içinde önemli bir geçiş noktasındadır. Üç kıtanın kavşak noktası olarak uluslararası ulaşımın ve transit taşımacılığın en yoğun ve hareketli olduğu yerlerden biridir.

Hatay ilinin sınır illerimizden olması, pek çok farklı ve komşu kültüre ev sahipliği yapması, Ortadoğu’ya yakınlığı, Ortadoğu’yla akrabalık ilişkilerinin olması ve Hatay halkının çoğunluğunun Arapça bilmesi Hatay’ın güçlü yönlerinden bir diğeridir. İlin bu özelliği sayesinde 2009 yılında Suriye ve diğer Ortadoğu ülkeleri ile

vize uygulaması karşılıklı olarak kaldırılmıştır (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012).

Vize uygulamasının gerek Suriye'ye, gerekse Türkiye'ye olumlu yansımaları olmuştur. Suriye turizm bakanlığı verilerine göre 2010 yılında Suriye'ye gelen toplam ziyaretçi sayısı 8.545.849 kişidir. Bu ziyaretçilerin yaklaşık yüzde 20'sini Türkiye'den gelen ziyaretçiler oluşturmaktadır (Hatay Valiliği, 2011).

Suriye'den ülkemize gelen turist sayısına bakıldığında ise, 2007 yılında Suriye'den ülkemize 332 bin ziyaretçi gelmişken, bu sayı 2009 yılında 510 bine yükselmiştir. 2010 yılında Suriye'den Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı yüzde 76 yükselerek 899.494 olmuştur. 2010 yılında Hatay'a gelen Suriyeli ziyaretçi sayısı 469.333 kişi olmuştur. Yani 2010 yılında Hatay'a gelen Suriyeli ziyaretçi sayısı 2009 yılında Türkiye'ye gelen Suriyeli ziyaretçi sayısından sadece 40 bin kişi daha azdır (Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2012).

Tüm bunların yanında Ortadoğuda ve Suriyede yaşanan ve halen devam etmekte olan iç savaştan dolayı, her yıl binlerce misafirini ağırlayan Hatay, 2011 Ocak ayından bu yana, sınır girişlerinde yüzde 50 düşüş yaşadı. Geçen yılın ilk 9 ayında, sınırdaki 928 bin 858 ziyaretçi sayısı, bu yıl 437 bin 15'e düştü (AA, 2012).

Yine Hatay'ın turizm potansiyeli açısından baktığımızda, dünyanın en eski yerleşim yerlerinden biri olması bölgenin kendine özgü bir turizm destinasyonu olduğunu göstermektedir. Diğer bir taraftan Hatay'ın elverişli iklimi ve coğrafi konumu turizm faaliyetlerinin 12 aya yaymaya destekleyici niteliktedir. Farklı inanç ve kültürlerin birlikte yaşama pratiğinin tarihi derinliği, geleneksel misafirperverlik anlayışının hala canlı olması ve yöre insanının turizm sektörüne oldukça sıcak bakması Hatay'ın hem sektörel gelişimine hem de sektörde yabancı yatırım imkanlarını ciddi ölçüde destekleyen hususlardır (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012).

4.2.1. Hatay Turizminin Türkiye'deki Yeri, Verilerle Karşılaştırma (Turist Sayısı, Tesis Sayısı, Sezonun Uzunluğu Vb.)

Tablo 9: Yıllar İtibariyle Ulaşım Yollarına Göre Giriş Yapan Yabancı Sayısı (2005-2009, TR, Hatay, Yüzde)

			Ulaşım Yoluna Göre Giriş Yapan Yabancılar				Ulaşım Yoluna Göre Giriş Yapan Yabancılar			
TÜRKİYE	2005	A	Havayolu	14.981.462	HATAY	2005	A	Havayolu		
		B	Demiryolu	78.541			B	Demiryolu		
		C	Karayolu	4.744.819			C	Karayolu	238.530	5,0
		D	Denizyolu	468.055			D	Denizyolu	683	0,1
			TOPLAM	20.272.877				TOPLAM	239.213	1,2
	2006	A	Havayolu	14.084.734		2006	A	Havayolu		
		B	Demiryolu	71.707			B	Demiryolu		
		C	Karayolu	4.206.198			C	Karayolu	232.765	5,5
		D	Denizyolu	553.797			D	Denizyolu	745	0,1
			TOPLAM	18.916.436				TOPLAM	233.510	1,2
	2007	A	Havayolu	16.807.681		2007	A	Havayolu		
		B	Demiryolu	68.755			B	Demiryolu		
		C	Karayolu	4.721.569			C	Karayolu	252.078	5,3
		D	Denizyolu	650.323			D	Denizyolu	864	0,1
			TOPLAM	22.248.328				TOPLAM	252.942	1,1
	2008	A	Havayolu	18.838.735		2008	A	Havayolu		
		B	Demiryolu	72.320			B	Demiryolu		
		C	Karayolu	5.388.308			C	Karayolu	328.897	6,1
		D	Denizyolu	694.644			D	Denizyolu	1.000	0,1
			TOPLAM	24.994.007				TOPLUM	329.897	1,3
2009	A	Havayolu	18.959.340	2009	A	Havayolu				
	B	Demiryolu	69.167		B	Demiryolu				
	C	Karayolu	6.029.950		C	Karayolu	389.353	6,4		
	D	Denizyolu	2.018.657		D	Denizyolu	2.040	0,1		
		TOPLAM	27.077.114			TOPLAM	391.393	1,4		

Kaynak: (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012).

Tablo 10: Ulaşım Yolları İtibariyle Yabancı Ziyaretçi Sayıları (2010)

BÖLGE KODU	BÖLGE ADI	Hava yolu	Demir yolu	Kara yolu	Denizyolu	Günü birlik	Toplam	Top lam yüz desı
TR	Türkiye	18.959.340	69.167	6.029.950	447.327	1.571.330	28.632.204	100
TR631	Hatay	12.589	-	640.347	1.103	-	654.039	2.28

Kaynak: (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012).

Yukarıdaki verileri değerlendirdiğimizde;

Türkiye genelindeki yabancı ziyaretçilerin yaklaşık yüzde 70'i havayolunu kullanmakta iken Hatay ilini havayoluyla ziyaret eden yabancı sayısı henüz çok az seviyededir. 2010 yılı itibariyle havayolunu kullanan yabancı ziyaretçi sayısı sadece 12,589'dur.

Türkiye genelinde yabancı ziyaretçilerin yaklaşık yüzde 22 ' si karayolunu kullanmakta iken Hatay ilindeki yabancı ziyaretçinin neredeyse tamamı karayolunu tercih etmektedir.

Hatay ili toplam yabancı ziyaretçinin yaklaşık yüzde 1,45 ni çekerken ilde yer alan belediye ve turizm işletme belgeli tesis sayıları ve ülke geneline oranlandığında ziyaretçi sayısı ortalamasının altındadır.

Tablo 11: Tesise Geliş Sayıları (Hatay) (2009, 2010)

TÜRKİYE				HATAY					
Tesise Geliş Sayısı		2009	2010	Tesise Geliş Sayısı		2009	2010	2009 (%)	2010 (%)
BB	Vatandaş	13.622.917	15.665.190	B B	Vatandaş	53.864	113.162	0,395	0,722
	Yabancı	4.915.424	7.834.701		Yabancı	19.858	29.918	0,404	0,381
Toplam		18.538.341	23.499.891	Toplam		73.722	143.080	0,398	0,608
TİB	Vatandaş	12.137.822	12.338.602	T İ B	Vatandaş	123.183	174.943	1,015	1,417
	Yabancı	14.388.998	17.415.365		Yabancı	39.169	57.879	0,272	0,332
Toplam		26.526.820	29.753.966	Toplam		162.352	232.822	0,612	0,782

Kaynak: (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012).

Tablo 12: Geceleme Sayıları (Hatay) (2009, 2010)

TÜRKİYE				HATAY					
Tesise Geliş Sayısı		2009	2010	Tesise Geliş Sayısı		2009	2010	2009 (%)	2010 (%)
BB	Vatandaş	21.788.769	25.214.853	BB	Vatandaş	85.009	174.650	0,390	0,692
	Yabancı	19.683.973	25.814.082		Yabancı	43.945	59.097	0,223	0,228
	Toplam	41.472.742	51.028.935		Toplam	128.954	233.747	0,311	0,458
TİB	Vatandaş	22.929.508	23.832.337	TİB	Vatandaş	217.568	304.951	0,949	1,279
	Yabancı	59.986.976	74.325.670		Yabancı	65.106	104.827	0,109	0,141
	Toplam	82.916.475	98.158.007		Toplam	282.674	409.778	0,341	0,417

Kaynak: (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012).

Tablo 13: Ziyaretçi Sayıları, Yatak, Oda, ve Geceleme Sayıları (Turizm İşletme Belgeli) (TR,TR631)

BÖLGE KODU	Toplam Yabancı Ziyaretçi Sayısı (2009)	Turizm İşletme Belgeli/Tesis Sayısı (2008)	Turizm İşletme Belgeli/Oda Sayısı (2008)	Turizm İşletme Belgeli/Yatak Kapasitesi (2008)	Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Geliş Ve Geceleme Sayıları: Tesis Geliş Sayısı/Yabancı (2009)	Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Geliş Ve Geceleme Sayıları: Geceleme Sayısı/Yabancı (2009)
TR (Türkiye)	17.000.000	2.566	268.633	567.470	14.388.998	59.986.967
TR631 (Hatay)	392.000	25	1.118	2.316	39.169	65.106
TR631/%	1,45	0,97	0,42	0,41	0,27	0,11

Kaynak: (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012).

Bütün bu veriler değerlendirildiğinde;

Hatay ilini ziyaret eden yabancıların toplam yabancılar içerisindeki payı yaklaşık yüzde 1,45'dir. Bu oran, ilin sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesine, sahip olduğu tarihi, kültürel ve turistik varlıklara, sahip olduğu kuvvetli ulaşım alt yapısına kıyasla oldukça düşüktür.

Gelen yaklaşık 400 bin kişilik ziyaretçinin önemli bir bölümü (yüzde 90 dan fazlası) karayolunu tercih etmektedir.

Ziyaretçilerinin önemli bir bölümü ildeki tesislerde kısa süreli konaklamaktadır.

Kısa süreli konaklamanın çeşitli nedenleri olabilir.

- Mevcut tesislerin yetersizliği,
- Tursitlere yönelik farklı hizmet sunumundaki yetersizlikler,
- Karayolu ile transit geçiş amaçlı ziyaretlerin yoğunluğu.

İldeki oda sayısı ve yatak kapasitesi Türkiye'deki oda sayısı ve yatak kapasitesinin sırasıyla yüzde 0,42'si ve yüzde 0,41'idir. İldeki turizm belgeli tesis sayısı ise Türkiye'deki turizm belgeli tesis sayısının yüzde 1 'dir.

Bütün bu verilerden hareketle, Hatay ili sınırlarından ülkemize giriş yapan 390 bin kişinin yaklaşık 300 bininin Hatay ilinde konaklamadığı, 24 saatten az bir süre geçirdiği ve dolayısıyla transit amaçlı kullandığı, yaklaşık 90 bin kişinin Hatay ilinde gecelediği görülmektedir.

İldeki turizm işletme belgeli yatak sayısı Türkiye toplamının yüzde 0,42'si iken, ildeki ortalama geceleme sayısı ise Türkiye toplamının yüzde 0,11'i dir.

Sonuç olarak turizm endüstrisi kapsam, büyüklük, istihdam ve altyapı unsurları bakımından yerel ekonmi içerisinde önemli bir konuma sahiptir. Bununla birlikte Hatay turizm endüstrisinin gelişimi için oldukça elverişli bir potansiyel barındırmaktadır. Kaynakları stratejik bir bakışın eş güdümünde akıllıca bir araya getirilmesi ve bu doğrultuda değerlendirilmesi gerekmektedir.

4.2.2. Hatay Turizminin Turizmin Çeşitliliği ve Dağılımı

Turizm endüstrisinin hammaddesi turizm varlıklarıdır. Turizm varlıkları yatırım faaliyetleri ile birlikte geliştirilip turistik ziyaretler için yeni destinasyonların oluşturulmasında kullanılırlar. Bu itibarla turizm sektörünün gelişmesinde turizm varlıklarının karakter ve niteliklerine uygun cazibe unsurlarıyla desteklenerek aktif birer iktisadi mala dönüştürülmeleri önemli bir adımdır (T.C. Hatay İl Valiliği, 2012).

Hatay pek çok sayıda tarihi, kültürel, coğrafi ve turistik varlıklara sahiptir.

Tablo 14: Hatay İli Önde Gelen Turizm Varlıkları

	TARİH KÜLTÜR VE İNANÇ VARLIKLARI		YAYLA ve DOĞA TURİZM ALANLARI
1	AÇÇANA HÖYÜĞÜ	1	ALAN YAYLASI (KIRIKHAN)
2	ANTAKYA KALESİ	2	ATİK YAYLASI
3	ANTAKYA KATOLİK KİLİSESİ	3	GÜZELYAYLA (SOĞUKOLUK)
4	ANTAKYA MUSEVİ HAVRASI	4	ÇATALOLUK YAYLASI
5	ANTAKYA ORTODOKS KİLİSESİ	5	DÖRTYOL (ÇÖKEK) YAYLASI
6	ANTAKYA PROTESTAN KİLİSESİ	6	ERZİN KARINCALI
7	BAKRAS KALESİ	7	TEKNEPİNAR (BATIAYAZ)
8	BEŞİKLİ MAĞARA	8	HARBİYE ŞELELELERİ
9	BEYAZIT BESTAMİ MAKAMI	9	ŞENKÖY
10	HABİB-İ NECCAR CAMİİ		
11	HATAY ARKEOLOJİ MÜZESİ		TERMAL TURİZM VARLIKLARI
12	HATAY DEVLETİ MÜZESİ	1	REYHANLI KAPLICALARI (HAMAMAT)
13	HZ. HIZIR MAKAMI	2	ERZİN BAŞLAMIŞ KAPLICALARI
14	ISSOS HAREBELERİ	3	ALAATTİN KÖYÜ TERMAL SUYU
15	KANUNİ SULTAN SÜLEYMAN KERVANSARAYI	4	KİSECİK KÖYÜ ŞİFALI SUYU
16	KOZ KALESİ		
17	KURŞUNLU HAN		DENİZ TURİZM ALANLARI
18	MUSA AĞACI	1	ARSUZ
19	PAYAS KALESİ	2	BURNAZ PLAJI
20	CİN KULESİ	3	ÇEVLİK
21	SAINT PIERRE KİLİSESİ	4	PAYAS PLAJI
22	SAINT SİMON MANASTIRI	5	YAYLADAĞI SALİHLERİ (DALIŞ TURİZMİ)
23	SOKULLU MEHMET PAŞA KÜLLİYESİ		
24	ŞEYH AHMET KUSEYRİ CAMİİ		
25	TİTUS TÜNELİ		
26	ULU CAMİİ		
27	VAKIFLIKÖY		

Tablo 15: Gurme Turizminin Varlıkları

GURME TURİZMİNİN VARLIKLARI					
1.	ORUK	8.	TUZDA TAVUK	15.	CEVİZ REÇELİ
2.	EKŞİ AŞI	9.	BELEN TAVA	16.	PEYNİRLİ HELVA
3.	AŞUR	10.	HUMUS		
4.	MAĞLUBE	11.	ZAHTER		
5.	KAĞIT-TEPSİ KEBABI	12.	CEVİZLİ BİBER (MUHAMARA)		
6.	KAYTAZ BÖREĞİ	13.	ABUGANUŞ		
7.	BORANI	14.	KÜNEFE		

Kaynak: (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015), 2012).

4.3. Turizmde Rekabet Yapısı Ve Hatay'ın Rekabet Gücü

Dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden birisi olan turizmde, uluslararası turizm pazarı büyürken pazardan en yüksek payı almak için turist çeken ülkeler arasındaki rekabet de giderek artmaktadır. 1990'lı ve 2000'li yıllarda, dünya turizmi istikrarlı olarak büyümüş, uluslararası turizm talebi 2002–2005 yılları arasında 100 milyon kişi artmış ve 2005 yılında uluslararası turist sayısı 808 milyona ulaşmıştır. Uzun dönemde uluslararası turist sayısındaki yıllık ortalama artış yüzde 4,1 iken 2005 yılında bir önceki yıla göre yüzde 5,5 olmuştur (DPT, 2009).

Küreselleşmeyle birlikte rekabetin artması, müşteri istek ve ihtiyaçlarının değişmesi, müşteri memnuniyetinin ve müşteri sadakatinin sağlanmasını zorlaştırmıştır. Müşterilerin ekonomik ve sosyal yapıya bağlı olarak tüketmiş oldukları mal ve hizmetlerle ilgili beklentileri sürekli olarak değişmektedir. Müşteri memnuniyetinin ve sadakatinin sağlanmasının yolu düzenli olarak müşteri beklentilerini ölçmek ve müşterilerin beklentileri doğrultusunda mal ve hizmetleri geliştirmeyi gerektirmektedir. Bu noktada, işletmenin müşteri odaklı olması, müşteri odaklı ve değişimci bir kurum kültürüne sahip olması, öğrenen organizasyon biçiminde yapılanması gereklilik arz etmektedir (Çoban, 2005: 205-397).

Markalar yerine, imajların savaştığı günümüzde, turizm işletmelerinin imajlarını güçlendirmeleri, özellikle de soyut imaj oluşturmalarının kaçınılmaz olduğu bir gerçektir. Öte yandan turizm işletmelerinin her geçen yıl sayıca ve nitelik

olarak değişmesi ile ortaya çıkan ağır rekabet koşulları tüketiciyle ilişki kurma çabalarının arttırılmasını gerektirmektedir. Turizm talebinin esnek yapısı ve yaşanan krizler de dikkate alındığında, turizm işletmelerinin soyut imaj yaratması ve sadık müşteri sayısını arttırması daha da önemli hale gelmektedir (Tolungüç, 1992: 27-28).

Bu koşullar altında ulusal turizm işletmeleri, ölçek, ürün ve fiyatlar konusunda uluslararası değer zincirlerindeki konumlarını yeniden ayarlamak ve genellikle daha küçük paylara razı olmak durumunda kalmaktadırlar.

Türk turizmi turizm sektöründe yer alan kamu ve özel sektörün, paydaşların gayretleri ile küresel meydan okumalara çözüm üretmek çabası çerisindedir. Ancak artan rekabet ortamında küresel turizm pazarından daha çok turist ve daha çok turizm gelirini alabilmenin yolu kamu ve özel sektörün, geliştirilecek daha etkin stratejiler ile sorumluluklarının ve önceliklerinin belirlenerek optimal stratejilerin geliştirilmesinden geçmektedir (2011 Hatay İl Yıllığı, 2011).

Bunun için Türk turizminin kapasite genişlemesinden ziyade açıkça yeni bir vizyona ve sürdürülebilir kalite büyümesini temel alan, üretkenlik ve yenilik odaklı bütüncül bir stratejiye ihtiyacı vardır.

(URAK) Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumuna Göre İller Arası Rekabetçilik Endeksi (2009 – 2010) Bakımından Hatay' ın Türkiye Sıralaması 11' dir (Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK), 2004).

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

5.1. Araştırmanın Problemi

Bir turizm kenti olan Hatay ili gerek coğrafi, gerekse tarihsel ve kültürel kaynaklarının çeşitliliği bakımından oldukça geniş bir turizm spektrumuna sahiptir. Bu bağlamda bu çalışmanın problemi, Hatay’da yabancı sermaye yatırımlarının yapılabilmesi için uygun pazar koşullarının olup olmadığı, pazarın gelişme eğiliminin ve yeterli büyüklüğünün olup olmadığı, yabancı sermaye yatırımları için fırsatların neler olduğu, yine yabancı sermaye açısından giriş engellerinin olup olmadığı, hangi tür fırsatların olduğu vb. konular incelenerek “Hatay ilinde yabancı sermaye yatırımlarının yapılabilirliğidir”. Böyle bir araştırmanın yapılması doğrudan yabancı sermayenin ihtiyaç duyduğu bölgeye yönelik “olabilirlik” konusunda bilgi eksikliğinin giderilmesine katkı sağlayacaktır.

5.2. Araştırmanın Konusu

Bu tez araştırmasında Hatay ilinde yabancı sermayeli turizm yatırımlarının olabilirliği araştırılmıştır. Araştırma Hatay ilindeki kamu kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör kurumlarının yöneticileriyle görüşmek suretiyle gerçekleştirilmiştir.

5.3. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, Hatay bölgesi turizm yatırım potansiyelinin değerlendirilmesi, turizm pazarının gelişme eğiliminin saptanması, pazarın yabancı sermaye yatırımları açısından uygun olup olmadığının tespiti ile Hatay ili yatırım fırsatlarının neler olduğu ve Hatay ilinin turizm yatırımları konusunda hangi güçlüklerle karşılaşabileceğinin tespit edilmesidir.

5.4. Araştırmanın Önemi

Çalışmanın önemi, daha önce bölgeye yönelik herhangi bir çalışma yapılmamasından kaynaklanmaktadır. Zira bölgeye yatırım yapacak yabancı sermayenin ihtiyaç duyacağı yatırım bilgi birikimi istenen düzeyde değildir. Çalışmanın bu alanda bilgi birikimine önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

5.5. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın varsayımları şu şekilde sıralanabilir;

- Seçilmiş olan örneklemin evreni temsil ettiği ve yeterli olduğu,
- Anketteki soruların katılımcılar tarafından doğru algılandığı ve doğru cevaplandığı,
- Kullanılan analiz yönteminin en uygun yöntem olduğu,
- Verilen cevaplarla elde edilen datanın hatasız analiz edildiği varsayılmıştır.

5.6. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın ekonomik ve zamansal kısıtlarının yanında turizm yatırımları olabilirliği konusundaki görüşlerini içerdiğinden dolayı katılımcılar ilk sınırı oluşturmuştur. İkinci sınırlılık, anket formunu oluşturan soruların konuyu tam olarak kapsadığı ve yeterli olduğu varsayımıyla sınırlıdır. Üçüncü bir sınırlılık ise Bu araştırma sivil toplum kuruluşları, özel ve kamu sektöründe konuyla ilgili yöneticilerin vermiş olduğu bilgiler ve cevaplar ile sınırlıdır. Araştırmada yabancı sermaye yatırımcılarıyla görüşülmemiştir. Araştırmada kullanılan veriler araştırmada kullanılan veri toplama aracı ile kısıtlıdır. Araştırma Hatay bölgesiyle kısıtlıdır.

5.6. Araştırma Soruları

Bu çalışmada, araştırma problemi doğrultusunda konuyla ilgili aşağıda belirtilen sorular geliştirilmiş ve cevapları elde edilmeye çalışılmıştır.

Soru 1: Hatay turizm sektöründe, yabancı sermaye yatırımları için uygun bir pazar var mıdır?

Soru 2: Hatay turizm sektörü, ekonomik açıdan yabancı sermaye yatırımları için uygun mudur?

Soru 3: Hatay turizm sektörü, hukuki açıdan yabancı sermaye yatırımları için uygun mudur?

Soru 4: Hatay turizm sektörü, sosyo-kültürel açıdan yabancı sermaye yatırımları için uygun mudur?

Soru 5: Hatay turizm sektörü, politik açıdan yabancı sermaye yatırımları için uygun mudur?

Soru 6: Hatay turizm sektörü, alt-üst yapı açısından yabancı sermaye yatırımları için uygun mudur?

Soru 7: Hatay turizm paydaşlarının yabancı sermayeye karşı olumlu algıları var mıdır?

Soru 8: Hatay turizm sektöründe yabancı sermayenin, şehir rekabet edebilirliği üzerine olumlu etkileri var mıdır?

5.7. Çalışmanın Yöntemi

Araştırmanın bu kısmında; araştırmanın uygulanacağı evren ve örneklem belirlenmiştir. Örneklem belirlendikten sonra verilerin toplanması, toplanan bu verilerin analizine ait bilgilerin verilmesi yer almıştır.

5.7.1. Araştırmanın Evreni

Araştırma evrenini Hatay ilinde bulunan 25 otel, 20 seyahat acentası, 37 sivil toplum kuruluşu ve araştırmanın amacına uygun 11 kamu kuruluşu oluşturmaktadır. Her kurumdan en üst düzey yönetici araştırma evrenine dahil edilmiştir.

5.7.2. Araştırma Örnekleme

Araştırmada amaçlı örnekleme yolu izlenmiştir. Nitel araştırmalarda, örnekleme derinlemesine araştırabilmek için örneklem grubu küçüktür. Bu nedenle rasgele örneklem seçimi yerine, amaçlı örnekleme tercih edilir (Miles & Huberman, 1994: 27). Bu örneklemede seçim için önemli olduğu düşünülen ölçütler belirlenmekte ve bu ölçütlere göre seçilen örneklemin, araştırma evrenini bütün nitelikleri ile temsil edebildiği düşünülmektedir (Tavşancıl & Aslan, 2001: 50-55). Bu çalışmada görüşmeler, tam sayım yapılarak bütün yöneticilere gerçekleştirilmeye çalışılmış en çok zaman, randevu vb alınarak, araştırmada kayıt cihazı kullanılmıştır. Hatay ilindeki sivil toplum kuruluşları, kamu ve özel sektörler olmak üzere 2012 Nisan ayında toplam 43 yönetici ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma etiği çerçevesinde katılımcıların isimleri belirtilmemiştir. Bu nedenle katılımcılar K1, K2, K3, K4, K5.....K43 kodlarıyla isimlendirilmiştir.

5.7.3. Verilerin Toplanması

Tezin hazırlanma sürecinde, yöntem olarak birincil ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. İkincil verilerde literatür taraması yapılarak konu ile ilgili bilimsel kitaplar, uluslararası ve ulusal yayınlar, yurt içi ve yurt dışında konu ile ilgili yazılan makaleler ve dokümanlar incelenmiştir. Birincil verilerde ise öncelikle literatür taraması yapılarak sonucunda konu ile ilgili başka bölgelerde yapılmış olan anketler incelenerek, mülakatın bölgeye uygun şekle dönüştürülmesi sağlanmış ve sivil toplum kuruluşları, kamu ve özel sektör yöneticilerine uygulanmıştır.

Bu araştırmada mülakat veri toplama tekniği kullanılmıştır. Araştırmalarda yaygın kullanılan veri toplama tekniklerden biri olan mülakat; önceden hazırlanmış soruların sorulduğu ve karşısındaki kişinin sorulara yanıtlar verdiği amaçlı bir söyleşidir (Kuş, 2003: 50).

Bu çalışmada yatırım iklimi ile ilgili derinlemesine analiz yapabilmek için mülakat tekniğinin seçilmesinin uygun olduğu düşüncesinden dolayı mülakat tekniği kullanılmıştır.

Görüşmenin diğer bir tanımı ise, önceden belirlenmiş ve ciddi bir hedefe yönelik yapılan, karşdakine soru sorma yöntemiyle yanıtlar alan etkileşime dayalı bir iletişim sürecidir. Tanımda geçen “belirtilen süreç”, bu karşılıklı yapılacak iletişimin süregelen ve dinamik yapısını ifade eder. Bu dinamik yapı, karşılıklı bir etkileşime dayalı bir bağ kurmayı gerektirir. Görüşme sürecinin planlı ve amaçlı olması özelliği ise görüşme tekniğini, bir sohbet olmaktan farklı kılar ve onu hedeflere yönelik planlanmış bir veri toplama çabası yapar. Görüşmede kullanılan soru ve cevap yöntemi de veri toplarken bir ilişkiyi kurma ve veriye ulaşma yolu olarak nitelendirilebilir (Yıldırım & Şimşek, 2008: 119-120).

Mülakatın amacı, bir bireyin iç dünyasına girerek onun bakış açısını anlamaktır. Mülakat yoluyla, deneyimler, tutumlar, düşünceler, niyetler, yorumlar ve zihinsel algılar ve tepkiler gibi gözlenemeyeni anlamaya çalışırız. Bu süreçte sorulan sorulara karşı tarafın rahat, dürüst ve doğru bir şekilde tepkide bulunmasını sağlamak görüşmecinin temel görevidir (Arıkan, 2000: 36). Bu nedenle görüşmenin başlangıcından sonuna kadar çok doğru şekilde planlanması ve sürecin doğru şekilde yürütülmesi gerekir.

Nitel araştırma sık kullanılan anketlerle karşılaştırıldığında görüşme yönteminin açıkça görülen bazı güçlü yönleri vardır. Bunlar; esneklik, yanıt oranı, sözel olmayan davranış, ortam üzerindeki kontrol, soruların sırası, anlık tepki, veri kaynağının teyit edilmesi, tamlık ve derinlemesine bilgi olarak sıralanabilir (Bailey, 1982: 24).

Görüşme yönteminin güçlü yönleri olduğu gibi bazı zayıf yönleri de vardır. Bunlar; maliyet, zaman, olası yanlışlık, kayıtlı veya yazılı bilgileri kullanamama, zaman ayırma güçlüğü, gizliliğin ortadan kalkması, soru standardının olmayışı ve kişilere ulaşma güçlüğü olarak sıralanabilir (Bailey, 1982: 25) .

5.7.4. Verilerin Analizi

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu teknik, özel bir konuda derinlemesine soru sorma ve cevap eksik veya açık değilse tekrar soru sorarak durumu daha açıklayıcı hale getirip cevapları tamamlama fırsatı vermesi açısından avantajlıdır (Çepni, 2007: 25).

Araştırma katılımcılarla yüz yüze gerçekleştirilmiştir ve görüşmeler, ses kayıt cihazıyla, katılımcıların onayı alınarak kaydedilmiştir. Görüşmelerden sonra kaydedilen veriler, metne dönüştürülmüştür. Görüşmeler, mülakat sorularına bağlı kalınarak gerçekleştirilmiştir.

Verilerin analizinde içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır. İçerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla, bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir teknik olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2008: 33).Görüşmelerden elde edilen ham veriler kodlama yapılarak, kategoriler belirlenmiştir. Veriler bu kategoriler altında sınıflandırılarak okuyucu için anlamlı bir hale getirilmiştir. Kodlama ve kategorileştirme işlemi tekrarlı olarak yapılmıştır. Böylece araştırmanın problemine ve amacına bağlı kalınarak, gereksiz kodlamalar çıkarılmış, gerekli görülen kısımlarda yeni kodlamalar eklenmiştir.Sonuç olarak her bir katılımcının konu hakkındaki görüşlerinin ayrı ayrı görülebileceği tablolar elde edilmiştir.

İçerik analizi yapılan derinlemesine mülakata bağlı olarak katılımcıların düşüncelerini ortaya koyması açısından en uygun yöntem olduğu düşüncesiyle tercih edilmiştir.

5.7.4.1. İçerik Analizi

İçerik analizi toplumsal davranışı etkilemeden gerçekleştirilebilen (non-obtrusive) bir araştırma yöntemidir (Miles & Huberman, 1994: 46). İçerik analizi ile ilgili olarak yapılan tanımlar farklı bakış açılarını da ortaya koymuştur. Bunlardan bazıları şöyledir;

İçerik analizi, Sözel, yazılı ve diğer materyallerin içerdiği mesajı; anlam ve/veya dilbilgisi açısından nesnel ve sistematik olarak sınıflandırma, sayılara dönüştürme ve çıkarımda bulunma yoluyla sosyal gerçeği araştıran bilimsel bir yaklaşımdır (Tavşancıl & Aslan, 2001: 5).

İçerik analizi, iletişimin açık/belirgin içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlanmasına yönelik bir araştırma tekniğidir (Bilgin, 2006: 2). İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Gökçe, 2006: 18).

İçerik analizi yazılı, sözlü bir metni veya sembolü analiz edip rakamlara dönüştürüp bu rakamların üzerinden yoruma gitmek, diğer bir deyişle rakamları tekrar söze dönüştürmek olarak ta tanımlanabilir.

5.7.4.2. İçerik Analizinin Amacı

İçerik analizinin amacı, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşabilmek ve bu metinleri çözümlenektir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 227). İçerik analizi genellikle kitle iletişim araştırmalarının analizleri için uygun bir yöntem gibi bilinse de aksine, içerik analizi kitle iletişimin dışında edebi eserleri, romanları tarih eserleri, dini ve ilahi metinleri, yazıtları, arşivleri, ve kamuoyu için üretilen her türlü söylev ve söylemleri analiz edebilen bir yöntemdir (Gökçe, 2006: 20).

5.7.4.3. İçerik Analizinin Uygulanması

İçerik analizi aşamaları şu şekilde sıralanmıştır;

Amaç ve Hedeflerin Belirlenmesi: Bu aşamada ilk olarak sorunun ya da problemin tanınması gerekmektedir. Araştırmacı araştırma hedeflerini belirlemek durumundadır. Bu sayede iletişimlerin her yönüyle ilgilenmek yerine belirli

yanlarıyla sınırlı kalmayı dolayısıyla zaman ve enerji tasarrufunu sağlamış olacaktır (Bilgin, 2006: 11).

Örneklem seçimi: İçerik analizinin örnekleme seçilerek, incelenecek iletişimlere bağlı olarak, sınırlı sayıda gazete, dergi, öykü, film, reklam ve diğer iletişim araçlarından veya türlerinden oluşabilir. Örneklem içerik analizinin sahasına göre geniş veya dar tutulabilir (Gökçe, 2006: 27).

Kavramsallaştırma ve kod kategorilerinin geliştirilmesi : Bu aşamada elde edilen veriler arasından yer alan anlamlı bölümlere (bir sözcük, cümle, paragraf gibi) ve olaylara anlam verilmesi sağlanır. Daha sonra içerik analizinde elde edilen kavramların birbirleriyle belirli tema altında sınıflandırılması sağlanarak kavramların birbirleriyle olan ilişkileri ortaya çıkarılır ve bu ilişkiler daha üst düzey bir tema ile açıklanır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 228).

Betimleme ve Kodlama: İçerik analizinde yöntemin ilk adımı ‘betimsel işleme’ dir. Burada bireyin aldığı uyarıların veya mesaj öğelerinin özelliklerini ve güçlerini objektif bir şekilde ortaya koyarak sübjektif ve kaba betimlemeleri aşmak söz konusudur (Bilgin, 2006: 12). Bu açıdan içerik analizi mesajı bir takım kategorilere bölmek, belirli kodlama ya da kayıt birimleri saptamak durumundadır. Kodlamak, mesajın anlamı üzerinde bir işlem yapmak anlamına gelmektedir. Bu işlem mesajın bütünü ile mesajın indirgenmiş şekli arasında bir benzerlik bulunduğu varsayımına dayanmaktadır. Ayrıca kategorileri frekanslarına göre değerlendirmek (bir metinde belirli bir öğenin veya kategorisinin görülme sıklığına bakmak), kategorilerin önemini frekansa bağlamak gibi gizli bir varsayım taşımaktadır. İçerik anali yöntemiyle çalışırken bu tür varsayımların bilincinde olmak gerekir (Tütengil, 1975: 14).

Değerlendirme: veri setinde direk görülemeyen, fakat kavramsal kodlama ve sınıflama yoluyla temaların ve bu temalar arası anlamlı ilişkilerin ortaya çıkarılması değerlendirme sürecinin temel işlevidir. (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 222).

Çıkarılma: içerik analizi yöntemi, bazı nitel ve nicel göstergelerden hareketle, mesajdan elde edilen psikolojik, sosyolojik, tarihsel, ekonomik ve bezer türden bilgilerin haricinde bazı sonuçları elde etmek için uğraşmaktadır. Analizci çalışmasını dökümanlarda bulduğu izler üzerinde sürdürmektedir. Bu izler, çeşitli durumların ve olguların işaretleridir. Bu işaretler sayesinde keşfedilecek bazı unsurlar vardır. Analizci mantıksal bir biçimde tümdengelim, yani çıkarılma veya çıkarım (inference) sayesinde, mesaj, kanal, mesajın vericisi ve alıcısı hakkında birtakım bilgiler elde edilebilir (Bilgin, 2006: 14-15).

Yorumlama: ‘Bu söylenen ya da gözlenen ne anlama gelmektedir?’ sorusu, yorumlamanın temelini oluşturur. Veri analizinde anlam ön plana çıkmaktadır. Bu elde edilen bulguların kendi ortamı içinde yorumlanmasına bağlıdır. Verilerin anlamlandırılması öznel bir süreç olduğundan yorumların herkes tarafından aynı şekilde kabul edilmesi beklenemez. Araştırmacı kendi yorumlarıyla elde ettiği verileri ve bundan çıkardığı sonuçları ortaya koymaktadır. Böylece okuyucuya ek bir bakış açısı sunmaya çalışmaktadır (Türkdoğan, 1989: 222).

5.7.4.4. İçerik Analizi Teknikleri

İçerik analizi teknikleri şu şekilde sıralanmaktadır.

5.7.4.4.1. Frekans (Sıklık) Analizi:

İçerik analizinde ilk kullanılan teknik mesaj ögelerinin hangi sıklıkta görüldüğünü saymak olmuştur. Bu tür bir analizde sayılabilecek nitelikte birimler (rneğin sözcükler) alınır ve analiz göstergeleri frekans türünde ifade edilir (Bilgin, 2006: 18).

Frekans analizi en basit şekliyle, birim veya ögelerin sayısal, yüzdesel ve oransal bir tarzda görünme sıklığını ortaya koymaktadır. Bu belirli bir ögenin önemini ve yoğ unluğunu daha iyi anlamayı sağlar. Frekans analizi sonucunda ögeler belli bir sıraya sokulur ve sıklığa dayalı bir sınıflama yapılır (Kuş, 2003: 23).

5.7.4.4.2. Kategori Analizi

İçerik analizinde bir diğer kullanılan teknik ise kategorisel analizdir. Kategorisel analiz genellikle belirli bir mesajın ilk olarak birimlere bölünmesini ve daha sonra bu birimlerin, belirli özelliklere göre kategoriler halinde gruplandırılmasını ifade eder. Kategorilendirme, mesajların kodlanmasını, yani anlamların işlenmesini gerektirir (Gökçe, 2006: 58).

Kategorilerin belirlenmesinde uyulacak bazı teknik esaslar vardır. Bunlar; kategorilerin homojen, ayırt edici, objektif olması, bütünsellik taşıması, amaca uygun ve anlamlı olması gerekir (Miles ve Huberman, 1994: 25).

5.7.4.4.1.2. Değerlendirici Analiz

Değerlendirici analiz bir mesajdaki lehte ve aleyhte tutumları ölçme amacıyla kullanılır ve belli başlı tutum ölçekleri arasında yer alır. Bu yöntemin kuramsal çerçevesi temsili dil anlayışına dayanır, insanın kullandığı dilde yansıdığı ve mesajın analizi sayesinde verici hakkında bilgi edinebileceği varsayılır. Mesaj kaynağının belirli bir objeye ilişkin sözleri analiz edilerek, bu obje hakkındaki tutumların yönü (lehte-aleyhte) ve yoğunluğu (tutum objesine karşı veya taraftar oluşun düzeyi) belirlenir (Türkdoğan, 1989: 35).

5.7.4.4.1.3. İlişki (Olumsuzluk) Analizi

Olumsuzluk analizi tekniği Osgood (1959) geliştirilmiştir (Contingency Analysis). Bu analizde mesajdaki ayrı ayrı öğeler yerine öğeler arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Bu teknik bilgisayarların devreye girmesiyle önem kazanmıştır (Bilgin, 2006: 22).

İlişki analizi, basit frekans analizini yeterli bulmayan araştırmacılar tarafından daha fazla tercih edilen bir analizdir. Bu analiz, neyin kaç kez görüldüğünü değil,

neyin neyle beraber görüldüğünü, farklı mesaj öğelerinin hangi ilişki yapısı içerisinde birlikte bulunduğunu bulmayı amaçlar (Bilgin, 2006: 22).

5.7.4.4.1.4. Diğer Analizler

İçerik analizi kapsamında bazı özel analiz teknikleri daha vardır. Bunlar; kapalılık göstergesi, vokobülerin zenginliği, flesch göstergesi ve bilgisayarla analiz teknikleridir.

5.7.4.5. İçerik Analizinin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Güçlü yönleri

- Zaman ve paradan tasarruf sağlar.
- Gerekirse araştırmanın bir kısmını yeniden yapmak basittir.
- Uzun bir zaman kesitinde meydana gelen süreçleri incelemeye izin verir.
- Araştırmacının araştırdığı denekler üzerinde nadiren etkisi vardır.
- Güvenilirdir.

Zayıf yönleri

- Kayıtlı iletişimin incelenmesiyle sınırlıdır.
- Geçerlik sorunları vardır (Bailey, 1982).

5.8. Mülakat Yapılan Kişiler Listesi

Tablo 16: Mülakat Yapılan Kişiler Listesi

Katılımcı	Kurumu
K1	Hatay Valisi
K2	Hatay Vali Yardımcısı ve Marka Kent Derneği Başkanı
K3	Hatay Belediye Başkanı

Tablo 16: Mülakat Yapılan Kişiler Listesi'nin Devamı

K4	İskenderun Kaymakamı
K5	İl Kültür Turizm Müdür Yardımcısı
K6	Doğaka Hatay Destek Ofisi Koordinatörü
K7	Büyük Antakya Oteli Önbüro – Satış Müdürü
K8	Hatay Turizm derneği Başkanı
K9	ATSO Halkla İlişkiler Müdürü
K10	Ottoman Palas Oteli Genel Müdürü
K11	Alexander Turizm Seyahat Acentesi Müdürü
K12	Antik Grand Hotel Genel Müdürü
K13	Antik Beyazıt Hotel Genel Müdürü
K14	Liwan Hotel Önbüro ve Satış Pazarlama Müdürü
K15	Antakya Turizm Seyahat Acentası Müdürü
K16	Titus Turizm Seyahat Acentesi Müdürü
K17	Silpiyus Turizm Seyahat Acentesi Müdürü
K18	Lulutur Turizm Seyahat Acentesi Müdürü
K19	Ant-Tur Turizm Seyahat Acentesi Müdürü
K20	Hatay İl Özel İdaresi Kamu Çalışanı
K21	Altındişler Oteli Genel Müdürü

Tablo 16: Mülakat Yapılan Kişiler Listesi'nin Devamı

K22	Sun Hotel Genel Müdürü
K23	Emin Otel Genel Müdürü
K24	Ontur Otel Önbüro Müdürü
K25	Hataylı Otel Önbüro Müdürü
K26	Silpiyus Turizm Seyahat Acentesi Müdürü
K27	Rosus Turizm Seyahat Acentesi Müdürü
K28	Tardu Turizm Seyahat Acentesi
K29	Koşar Turizm Seyahat Acentesi
K30	Zinde Turizm Seyahat Acentesi
K31	Rende Tia Turizm Seyahat Acentesi
K32	Senem Turizm Seyahat Acentesi
K33	İskenderun Turizm Bürosu
K34	İskenderun Vergi Dairesi
K35	KİSİAD Genel Sekreteri
K36	İskenderun Belediye Başkan Yrd.
K37	İTSO Genel Sekreteri
K38	İskenderun Turizm ve Tanıtma Derneği Başkanı
K39	Son Haber Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

Tablo 16: Mülakat Yapılan Kişiler Listesi'nin Devamı

K40	Narin Hotel Genel Müdürü
K41	İssos Otel Genel Müdürü
K42	Club Casmin Otel Genel Müdürü
K43	Antakya Çevre Koruma Derneği Başkanı

ALTINCI BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde araştırmaya katılanların Hatay ili yabancı yatırımları konusunda görüşleri temel 5 katagoriye ayrılmış, Tablo 17 konuyla ilgili oluşturulmuştur.

Veriler içerik analizinde kullanılan tekniklerden, frekans analizi, kategori analizi ve değerlendirici analiz ile birlikte değerlendirilmiştir. Son olarak araştırma problemine ilişkin geliştirilen soruların cevaplarının olumlu ve olumsuz yönleri % olarak ifade edilmiştir.

Yöneltilen her bir soru için, katılımcılardan elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 17: İçerik Analizi Kategorileri ve Alt Kategorileri

Problem	Hatay İlinde Yabancı Sermaye Yatırımlarının Yapılabilirliği
KATEGORİ 1	EKONOMİK FAKTÖRLER
Alt Kategori 1	Turizm Pazarı Büyüklüğü Ve Turistik Ürün Çeşitliliği
	Yeterli Yetersiz
Alt Kategori 2	Vergi Uygulamaları Ve Kambiyo Rejimi
	Yatırıma Uygun Yatırıma Uygun Değil
Alt Kategori 3	Yatırım Maliyetleri
	Maliyetler Yüksek Maliyetler Düşük
Alt Kategori 4	İstihdam ve Ödemeler Dengesi
	Yeterli Katkı Yapar Yeterli Katkı Yapmaz
Alt Kategori 5	Rekabet
	Rekabet Düzeyi Yüksek Rekabet Düzeyi Düşük
Alt Kategori 6	Teşvik
	Yeterli Yetersiz

Tablo17: İçerik Analizi Kategorileri ve Alt Kategorileri'nin Devamı

KATEGORİ 2	HUKUKİ VE POLİTİK FAKTÖRLER
Alt Kategori 1	Politik Risk
	Yüksek Düşük
Alt Kategori 2	Yasal Düzenlemeler
	Yeterli Yetersiz
KATEGORİ 3	SOSYO- KÜLTÜREL FAKTÖRLER
Alt Kategori 1	Sosyal Faktörler
	Uygundur
Alt Kategori 2	Kültürel Faktörler
	Çok Uygundur
KATEGORİ 4	TANITIM VE PAZARLAMA
	Yeterli Yetersiz
KATEGORİ 5	GİRİŞ USULÜ
	İhracat Ortaklık Doğrudan Dış Yatırım

Yukarıdaki tablodan hareketle belirlenen her bir varsayım ve varsayımına ait boyutlar hakkında verilen söylemler ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Aşağıdaki tabloları değerlendirdiğimizde yapılan anketlerde kişilerin şehirde Hatay'ın yabancı sermayeli yatırımların olması adına olumu ve bilinçli söylemlerde buldukları gözlenmiştir. İlk olarak Hatay'da yabancı sermayeli yatırımlar açısından ekonomik faktörler kategorisi incelenmiştir ve bu kategori alt kategorilere ayrılmıştır. Söylenen cümleler anlamları bakımından her bir alt kategoriye göre ayrılmıştır.

6.1. İçerik Analizi Kategori 1

Kategori 1 de ekonomik faktörler olarak belirtilen araştırma sorularına verilen cevaplar incelenmiştir. Bu kategoriyi oluşturan soruların çeşitli alt kategorilerde

incelenmesi yerinde görülmüş ve 7 tane alt kategori oluşturulmuştur.

6.1.1. Ekonomik Faktörler

Yabancı sermayenin bir ülkeye girişinde ekonomik faktörler büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan pazarın büyüklüğü, vergi uygulamaları ve kambiyo, maliyetlerin durumu, istihdam, rekabet, teşvik gibi faktörler yatırımcılar tarafından değerlendirilmekte ve bu değerlendirmeye bağlı olarak yatırım kararı verilmektedir.

6.1.1.1. İçerik Analizi Alt Kategori 1

Tablo 18: İçerik Analizi Alt Kategori 1

Alt Kategori 1: Turizm Pazarı Büyüklüğü Ve Turistik Ürün Çeşitliliği		Sıklık	Yüzde (%)
Yeterli	Yabancı sermaye yatırımları Hatay'da piyasa hacmini etkilemez	12	43
	Hatay Tarihi, Kültürel, Coğrafi, Dini, Ekonomik, Beşeri çekicilikler ve Gastronomi çekiciliğine sahiptir.	10	
	Hatay'da yabancı yatırımcılar yatırım yapmayı tercih ederler. Hatay, Orta Doğu'ya açılan bir kapı olması ve Hatay turizm çeşitliliği açısından cazip bir yatırım bölgesidir.	8	
	Yabancı sermaye yatırımları Hatay piyasa hacmini olumlu yönde etkiler. Ve refah seviyesi artar.	25	
Yetersiz	Hatay'da turizm pazarı yeterince var fakat mevcut otel işletmeleri yetersiz	28	57
	Hatay'da turizm pazarı ürün sayısı yeterli değil, 5 yıldızlı otellerin ve yatak kapasitesinin artırılması gerekiyor, sahilin temizlenip turizme kazandırılması gerekli	19	
	Turizm pazarındaki eğilim son zamanlarda Suriye'de yaşanan olaylardan sonra olumsuz etkilenmiştir. Fakat tekrardan yabancı yatırımcıların ilgisi artmakta ve eğilim olumlu yönde ilerlemektedir.	27	

Hatay bölgesi turizm pazarı büyüklüğü ve turistik ürün çeşitliliği açısından ise yeterli ve yetersiz olmak üzere iki kategoriye ayrılmıştır. Bu kategorilerden öne çıkan ise turizm pazar genişliğinin yeterli olduğu ancak ürün sayısının istenilen

düzyeyle yeterli olmadığıdır. Bu nedenle otel anlamında Hatay'ın yeni yatırımlara ihtiyacı olduğu, özellikle Hatay'ın beş yıldızlı kompleks otellere ihtiyaç olduğu konusunda yanıtlayıcıların hemfikir olduğu görülmektedir.

Hatay'ın öne çıkması gereken yönleri hakkında ise kültür-tarih, gastronomi, inanç boyutları ortaya çıkmıştır. Ama genelde insanlar Hatay'ın tek bir yönüyle değil tüm yönleriyle öne çıkması gerektiği yönünde hemfikir olmuşlardır. Bu farklılıklar yabancı sermayeli yatırımcıların yatırım yapmasında olumlu bir etki sağlamaktadır.

Yabancı sermayenin Hatay'ı tercih etme nedenleri ise yanıtlayıcılar daha çok Hatay'ın, Orta Doğu'ya açılan bir kapı olması turizm çeşitliliği açısından cazip bir yatırım bölgesi olmasına vurgu yapmışlar, Hatay'ın ekonomik ve kültürel yönünün avantajlı olması, ucuz iş gücünün ve jeopolitik konumu yönüyle de avantajlı olduğu görüşünü ifade etmişlerdir.

Yabancı yatırımların Hatay'da yapılabilmesi açısından Hatay'da turizm pazarındaki eğilim konusunda yanıtlayıcılar daha çok son zamanlarda yaşanan Suriye olaylarından sonra pek olumlu gelişimin olmadığını, daha önceden ilişkilerin çok iyi olduğunu ve yatırımcıların Hatay'a yatırım yapacakları zaman bu kadar endişe ile yaklaşmadıklarını ve ilginin çok fazla olduğunu ancak bu durumun son zamanlarda tam tersi yönde geliştiği görüşünü ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak, katılımcılar açısından Hatay'da turizm pazarının ve turistik ürün çeşitliliğinin % 57 oranında yetersiz olduğu görüşü ortaya çıkmıştır. Bu durum yabancı yatırımlar açısından Hatay'da pazarın yeterince büyük olduğunu ve uygun bir pazarın olduğunu bunun karşısında turistik ürün açısından ise yeterli çeşitliliğe sahip olmadığını göstermektedir.

6.1.1.2. İçerik Analizi Alt Kategori 2

Tablo 19: İçerik Analizi Alt Kategori 2

Alt Kategori : 2 Vergi Ugulamaları ve Kambiyo Rejimi		Sıklık	Yüzde
Yatırıma Uygun	Hatay'da turizm pazarında Gümrük tarifeleri ve dış ticaret konusu herhangi bir kısıtlama yaşanmaz. Ancak Suriye de yaşanan olaylardan dolayı gümrükte ve dış ticarete sıkıntı olabilir.	20	88
	Turizm yatırımları açısından maliyetler yüksek değil çünkü sanayi ve endüstri açısından gelişmiş bir bölgedir.	17	
	Yatırımlar açısından bakıldığında maliye politikaları çok sık değişmemektedir.	11	
	Kurumlar vergisinde hiçbir sıkıntı olmaz.	2	
	Vergi politikasında düşük tarifeli vergi uygulaması, vergi erteleme, yatırım indirimi gibi kolaylıklar yabancı yatırımları olumlu yönde etkiler.	15	
	Turizm başta olmak üzere birçok döviz kazandırıcı sektörün önünü açmıştır. Yabancılarla iş yapanlar Türkiye'de verdikleri hizmetlerde döviz tahsilindeki yasaklayıcı ortam tümüyle ortadan kalkmıştır. Bu nedenle kambiyo rejimleri yatırımlar üzerinde bir problem oluşturmaz	10	
Yatırıma Uygun Değil	Türkiye'de vergi uygulamaları ve kambiyo rejimi yatırımların yapılabilmesi açısından uygun değildir.	3	12
	Gümrük vergileri problem oluşturabilir, örneğin Suriye'nin şuanki durumu turizmi ve yatırımları çok olumsuz etkiliyor	7	

Vergi uygulamaları ve kambiyo rejiminin yatırıma uygun ve yatırıma uygun değil olmak üzere iki kategoride toplanmıştır.

Bu bölümde gümrük tarifeleri ve dış ticaret kısıtlamalarının mevcut durumu hakkında görüşler alınmıştır. Yanıtlayıcılar bu konuda daha çok “Suriye de yaşanan olaylardan önce özellikle ortadadoğuya açılan kapı olduğu için gümrükte bir sıkıntı oluşmuyordu, kolaylıkla ithalat yapılabilirdi ancak şuanki durum olumsuz

etkiledi.” şeklinde görüşleri vurgulamışlardır. Katılımcıların daha az Hatay’da yatırım yapmak isteyen firmaların bir kısıtlama yaşamayacağı konusunda hemfikir olmuştur.

Yanıtlayıcılar daha çok maliye politikaların çok sık değişmediğinden yana görüşlerini ortaya koymuşlardır.

Vergi politikalarının yabancı sermayeli yatırımlar açısından kurumlar vergisi, asgari ücret düzeyi, gümrük vergileri olmak üzere üç kategoride toplanmıştır. Burada yanıtlayıcılar daha çok gümrük vergilerinin problem oluşturabileceği Suriye’nin şuanki durumu turizmi ve yatırımları çok olumsuz etkilediği şeklinde görüşlerini ortaya koymuşlardır. Kurumlar vergisi konusunda katılımcılar daha çok Hükümetin bu konuda yapmış olduğu teşviklerin vergi yükümlülüklerini kaldırarak kadar yeterli olduğu şeklinde görüşlerini ortaya koymuşlardır. Asgari ücretler konusunda ise daha çok “Hükümetin bu konuda yapmış olduğu teşviklerin vergi yükümlülüklerini kaldırarak kadar yeterli.” şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir.

Kambiyo rejimi yabancı sermayeli yatırımlar açısından iki kategoride toplanmıştır. Yanıtlayıcılar daha çok kambiyo rejiminin yatırımlar üzerinde bir problem oluşturmayacağını döviz açısından turizm sektörünün önünün açık olduğu görüşünü ifade etmişlerdir. Katılımcılar daha az Türkiye’de döviz ithalinin serbest olduğunu ve yatırımlar açısından kısıtlama olmayacağını ifade etmişlerdir.

Vergi politikası yabancı yatırımlar açısından olumlu ve olumsuz olmak üzere iki kategoride toplanmıştır. Fakat yanıtlayıcılar uygulanan vergi politikasının yabancı yatırımlar üzerinde olumsuz etkisi olmadığını daha çok vergi politikasında “Düşük tarifeli vergi uygulaması, vergi erteleme, yatırım indirimi gibi kolaylıklar yabancı yatırımları olumlu yönde etkiler.” Şeklinde cevap vererek yabancı yatırımların vergi politikası açısından bir engel teşkil etmeyeceği görüşünü ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak Türkiye ‘de ve buna bağlı olarak Hatay’da vergi uygulamaları ve kambiyo rejimi yabancı yatırımların yapılması açısından %88 “uygundur” görüşü ortaya çıkmıştır.

6.1.1.3. İçerik Analizi Alt Kategori 3

Tablo 20: İçerik Analizi Alt Kategori 3

Alt Kategori: 5 Turizm Yatırımları Açısından Maliyetlerin Durumu		Sıklık	Yüzde
Maliyetler yüksek	Maliyetler yüksek arsa fiyatları özellikle çok yüksek.	8	23
	Maliyetler piyasanın biraz üstündedir.	5	
	Maliyetler yüksek, çünkü Hatay bakir bir şehir, tarih kokan bir yer bu yüzden maliyetler yüksek.	4	
Maliyetler Düşük	Maliyetler yüksek değil, uygun bir bölge, bölgede deniz, ulaşım mevcut olduğundan ayrıca bir avantaj sağlamaktadır.	5	77
	Maliyetler daha önce yüksekti fakat yeni uygulanan teşvikler ve kanunlar yatırımların yapılmasına engel değil, ulaşımın daha da gelişmesiyle daha iyi olacaktır.	10	
	Maliyetler yüksek değil çünkü sanayi ve endüstri açısından gelişmiş bir bölgedir. Yatırımcılara bu katkıyı sağlayacaktır. Mal alımından işçi çalıştırmaya kadar maliyetler düşüktür. Ayrıca tarımda da çok gelişmiş bir bölge olduğundan turistlerin iskanlarında kolaylık sağlar Yatırımcılarında işlerini kolaylaştırır.	4	
	Maliyetler açısından yatırım yapmanın tam zamanı.	3	
	Maliyetler yüksek değil. Fakat Hatay Türkiye'nin yükselen bir değeri olduğu için burada arazi fiyatları biraz fazla	7	
	Konaklama, inşaat maliyetleri ve işçi açısından maliyetler yüksek değil.	12	
	Maliyet düşük ama yer sıkıntısı var. Maliyetleri çok yüksek olmaz.	4	
Maliyetler Düşük	Hatay genel anlamda zaten yaşamının diğer illere oranla daha kolay olduğu ve maliyetlerin düşük olduğu bir ildir. Turizm yatırımlarında da bu maliyetlerin düşük olması olasıdır.	11	

Yabancı sermayeli turizm yatırımları açısından maliyetlerin durumu maliyetler yüksek ve maliyetler düşük olmak üzere iki kategoride incelenmiştir. Buradan çıkan sonuç ise katılımcılar daha çok Hatay’da maliyetlerin düşük olduğu, yüksek olmadığı şeklinde olmuştur.. Katılımcılar daha az “Maliyetlerin daha önceleri yüksek olduğunu fakat yeni uygulanan teşvikler ve kanunların yatırımların yapılmasına engel olmadığı.” şeklinde görüşlerini ortaya koymuşlardır.

Sonuç olarak turizm yatırımları açısından %77 “maliyetlerin durumu düşük” şeklinde görüşler ortaya koyulmuştur..

6.1.1.4. İçerik Analizi Alt Kategori 4

Tablo 21: İçerik Analizi Alt Kategori 4

Alt Kategori: 4 İstihdam Ve Ödemeler Dengesi		Sıklık	Yüzde (%)
Yeterli Katkı Yapar	İstihdama olumlu katkı sağlar. Yönetici istihdamını artırır. Kalifiye elemanına katkı sağlar. Çalışanları her aşamada etkiler	18	98
	İstihdamı kesinlikle artırır. Başta inşaat sektörüne katkı yapar. Marketinden inşaat sektörüne makinadan teçhizata, kasabına manavına, zincirleme hepsine faydası var	9	
	Üst düzey çalışanlarında çok donanımlı insanlar olamadığı için daha çok alt düzey çalışanların istihdamına katkı yapar.	2	
	İstihdama katkı yapar. Ürettiğimiz ürünlerin pazarını oluşturmada katkı sağlar. Hem yerel piyasada hemde kendi insanının yöneticiliğinde rahatlama olacaktır. Sanayinin yaygın olmasına rağmen istihdamdan sıkıntılar var. Yeni yatırımlar bu konuda yarar sağlar.	5	
	En alt düzeyden en üst düzeye kadar istihdam sağlar. İstihdama katkı yapar. Alt çalışan düzeyinde ve otel bazında katkı sağlar.	25	
	Turizm bacasız bir fabrikadır. Ödemeler dengesine pozitif katkı yapar. Hatay’ da turizm iyi tanıtılırsa hem ülke hem de bölge ekonomisine büyük katkı sağlamış olur. Bu da doğru zamanda doğru şartlarda tanıtımla gerçekleştirilebilir	13	
Yeterli Katkı Yapmaz	İstihdama yeterli katkı olamayabilir, çünkü yetişmiş kalifiye eleman sıkıntısı var.	1	2

Turizm yatırımları açısından istihdam ve ödemeler dengesi yatırımlara yeterli katkı yapar ve yapmaz olarak iki kategoride incelenmiştir.

Turizm sektörüne yapılan yabancı sermaye yatırımlarının ekonominin diğer sektörlerine etkisi konusunda yanıtlayıcılar daha çok yapılacak yatırımların ekonominin her alanını olumlu yönde etkileyeceği ve ekonomiye olumlu katkı sağlayacağı, yatırımların istihdama olumlu katkı yapacağını ve daha çok alt düzey çalışanların istihdamına katkı yapacağı konusunda görüşler ifade etmişlerdir. Yanıtlayıcıların daha az kısmı ise “İstihdama yeterli katkı olamayabilir, çünkü yetişmiş kalifiye eleman sıkıntısı var” şeklinde görüş ifade etmişlerdir.

Yatırımların turizm ödemeler dengesindeki pozitif katkısı Hatay’da yeterli düzeyde olup olmadığı sorusu iki kategoride incelenmiştir. Yanıtlayıcıların cevapları ise daha turizm ödemeler dengesine katkısının çok yüksek olduğu ancak Hatay olarak turizm anlamında yeterli yatırım olmadığından yeterli katkının olmadığı yönündedir. Katılımcılar daha az “Pozitif katkı sağlıyor fakat turizm maliyetleri diğer sektörler göre çok yüksek değil, Hatay bölgesi yeterli düzeyde katkı yapamamaktadır.” şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak istihdam ve ödemeler dengesinin yabancı sermayeli yatırımlara olumlu yönde % 98 “yeterli katkı sağlayacağı” şeklinde görüşler ortaya koyulmuştur.

6.1.1.5. İçerik Analizi AltKategori 5

Tablo 22: İçerik Analizi Alt Kategori 5

Alt Kategori: 5 Rekabet		Sıklık	Yüzde(%)
Rekabet Düzeyi Yüksek	Rekabet düzeyi çok fazla. Oteller çoğaldıkça kalite ve rekabet artar.	2	4
Rekabet Düzeyi Düşük	Rekabet vardır. Ancak rekabet düzeyi düşüktür. Yabancı yatırımlar rekabeti artırır, pozitif katkı yapar. Genelekçi ve içe dönük uluslararası düzeye ulaşmış olan mevcut yapının gelişmesine neden olur.	8	96
	Rekabet kaliteyi getirir. Yabancı yatırımlar rekabetin artmasını sağlayacaktır ve yatırım ortamına canlılık kazandıracaktır.	10	

Tablo 22: İçerik Analizi Alt Kategori 5'in Devamı

Rekabet Düzeyi Düşük	Rekabet yeterli değil. Yabancı yatırımlar rekabeti değil de turizm potansiyelini ve kaliteyi artırır. Rekabet düşük seviyede,yatırımcılar geldiğine kalite ve rekabet artar.	5	
	Otel sayısı yetersiz yabancı sermayeli yatırımlar artarsa rekabet ve kalite artar. Rekabet şuan çok iyi değil. Hatay sınıra çok yakın olduğu için firmalar iç pazara çalışıyor. Yabancı yatırım olursa rekabet ve kalite artar.	2	

Hatay'da turizm yatırımları açısından rekabet, rekabet düzeyi düşük ve yüksek olmak üzere iki kategoride incelenmiştir. Yanıtlayıcılar daha çok“Rekabet vardır. Ancak rekabet düzeyi düşüktür. Yabancı yatırımlar rekabeti artırır, pozitif katkı yapar. Genelekçi ve içe dönük uluslararası düzeye ulaşmış olan mevcut yapının gelişmesine neden olur”şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir. Katılımcılar daha az ‘rekabet düzeyi fazla, oteller çoğaldıkça kalite ve rekabet artacaktır.’ şeklinde görüşlerini ortaya koymuşlardır.

Sonuç olarak Hatay'da yabancı sermayeli yatırımlar açısından % 96 “rekabet düzeyinin düşük olduğu” yapılacak yeni yatırımlarla rekabet düzeyinde olumlu yönde artış yaşanacağı görüşü belirtilmiştir.

6.1.1.6. İçerik Analizi Alt Kategori 6

Tablo 23: İçerik Analizi Alt Kategori 6

Alt Kategori: Teşvik		Sıklık	Yüzde (%)
Teşvikler Yeterli	Teşvikler yeterli hatta bunun için turizm yatırım alanları var. Bunlardan bazıları, üçgüllük,sogğukoluk ve arsız konacık sahil bandının tamamıdır. Devlet hazine arazilerinin tamamının yatırımını açtı. Ancak Hatay birinci sınıf turizm yatırım alanı değil. Eskiden turizm bölgesiydi sonradan çıkartıldı. Fakat son zamanlarda yapılan çalışmalarda Hatay marka kültür kentler projesi ile her türlü teşviklerim olduğu bir yer konumuna gelmiştir.	4	63
	Yeterli teşvikler sağlanmaktadır. Turizm yatırımları için parseller açıldı.	9	
	Yeterli teşvikler var ama yatırımcıların bu bölgede cesaretli olması gerekir. Birkaç turizm yatırımı olduğu zaman yabancı sermaye yatırımcıları da cesaretlenecektir.	8	

Tablo 23: İçerik Analizi Alt Kategori 6'ın Devamı

Teşvikler yetersiz	Teşvikler yeterli değil. Yatırım konusunda özellikle Hatay bölgesine daha fazla teşviklerin olması gerekli.	9	37
	Teşvik paketinde Hatay ili biraz geri planda kaldı. Bu Hatay için hayal kırıklığı oluşturdu.	3	

Hatay'da yabancı sermayeli turizm yatırımı olabilmesi için teşviklerin durumu yeterli ve yetersiz olmak üzere iki kategoride toplanmıştır. Yanıtlayıcılar teşviklerin yeterliliği konusunda daha çok teşviklerin yeterli olduğunu ancak uygulamada eksiklerin olduğunu ve yatırım için yeterli parsel alanlarının olduğunu ifade etmişler, daha az ise teşviklerin yetersiz olduğu görüşünü ortaya koymuşlardır.

Sonuç olarak yatırım konusunda katılımcılar, % 63 “Hatay bölgesinde yeterli teşviklerin olduğunu ve daha da artırılabilceği” şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir.

6.2. İçerik Analizi Kategori 2

Kategori 2 de hukuki ve politik faktörler olarak belirtilen araştırma sorularına verilen cevaplar incelenmiştir. Bu kategoriye oluşturan soruların çeşitli alt kategorilerde incelenmesi yerinde görülmüş ve 2 tane alt kategori oluşturulmuştur.

6.2.1. Hukuki ve Politik Faktörler

Yabancı sermayenin bir ülkeye girişinde ekonomik faktörler kadar hukuki ve politik faktörler de büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan politik risk ve yasal düzenlemeler gibi faktörler yatırımcılar tarafından değerlendirilmekte ve bu değerlendirmeye bağlı olarak yatırım kararı verilmektedir.

6.2.1.1. İçerik Analizi Alt Kategori 1

Tablo 24: İçerik Analizi Alt Kategori 1

Alt Kategori: 1 Politik Risk		Sıklık	Yüzde(%)
Düşük	Geçmişle kıyaslama yaptığımızda şuanda Türkiye yatırımlar açısından daha uygun. İstikrar beraberinde güveni getirir, Güvende yatırımcılar için çok önemlidir Kesinlikle yabancı yatırımlar açısından ülkemiz uygundur. Politik risk düşüktür.	18	67
	Ülkemizin şuanki politik istikrarı yabancı yatırımların olması açısından oldukça uygundur. Özellikle Turizm Bakanlığının yapmış olduğu çalışmalar çok iyi.	3	
	Olumlu yönde etkiler geçmişten bugüne Türkiye %8 oranında büyümüştür. Orta Doğu pazarında önemli bir yere sahip olmuştur	8	
	İstikrar çok önemli arap ülkelerine bakıldığında istikrarsızlığın sonucu görülmektedir. İstikrar olmasa yatırım yapılması zorlaşır.	1	
	Para istikrarı, güveni sever. Şuan Türkiye hem ekonomik hem siyasi yönden üst seviyede yani yatırımlara açık Günümüzde politik olarak bir riskin söz konusu olacağı ihtimalinin düşüktür. İstikrarlı ve düzenli bir siyasi hayatın devam ettiği ülkemizde bu anlamda bir risk yoktur.	3	
	Dış politikada yapılan çalışmalar sonucu Suriye ile Türkiye arasındaki vizeler kaldırıldı. Bu durum turizm ve yatırımları çok iyi etkilemiştir.	5	
Yüksek	Yapılan araştırmalarda ve kamuoyundan alınan bilgilerden son dönemde özellikle komşularımızla (Suriye, Irak, Rusya, Yunanistan) gerçek veya suni çelişki ve gerginlikler yabancı sermayeli turizm yatırımlarını olumsuz etkilemektedir. Politik risk yüksektir.	19	33

Geçmişle kıyaslama yapıldığında ülkemizin politik istikrarının yabancı yatırımların yapılması açısından uygunluğu konusu politik risk yüksek ve düşük olmak üzere iki kategoride toplanmıştır. Burada yanıtlayıcılar daha çok “politik istikrarın turizm gelişmesinde çok önemli olduğunu Türkiye’nin bu istikrarı sağladığı ve bu açıdan yabancı yatırımlar konusunda önü açık” olduğu dile getirilmiştir. Bunun yanına da son zamalardaki gelişmelere bakıldığında yanıtlayıcılar (Suriye, Irak, Rusya, Yunanistan) gerçek veya suni çelişki ve gerginlikler yabancı sermayeli turizm yatırımlarını olumsuz etkilediği görüşünü ifade etmişlerdir.

Dış politikada yaşanan gelişmelerin Hatay'daki yatırımlara etkisini ise yanıtlayıcılar daha çok dış ilişkilerde yapılan çalışmaların yatırımları büyük oranda olumlu etkilediği ve son zamanlarda yapılan turizm ve ticari anlaşmalar ve diğer ülkelere olan ziyaretler yatırımları büyük ölçüde olumlu etkilediği görüşünü ifade etmişlerdir. Yanıtlayıcılar daha az “Sınır komşulardaki yaşanan olumsuz olaylar yatırımları olumsuz etkiliyor. Hatta bütün Ortadoğu ülkelerinin gelmesini engelliyor.” şeklinde görüş ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak yanıtlayıcılar son yıllardaki Arap Baharına rağmen Türkiye'nin istikrarlı duruşu, Hatay'da yabancı sermayeli yatırımların yapılabilirliği açısından % 67 “ politik riskin düşük olduğu” görüşünü ifade etmişlerdir.

6.2.1.2. İçerik Analizi Alt Kategori 2

Tablo 25: İçerik Analizi Alt Kategori 2

Alt Kategori: 2 Yasal Düzenlemeler		Sıklık	Yüzde(%)
Yetersiz	Yatırım konusunda Hatay'da yeterli danışman bulamayabilir. Hatay'ın yerel yöneticilerinden yararlanılırsa daha iyi sonuçlar alınabilir.Şehir dışından danışman getirilmesi durumunda kalınabilir.	4	70
	Yasal düzenlemeler yatırımlar için yeterli değil, daha fazla düzenleme yapılması gerekli.	6	
	Hukuki mevzuatta eşitlik ve güven eksikliği var.	4	
	Yerli ve yabancı yatırımcılara bürokratik işlemlerde bir sıkıntı yok. Ancak daha hızlı olabilir.	3	
Yeterli	Bürokratik işlemler yabancı yatırımlar üzerinde etkisi olumsuzdur. Büroksi yavaş işlemektedir. Siyasi görüşe göre bürokratik işlemlerin işleyişi değişir Bürokratik işlemler yatırımları yavaşlatıyor.	2	30
	Yasalarla ilgili problem yok. Yatırımcılar yatırım konusunda rahatlıkla danışman bulabilirler.	2	
	Ülkemizde bir çok danışamn firmalar var .	2	

Tablo 25: İçerik Analizi Alt Kategori 2

	Yatırımcıların hukuksal anlamda pek sıkıntı yaşamayacaklardır. Ülkemizde mevzuat bürokrasi var fakat işe başladıktan sonra mevzuata takılmayacaklardır	1	
	Ticari ve hukuki altyapı çalışmaları yeterlidir	1	

Yasalarla ilgili öne çıkan problemler ve yasal düzenlemeler yeterli ve yetersiz olmak üzere iki kategoride toplanmıştır. Burada yanıtlayıcılar daha çok yasalarla ilgili problem olduğunu yasal, yerli ya da yabancı yatırımcı yatırım yapmak istediğinde bütün imkanlar mevcut olmadığı ve danışman bulmakta zorlanabileceklerini ifade etmişlerdir. Yanıtlayıcılar daha az “Yatırım konusunda Hatay’da yeterli danışman bulabilir. Hatay’ın yerel yöneticilerinden yararlanılırsa daha iyi sonuçlar alınabilir. Onun dışında şehir dışından danışman getirilmesi durumunda kalınabilir.” şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir.

Ülkemizdeki Hukuki Mevzuatın Yabancı Sermayeli Turizm Yatırımlarına yanıtlayıcılar yanıtlayıcılar daha çok “Hukuki mevzuatta eşitlik ve güven eksikliği var” şeklinde görüş bildirmişlerdir. Yanıtlayıcılar daha az Yatırımcıların hukuksal anlamda pek sıkıntı yaşamayacaklarını, ülkemizde mevzuat bürokrasinin olduğunu fakat yatırıma başladıktan sonra mevzuata takılmıyacakları görüşünü ifade etmişlerdir.

Ülkemizde yabancı yatırımların bürokratik işlemler açısından değerlendirildiğinde, katılımcılar daha çok yabancı sermayeli yatırımcıların bürokratik işlemler konusunda ülkemizde sorun yaşamayacağını, Türkiye’nin bu konuda yatırımcılara kucak açmış durumda olduğu ancak daha hızlı olması gerektiği görüşünü ifade etmişlerdir.

Hatay’da girişimciliğin gelişmesine ortam hazırlayan ticari ve hukuki altyapı çalışmalarının yeterliliği konusunda ise katılımcılar daha çok ticari ve hukuki çalışmaların daha önceleri yeterli olmadığını ancak son zamanlarda yapılan çalışmalarla yeterli olmaya başladığı görüşünü ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak yabancı sermayeli turizm yatırımlarının yapılabilmesi için yanıtlayıcılar % 70 “yasal düzenlemelerin yetersiz olduğu” görüşünü ifade etmişlerdir.

6.3. İçerik Analizi Kategori 3

Kategori 3’te sosyal ve kültürel yapı hukuki yapı olarak belirtilen araştırma sorularına verilen cevaplar incelenmiştir. Bu kategoriye oluşturan soruların çeşitli alt kategorilerde incelenmesi yerinde görülmüş ve 2 tane alt kategori oluşturulmuştur.

6.3.1. Sosyal ve Kültürel Yapı

Yabancı sermayenin bir ülkeye girişinde sosyal ve kültürel yapı da büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan kültürel ve sosyal faktörler yatırımcılar tarafından değerlendirilmekte ve bu değerlendirmeye bağlı olarak yatırım kararı verilmektedir.

6.3.1.1.İçerik Analizi Alt Kategori 1

Tablo 26: İçerik Analizi Alt Kategori 1

Kategori:1 Kültürel Faktörler		Sıklık	Yüzde(%)
Uygundur	Çok kültürlü yapısı ile Hatay medeniyetler beşiği	11	97
	Hatay, hoşgörü temelli uzlaşma kültürü yıllardır yaygınlaşmıştır. Uzlaşmanın olduğu bir ortamda herkes yatırım yapmak ister ve fayda sağlamak ister. Farklılıkların zenginliğe dönüştüğü bir yöre ve tabii ki yabancıların da dikkatini çekecektir. Tüm bu durumların ortak bir zeminde olması insanların dayanışma içinde olması yatırımları çekici hale getirmektedir.	9	
	Hatay’ın kültürel yapısını tanıyan yatırımcılar bölgeye daha çok yatırım yapmayı istemektedirler	2	
	Medeniyetler beşiği Hatay’da insanlar barış içerisinde ayrım yapmaksızın yaşamaktadırlar bu durumu başka hiçbir yerde göremezsiniz	5	
	Yatırımcılar dil ve yerel piyasa konusunda zorluk yaşamaz	9	

Tablo 26: İçerik Analizi Alt Kategori 1

Uygun Değildir	Kent bir köy görünümündedir.(hijyen yok, bozuk yapılaşma ve sokak yaşamı)”	1	3
----------------	--	---	---

Kültürel faktörlerin Hatay’da yatırım kararına etkileri konusu uygun ve uygun değildir olmak üzere iki kategoride toplanmıştır. Yanıtlayıcılar daha çok kültürün yatırımlara olumlu etki edeceğini çünkü Hatay’ın kozmopolit yapısının buna oldukça uygun olduğu görüşünü ifade etmişlerdir. Yanıtlayıcılar daha az “Kültürün yatırımlar yapılması açısından uygun değildir.“Kent bir köy görünümündedir. (hijyen yok, bozuk yapılaşma ve sokak yaşamı)” şeklinde görüş ifade etmişlerdir.

Hatay’ın çok kültürlü kozmopolit yapısının olduğunu insanların musevisi ,ermenisi, hristiyanı, müslümanı hep birlikte hoşgörü içerisinde yaşadığı görüşünü, bunun da yatırım yapılması açısından olumlu bir durum olduğunu ifade etmişlerdir. Kültürel açıdan ise daha çok yatırımcıların, turizm firmaları, dil konusunda ve yerel piyasada zorluk yaşamayacakları görüşünü ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak yanıtlayıcılar tarafından kültürel faktörlerin, Hatay’da yatırımcıların yatırım yapması % 97 “uygundur” görüşü ifade edilmiştir.

6.3.1.2. İçerik Analizi Kategori 2

Tablo 27: İçerik Analizi Kategori 2

Kategori:2 Sosyal Faktörler		Sıklık	Yüzde(%)
Uygun	Hatay’da insanlar bir arayış içindeler işsizlik her yerde olduğu gibi burada da büyük bir sorun, bundan dolayı yatırımlar olumlu karşılanır	4	93
	Yerel halk yatırımlara destek verir	17	
	Hatay’da yapılacak yatırımlar yerel halkı da içine alırsa yani istihdam sağlanırsa yatırımlara olumlu bakılır.	9	
	Hatay halkı hoşgörülü olduğu için yabancı yatırımlara olumlu bakar	10	

Tablo 27: İçerik Analizi Kategori 2'nin Devamı

Uygun	Yıldızlı otel eksikliğinden dolayı yarel halk yabancı yatırımları olumlu karşılar	3	
	Yabancı yatırımcılar yatırımlarını yaparken mutlaka sosyal kültürel yönlerini araştırarak yatırım kararı alırlar	4	
	Yatırımlar yapılırken ülke kaynakları tahrip edilmiyor fakat birden fazla otel yatırımı yapıldığını düşünürseniz alt yapının çok iyi olması gereklidir. Yatırım kademeli olup bu kademelere göre önlem alınırsa bir sıkıntı yaşanmaz	1	
	Hatay ili yatırımlara ihtiyacı olan bir şehir tesisler yeterli değil büyük bir ihtiyaç var bu yüzden toplum ve turizm paydaşları yatırımlara hazır	4	
Uygun Değil	Yerel halk yatırımlara olumsuz bakar. Çünkü henüz hazır değil. Yabancı yatırımlar istihdamı artıracacağı için halkı yobazlaştırabilir	4	7

Sosyal faktörlerin Hatay'da yatırım kararına etkileri konusu uygun ve uygun değildir olmak üzere iki kategoride toplanmıştır. Yatırımcılar yatırımlarını gerçekleştirirken bölgenin sosyal ve kültürel yapısı da yatırım için dikkate alınması gereken önemli unsurlardan bir tanesi olduğunu, bu yüzden yabancı yatırımcıların bu konuyu gözdardı etmeyeceğini aksine bölgenin ekonomik yapısını incelediği kadar sosyo-kültürel yapısını da dikkate alacağı görüşünü ifade etmişlerdir. Yanıtlıyıcılar daha az "Yatırımcılar bölgenin sosyal kültürel yanlarını göz ardı ederlerse başarılı olamazlar bu yüzden yeterli araştırmayı yaparlar" şeklinde görüş ifade ederler.

Hatay'da yatırımlara yerel halkın bakış açısı konusunda yanıtlıyıcılar daha çok yerel halkın yatırımları istihdam olarak göreceği için olumlu karşılayacağı görüşünü ifade etmişleridir. Yanıtlıyıcılar daha az "Yerel halk yatırımlara olumsuz bakar. Çünkü henüz hazır değil. Yabancı yatırımlar istihdamı artıracacağı için halkı yobazlaştırabilir" şeklinde görüş ifade etmişlerdir.

Yatırımcıların tercihlerinde ülke kaynaklarının tahrip edildiğini ve aşırı kontrollerin olup olmaması durumu konusu ülke kaynakları tahrip edilmesi ve edilmemesi konusunda yanıtlıyıcılar daha çok geçmiş dönemde ülke kaynaklarının tahrip edildiğini ancak bu dönemde buna kesinlikle mücade edilmediği görüşünü

ifade etmişlerdir. Yanıtlayıcılar daha az“yatırımcılar yatırımlarını yaparken aşırı kontrollerinin olmakta, ülkemizde geniş kitleler tarafından uzlaşma ve ortaklık kültürü henüz anlaşılammıştır. Tasarruf alışkanlıkları ise mevcut değildir” şeklinde görüş ifade etmişlerdir.

Yanıtlayıcılar Hatay’da girişimcilerin ve toplumun yabancı sermaye yatırımlarına hazır olduğu görüşünü ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak yanıtlayıcılar tarafından sosyal faktörlerin, Hatay’da yatırımcıların yatırım yapması % 93 “uygundur” görüşü ifade edilmiştir.

6.4. İçerik Analizi Kategori 4

Kategori 4’te tanıtım ve pazarlama olarak belirtilen araştırma sorularına verilen cevaplar incelenmiştir. Bu kategoriye oluşturan soruların çeşitli alt kategorilerde incelenmesi yerinde görülmüş ve 1 tane alt kategori oluşturulmuştur. ,

6.4.1. Tanıtım ve Pazarlama

Yabancı sermayenin bir ülkeye girişinde tanıtım ve pazarlama büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan tanıtım ve pazarlama yatırımcılar tarafından değerlendirilmekte ve bu değerlendirmeye bağlı olarak yatırım kararı verilmektedir.

6.4.1.1. İçerik Analizi Alt Kategori 1

Tablo 28: İçerik Analizi Alt Kategori 1

Alt Kategori:1 Tanıtım ve Pazarlama		Sıklık	Yüzde(%)
Yeterli	Son zamanlarda Hatay tanıtım günleri yapıldı tanıtım gittikçe daha iyi yapılıyor.	10	81
	Hatay Valiliği, Hatay ilinin tanıtımı için özverili bir şekilde çalışmaktadır. Diğer bazı büyük illerde Hatay günleri yapılmakta ve artık bir marka kent olan Hatay tanıtılmaktadır.	9	
	Çok ciddi tanıtım çalışmaları yapılıyor örneğin Hatay günleri medeniyetler korusu ve hatay mutfağı tanıtımı yapılıyor	6	
Yetersiz	Mevcut durumda tanıtımlarımız yetersiz	6	19

Yabancı yatırımların Hatay’da yapılabilmesi açısından Hatay’da turizm pazarındaki eğilim konusu eğilim yönü açısından incelenmiştir. Yanıtlayıcılar daha çok son zamanlarda yaşanan Suriye olaylarından sonra pek olumlu gelişimin olmadığını, daha önceden ilişkilerin çok iyi olduğunu ve yatırımcıların Hatay’a yatırım yapacakları zaman bu kadar endişe ile yaklaşmadıklarını ve ilginin çok fazla olduğunu ancak bu durum son zamanlarda tam tersi yönde geliştiği görüşünü ifade etmişlerdir.

Hatay’da yabancı sermaye yatırımlarının yapılabilmesi hususunda Hatay’da yeterli tanıtım ve pazarlamanın yapıp yapılmadığı konusunda yanıtlayıcılar daha çok “Çok ciddi tanıtım çalışmaları yapılıyor örneğin Hatay günleri, medeniyetler korusu ve Hatay mutfağı tanıtımı yapılıyor” katılımcılar daha az “Tanıtım yapılıyor fakat yeterli değil.” şeklinde görüş ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak yanıtlayıcılar yabancı sermayeli yatırımların % 81 “Hatay bölgesine yapılması için yeterli düzeyde tanıtım yapılıyor görüşü” ifade edilmiştir.

6.5. İçerik Analizi Kategori 5

Kategori 5'te giriş usulüyle ilgili araştırma sorularına verilen cevaplar incelenmiştir. Bu kategoriye oluşturan soruların iki başlıkta incelenmesi uygun görülmüştür.

6.5.1. Giriş Usulü

Yabancı sermayenin bir ülkeye girişinde, "Giriş Usulü" büyük önem arz etmektedir. Doğrudan yabancı sermaye yatırımları olarak Greenfiel veya acquisition şeklinde bir giriş usulünün Hatay'a en fazla yararı sağlayacağı görüşü dile getirilmekle birlikte yerli bir ortakla yatırım yapmanın yerinde olacağı fikri ağırlık kazanmıştır.

Tablo 29: İçerik Analizi Kategori 5

Kategori : 7 Giriş Usulü		Sıklık	Yüzde (%)
Ortaklık	Hatay'da çok bakir bölgeler var. Önemli olan yabancı sermayenin yatırım yapması. Türkiye'de yatırımlarda ortaklıklar kurulması yararlıdır.	10	63
	Ortak yatırımların yerli bir ortakla yapılmasında yarar var. Hatay'ın hem kültürü hem de piyasası buna uygun. Yerli bir ortağın olmasında yarar var.	17	
Doğrudan Dış Yatırım (Greenfiel veya Acquisition)	Yatırımcının Hatay'da bir arazi alıp işletmesini orada kurması çok yararlı olur. Hatay'ın da buna ihtiyacı var.	11	37
	İşletmeyi satın alma şeklinde yatırım yapılmalı.	2	
	Var olan işletmeyi satın alma yönü ile olmalı. Mevcut işletme alınırsa gerek kültürü gerek yapısal açıdan her şeyi hazır olur.	3	

Hatay'da yabancı yatırımların nasıl gerçekleştirilmesi konusu ortaklık ve doğrudan dış yatırım (Greenfield veya Acquisition) olmak üzere iki bölümde toplanmıştır.

Burada yanıtlayıcıların görüşlerinin daha çok ortaklık yönünde olması Hatay'daki işletmelerin uluslararası işletmelerle yani yabancı yatırımcılarla ortak olmayı isteme düşüncelerinden kaynaklanmaktadır. Ancak bunu ülke açısından değerlendirdiğimizde ise greenfield (Doğrudan Dış Yatırım) yatırımlarının örneğin, bir Hilton veya Shreton otellerinin varlığı daha iyi ve olumlu olacaktır. Yanıtlayıcıların % 11' lik kısmı Hatay 'ın bu tür kompleks yatırımlara ihtiyacı olduğunu ve Hatay'da sıfırdan yatırım yapılmasının daha faydalı olacağı yönünde görüşlerini ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak katılımcılar giriş usullerinden Doğrudan yabancı sermaye yatırımları olarak Greenfield veya acquisition şeklinde bir giriş usulünün Hatay'a en fazla yararı sağlayacağı görüşü dile getirmekle birlikte yerli bir ortakla yatırım yapmanın yerinde olacağı fikri ağırlık kazanmıştır. % 63 ortaklık ile olmasının yararlı olacağı görüşünü ifade etmişlerdir.

6.6. Bulguların Özeti

Bu bölümde her bir soruya denk gelen sonuçlar nihai sonuç olarak uygun ve uygun değil olarak belirtilmiştir. Soruların cevaplarına sonuç ve öneriler kısmında her bir kategori için tek tek değerlendirilmiştir.

Tablo 24: Bulguların Özeti

SORU CÜMLELERİ	SONUÇ
S1: Hatay turizm sektöründe, yabancı sermaye yatırımları için uygun bir pazar vardır.	UYGUN
S2: Hatay turizm sektörü, ekonomik açıdan yabancı sermaye yatırımları için uygundur.	UYGUN
S3: Hatay turizm sektörü, hukuki açıdan yabancı sermaye yatırımları için uygundur.	UYGUN
S4: Hatay turizm sektörü, sosyo-kültürel açıdan yabancı sermaye yatırımları için uygundur.	UYGUN
S5: Hatay turizm sektörü, politik açıdan yabancı sermaye yatırımları için uygundur.	UYGUN
S6: Hatay turizm sektörü, alt-üst yapı açısından yabancı sermaye yatırımları için uygundur.	UYGUN DEĞİL
S7: Hatay turizm paydaşlarının yabancı sermayeye karşı olumlu algıları vardır.	UYGUN
S8: Hatay turizm sektöründe yabancı sermayenin, şehir rekabetedebilirliği üzerine olumlu etkileri vardır.	UYGUN

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçları teorik kısım ile ilgili ulaşılan sonuçlar ve uygulama sonuçları olarak iki kısımda düzenlenmiştir. Elde edilen sonuçlara bağlı olarak önerilere de yer verilmiştir.

Teorik kısım ile ilgili elde edilen sonuçlar:

- a. Özellikle birleşmiş milletler ticaret ve kalkınma örgütü geliştirmekte olan ülkeler açısından doğrudan dış yatırımları “kalkınmanın motoru” olarak kabul etmekte ve pratikte de bu kabul Çin, Brezilya vb. ülkelerde başarılı örnekler olarak görülebilmektedir.
- b. Türkiye pek çok sermaye ihracı yapan ülke ve akademisyen açısından yatırım yapılacak bir ülke olarak kabul edilmiş; ancak, 1990’lı yıllarda 1 milyar dolar gibi düşük seviyelerde yatırım çekebilmiştir. 2000’den sonraki yıllarda Türkiye’nin çok daha fazla yatırım çektiği ve kalkınmada doğrudan dış yatırımlardan olumlu etkilendiği görülmüştür.
- c. Doğrudan dış yatırımların ülkeler açısından istihdama, büyümeye, sanayileşmeye destek olduğu; ülkede know-how, yönetim tecrübesi gibi konularda önemli katkılar sağladığı görülmüştür. Ayrıca yabancı yatırımların ülkenin yatırım potansiyelini ortaya çıkardığı, yeteneklerini hareketlendirdiği ve rekabet gücüne de önemli katkılar yaptığı literatür incelemesi sonucunda görülmüştür.
- d. Doğrudan dış yatırımların Türkiye açısından da önemli katkılar sağladığı ve ülkenin teknolojik gelişimi, pazarlama olanaklarının artması, dış ticaretinin gelişimi yönünde katkılar sağladığı görülmüştür. Ancak, Türkiye’nin daha fazla yatırım alabilmek açısından özellikle ekonomik istikrar, şirketlerin halka açılması konusundaki yetersizlikleri, bürokratik engeller, yatırım ortamının iyileştirilmesi, dış etkenlerin en aza indirilmesi- özellikle gerginliklerin sona erdirilmesi-, iç pazarın yeterli düzeyde gelişmemesi gibi bir takım sorunları

olduğu, bu sorunlarda sağlanacak olumlu gelişmelerin yatırımlara olumlu etki yapacağı sonucuna varılmıştır. Turizm dış ticaret açıklarının kapatılmasında turizm ihracı olarak ülke ekonomisine katkı yapmaktadır. Herhangi bir harcama yapılmadan ülkenin sahip olduğu tarihi kültürel, doğal güzellikleri GSMH' a önemli katkılar yapmaktadır. Bu bağlamda turizm yatırımlarının yapıldığı ülkelerin bu yatırımlardan önemli gelirler elde ettiği görülmektedir. Türkiye'nin de turizm yatırımları konusunda önemli mesafe aldığı ve GSMH'nin dikkate değer bir kısmını turizm yatırımlarından elde ettiği anlaşılmıştır.

- e. Türkiye'de turizm endüstrisinin; istikrarlı bir ortamda büyümenin sağlanması, girişimcilik ve ekonomik rekabet gücünün artırılması, insan kaynaklarının geliştirilmesi, adaletli gelir dağılımının sağlanması ve yoksullukla mücadele, bölgesel gelişmenin sağlanması ve AB standartlarına ulaşmada en avantajlı sektörlerden biri olduğu ve Türkiye'nin bu sektörde karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğu söylenebilir.
- f. Türk turizminde turizm olanakları, siyasal yapı, jeopolitik durum, nüfus hareketleri, girişimcilik vb. koşullar bakımından yabancı sermayeyi getirebilecek olanaklar vardır. Bunun yanında yabancı sermaye için yatırım yapmayı özendirerek yasal koşullar 6224 Sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Yasası ve 24 Ocak 1980 tarihli Yabancı Sermaye Çerçeve Kararnamesinde yer almaktadır. Bu olumlu koşullara karşılık, yabancı sermayenin Türk turizm sektörüne yeterince yatırım yapmama nedenleri arasında ekonomik ve siyasi istikrarsızlık, temel girdileri sağlamada karşılaşılan güçlükler, bazı konularda karşılaşılan bürokratik engeller vb. konular sayılabilir. Turizm sektöründe yabancı sermaye yatırımlarının hızla artması yerli yatırımcıları da bu sektöre yöneltmiştir.
- g. Hatay ili açısından doğrudan dış yatırımlar değerlendirildiğinde Hatay'ın sosyal ve siyasal olmak üzere birçok açıdan farkındalık oluşturacak bir kent özelliği taşıdığını görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığının 81 il içinde 'Marka Kent' olarak değerlendirilmektedir. Kent, doğal, tarihi ve turistik

değerleri ile önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak bütün bunlara rağmen Hatay turizmde hak ettiği ilgiyi henüz göremediği sonucuna varılmıştır.

- h. Hatay’da turizmin kültür, deniz-kum-güneş, inanç, gastronomi başta olmak üzere son yıllarda hızlı gelişim gösterdiği sonucuna varılmıştır. Ancak bu gelişme istenen düzeyde değildir. İstlenen düzeyde gelişim için turizmin çeşitlendirilmesinin yerinde olacağı sonucuna varılmıştır.

Uygulama ile ilgili elde edilen sonuçlar:

Araştırmada Hatay’da yatırımların yapılabilirliği Ekonomik, hukuki ve politik, sosyal ve kültürel ve pazarlama kategorileri açısından 5 farklı yönüyle incelenmiştir. Uygulama açısından elde edilen sonuçlar da bu kategoriler göz önünde bulundurularak sıralanacaktır:

a. Ekonomik Faktörler

Ekonomik faktörlere etki eden değerler olarak tarihi çekicilikler, kültürel çekicilikler, gastronomi, inanç çekiciliklerin sayısının büyük oranda yeterli olduğu, gümrük kısıtlamalarının Suriye’deki olaylardan dolayı zaman zaman ortaya çıktığı, maliyetlerin yüksek olmadığı, ancak alt yapı yatırımlarının geliştirilmesiyle daha da cazip hale gelebileceği sonuçlarına varılmıştır. Diğer yönden yine yatırımlar açısından Hatay’da turizm pazar genişliğinin olduğu, ancak ürün sayısının yeterli olmadığı, otel anlamında Hatay’ın yeni yatırımlara ihtiyacı olduğu, özellikle Hatay’ın beş yıldızlı kompleks otellere ihtiyacı olduğu sonucuna varılmıştır. Hatay’da yabancı yatırımlar açısından turizm pazarının ve turistik ürün çeşitliliğinin % 57 oranında yetersiz olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Hatay’da yatırımların kambiyo rejimi açısından Türkiye geneline bağlı olduğu bir özellik arz etmediği, yasal açıdan kısmi problemlerin yaşanabileceği ancak genel olarak kambiyo rejiminin gelişmiş olduğu, ve buna bağlı olarak Hatay’da vergi uygulamaları ve kambiyo rejimi yabancı yatırımların yapılması açısından % 88 “uygundur” sonucu ortaya çıkmıştır. Yabancı yatırımların turizm ödemeler dengesine katkısının çok yüksek olduğu ancak Hatay olarak turizm anlamında yeterli yatırım olmadığından

yeterli katkının olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. İstihdam ve ödemeler dengesinin yabancı sermayeli yatırımlara olumlu yönde % 98 “yeterli katkı sağlayacağı” şeklinde görüşler ortaya koyulmuştur. Hatay ‘da rekabet açısından ise % 96 “rekabet düzeyinin düşük olduğu” yapılacak yeni yatırımlarla rekabet düzeyinde olumlu yönde artış yaşanacağı görüşü belirtilmiştir. Yatırımlar açısından teşviklerin yeterli olması durumu ise % 63 “Hatay bölgesinde yeterli teşviklerin olduğunu ve daha da artırılabilceği” şeklinde sonuç ortaya çıkmıştır. Kısaca Hatay’da yatırımların ekonomik faktörler açısından büyük oranda uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

b. Hukuki ve Politik Faktörler

Hukuki ve politik faktörlere etki eden değerler olarak geçmişle kıyaslama yapıldığında ülkemizin siyasi istikrarının yatırımların yapılması açısından bir engel oluşturmadığı, Son yıllardaki Arap Baharına rağmen Türkiye’nin istikrarlı duruş sergilemesi Hatay’da yabancı sermayeli turizm yatırımlarının yapılabilirliği açısından % 67 politik riskin düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Dış politikada yaşanan gelişmelerde ve yasalarda problem olmadığı, bu durumda % 70 “yasal düzenlemelerin yetersiz olduğu” sonucuna varılmıştır. Ülkemizdeki hukuki mevzuatın ve bürokratik işlemlerin yabancı sermayeli yatırımlar için uygun olduğu, ancak son dönemde çıkan (Suriye, Irak, Rusya, Yunanistan) çelişki ve gerginliklerin yabancı sermayeli yatırımları olumsuz yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

c. Sosyal ve Kültürel Yapı

Kültürün Hatay’da yatırım kararına etkileri ve yatırımlara yerel halkın bakış açısı konusunda kültürün yatırımlara olumlu etki edeceği, Hatay’da girişimcilerin ve toplumun yabancı sermaye yatırımlarına hazır olduğu, Hatay’da yatırımlara yerel halkın bakış açısının yatırımları istihdam olarak göreceği için olumlu karşılayacağı, yatırımcılar yatırımlarını gerçekleştirirken bölgenin sosyal ve kültürel yönlerini göz ardı etmeyecekleri, sosyal faktörlerin açısından Hatay’da yatırımcıların yatırım yapması % 97 “uygundur” sonucuna varılmıştır. Yatırımcıların tercihlerinde ülke kaynaklarını tahrip etmeyeceği ve aşırı kontrol yapamayacakları, kültürel faktörler

açısından ise Hatay'da yatırımcıların yatırım yapması açısından % 93 ‐uygundur‐ sonucuna varılmıştır.

d. Tanıtım ve Pazarlama

Yabancı sermaye yatırımlarının yapılabilmesi hususunda Hatay'da yeterli tanıtım yapıp yapılmaması konusunda tanıtım ve pazarlamanın %81 oranında yeterli düzeyde olduğu ancak daha fazla tanıtımla daha iyi pazarlara ulaşabileceği, girişimcilerin ve toplumun yabancı sermaye yatırımlarına olumlu baktığı sonucuna varılmıştır.

e. Giriş Usulü

Yabancı sermayeli yatırımların yapılabilmesi hususunda giriş usulü değerlendirildiğinde, Doğrudan yabancı sermaye yatırımları olarak Greenfiel veya acquisition şeklinde bir giriş usulünün Hatay'a en fazla yararı sağlayacağı görüşü dile getirilmekle birlikte yerli bir ortakla yatırım yapmanın yerinde olacağı sonucu ortaya çıkmıştır.

Kısaca giriş usullerinden ‐Hatay'da % 63 ortaklık (Joint venture) usulüyle yatırım yapılabilirliği‐ sonucuna varılmıştır.

Hatay turizm sektörüne daha fazla yabancı sermaye çekmek için yerine getirilmesi önerilen koşullar ise aşağıda belirtilmiştir:

- Turistik bölgelerdeki eksik altyapı ve üstyapı yatırımları belediye tarafından tamamlanmalıdır.
- Turistik arz ürünleri eksiksiz ve tarafsız olarak yabancı yatırımcılara tanıtılmalı, tanıtım eksiklikleri ise bir an önce giderilmelidir.
- Yabancı sermayenin turizmle ilgili yatırımlarında yerli ortaklıklara büyük önem verilmelidir.
- Turizm sektöründe yatırım yapacak yatırımcılara, yatırım alanı, yeri ve türü gibi konularda yardımcı olunmalıdır.

- Turizm sektöründe yap-işlet-devret modeline hız verilmelidir.
- Turizmde yatırımlar aşamasında bürokratik işlemler en aza indirilmelidir.
- Başta belediyeler olmak üzere, kamu kuruluşlarının özel sektörün ve sivil toplum örgütlerinin Turizm Teşvik Yasası'nın kapsamında yatırımcılara desteği tam olmalıdır.
- Turizm varlıklarının gerçek potansiyellerini ortaya çıkarabilmek için sermaye ve dikkati öncelikli varlıklara akıllıca yönlendirilen iddialı bir turizm eylem planının devreye alınması gerekmektedir.

Bu koşullar tam olarak sağlandığında, Hatay'da özellikle turizm sektörü yabancı sermaye yatırımları için çok cazip bir sektör haline gelecektir. Hatay'ın ekonomik yapısına uygun ve kalkınma hedeflerini gerçekleştirebilecek koşullarda gelen yabancı yatırımlar için turizm sektörü teşvik edilecek ilk sektör olmalıdır.

Araştırmadan elde edilen veriler, sadece Hatay bölgesinde yabancı sermayeli yatırımların olabilirliği açısından incelenmiştir. Bu sebeple daha sonra yapılacak çalışmalar farklı bölgelerde yapılması açısından önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Anadolu Ajans, Haber (A,A,H) (2012, Ekim 23). "Hatay Turizmi Dibe Vurdu".www.tourexpi.com/trtr/news.html~nid=65869:http://www.tourexpi.com/tr tr/news.html~nid=65869. (Erişim Tarihi 12. 22. 2012).
- Açıkalın, Süleyman (2007). *Türkiye 'de Doğrudan Yabancı Yatırımların Seçilmiş Makroekonomik Göstergelerle İlişkisinin Zaman Serisi Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisanas Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Afşar, Bilge (2007). *Yabancı Sermaye Yatırımları Ve Dışsal Ekonomiler: Turizm Sektörü Örneği*. Konya: Konya Ticaret Odası Etüd Araştırma Merkezi.(475-515)
- Ağaoğlu, Osman Kemal (1994). *Turizm Yatırımlarında Kaynak Kullanımı ve Verimlilik*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Akben, İbrahim (2008). *Şirketlerin Uluslararasılaşma Süreci ve Kahramanmaraş'ta Bir Alan Çalışması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisanas Tezi, Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Aker, Avni (1987). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Akoğlu, Tunay (1970). "Turizm Yatırım Projeleri ve Değerlendirme Metodları." DPT Dergisi, 943(10), 18-25.
- Alkin, Erdoğan (2001, Şubat). "Büyüme, İstikrar, Yabancı Sermaye. Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye" TCMB Yayını, 13-15.
- Alpar, Cem (1978). *Çok Uluslu Şirketler ve Ekonomik Kalkınma*. Ankara: AİTİA Yayınları.
- Alpar, Özer ve Erdem, Barış (2005). "Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Çerçevesinde Burdur Yöresinde Alternatif Turizmi Geliştirme Stratejileri". 1. Balıkesir Sempozyumu (s. 591-599). Balıkesir: BAÜ Sosyal Bilimler enstitüsü.
- Altıntaş, Ayşe (1988). *Turizmde Yabancı Sermaye Yatırımları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Andersen, O. (1993). "On the Internationalization of Firms: A Critical Analysis". *Journal of International Business Studies*, 2(24), 209-231.
- Apan, E. (2006, Şubat). "Türkiye'nin Yurtdışına Doğrudan Yatırımları ve Türk Firmalarının Doğrudan Dış Yatırım Kararlarını Etkileyen Faktörler". Uzmanlık Tezi, Hazine Müsteşarlığı . Ankara, Türkiye: Banka ve Kambiyo Genel Müdürlüğü.
- Arıkan, Rauf (2000). "Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma". Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aşçı, Yunus (2008). *Hatay İlinin Sosyo-Ekonomik Yapısı ve gelişme Potansiyeli* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Adana.
- Ataer, Uğur, Erdemli, Salih ve Varışlı, Ali (2003). "Turizm Sektörüne Sağlanan Devlet Yardımları". *Hazine Dergisi* (16), 1-13.
- Avşar, S. (1994). Türkiye ' de "Turizm Yatırımları Gelişiminin Uygulanan Teşvik Politikaları Açısından Değerlendirilmesi" Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydoğuş, İsmail, Soybalı, Hüseyin ve Boytak, Ahmet (2006). "Yunanistan ile Türkiye'de Uygulanan Turizm Yatırım Teşviklerinin Karşılaştırılması". *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, VIII(1), 1-22.
- Bahar, Ozan (2010). "Turizm Sektörüne Sağlanan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının (DYSY) Ekonomik Büyüme Üzerine Olan Olası Etkisi: Türkiye Örneği (1986–2006)." *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 27-40.
- Bahar, Ozan ve Bozkurt, Kurtuluş (2010). "Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi." *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 255-265.
- Bahar, Ozan ve Kozak, Metin (2006). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bailey, Kenneth. D. (1982). *Methods of social research*. New York: The Free Press.
- Barutçugil, İ. S. (1992). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Bay, M., Oksay, C., & Çiçek, E. (2007). "Doğrudan Yabancı Yatırımları Türkiye'ye Çekmek İçin Yapılması Gereken Düzenlemeler." *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Yayınları*, 253-263.

- Benli, Özger (2007). *Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Türkiye 'deki Bölgesel ve Sektörel Dağılımı*. Yayımlanmamış yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı. Bolu.
- Bilgin, Nuri (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Bozer, Ali (2001, Şubat). “Türkiye'deki Yabancı Sermayeli Firmalar Sorunları Gelişme Perspektifleri Dünü ve Bugünü. *Ekonomik İstikrar Büyüme ve Yabancı Sermaye*.” TCMB Yayını, 145-152.
- Bozkurt, Ü. (1991, Ekim). “500 Büyük Firma Arasındaki Yabancı Sermayeli Kuruluşların Finansal Durumu.” *İstanbul Sanayi Odası Dergisi*(308), 37-41.
- Buckley, P.,& Casson, M. (1981). *The Optimal Timing of a Foreign Direct Investment*. *Economic Journal*(91), 75-88.
- Buckley, P.,& Geyikdağı, N. (1996). *Explaining Foreign Direct Investment in Turkey's Tourism Industry*. *Transnational Corporations*, 1-50.
- Büyüköztürk, Şener., Kılıç Çakmak, Ebru., Akgün, Özcan, Karadeniz, Şirin, ve Demirel, Funda (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Aydemir, Cahit Arslan, İbrahim, ve Uncu, Funda (2012). “Doğrudan Yabancı Yatırımların Dünya'daki ve Türkiyedeki Gelişimi.” *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(23), 69-104.
- Candemir, Aykan (2009). *Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Etkileyen Faktörler*. *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 659-675.
- Canitez, Ferhat ve Ecer, Murat (2005). *Uluslararası Pazarlama, Teori ve Uygulamalar*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Cinnioğlu, Hasan (2006). *Otel İşletmelerinde'nde Yatırım Projeleri'nin Ekonomik Yönden Hazırlanması ve Kuruluş Yeri Seçimi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskisehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Cömert, Faruk (1998). “Yabancı Sermayenin Dünü Bugünü.” *Hazine Dergisi*, 11-13.

- Çeken, Hüseyin (1998). *Türkiye’de Yabancı Sermaye ve Turizm sektörü Açısından Bir Değerlendirme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1998: Balıkesir üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Çeken, Hüseyin (2003). *Türk Turiziminde Yabancı Sermaye ve Yabancı Sermaye Ortamının İyileştirilmesine Yönelik Öneriler*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26-45.
- Çeken, Hüseyin (2008). “*Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik bir İnceleme.*” Afyon kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, x(II), 293-306.
- Çepni, Salih (2007). *Araştırma ve Proje Çalışmalarına Giriş*. Trabzon: Celebler Matbaacılık.
- Çetinkaya, Bülent (2007). *Konaklama İşletmelrine İlişkin Yatırım Projelerinde Bütçeleme ve Yatırım Kararlarının Verilmesi: Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilin Dalı. Ankara
- Çiloğlu, İsmail (1997). “*Teşvik Sisteminin Değerlendirilmesi* “. Hazine Dergisi, 1-15.
- Çiloğlu, İsmail (2000). “*Teşvik Politikalarının Yönlendirme Gücü.*” Hazine Dergisi, 29-48.
- Çınar, İ. Tuğrul (2007). *Ticari Açıklık ve Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının İşgücü Verimliliği Üzerine Etkisi (1970-2000) Türkiye Uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Kütahya
- Çoruh, Selahattin (1979). *Genel turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Değer, M., Emsen, S., & Gerni, Cevat (2006). *Doğrudan Yabancı Yatırım Belirleyicileri: Geçiş Ekonomileri Üzerinde Nedensellik Testleri ve Panel Veri Analizleri (1990-2002)*. Uluslararası Ekonomi Konferansı (s. 140-176), Ankara: TEK.
- Deichmann, J. I. (2001). *Dsitribition of foreign Direct Investment among Transition Economies in Central and Eastern Europe*. Post-Soviet Geography and Economics, 42, 1-41.
- Demirbag, Mehmet; McGuinness, Martina; Altay, Hüseyin (2010) “*Perceptions of Institutional Environment and Entry Mode FDI from an Emerging Country*”. (207-240)

- Demircan, Hayrettin (2003). *Dünya'da ve Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları ve Stratejileri*. Ankara: TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
- Demirel, Onur (2006). *Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Ekonomik Büyümeye Etkileri ve Türkiye Uygulaması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Djankov, S.,& Hoekman, B. (2000). *Foreign Investment and Productivity Growth in Czech Enterprises*. World Bank Economic Review, 14(1), 49-64.
- Doğanay, Hayati (1992). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Erzurum: Kazım Karabekir Fakültesi Yayınları.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) (2000, Nisan) www.dpt.gov.tr/bolgesel/oik523.pdf. <http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebIcerikGosterim.aspx?Enc=83D5A6FF03C7B4FC7234744747035725BA7D31365D86BBCA5D1A839F148DB566> (Erişim Tarihi: 6.25.2012)
- DPT (2004). 2004 Yılı Programı Devlet Planlama Teşkilatı. www.dpt.gov.tr/program/2004.pdf:<http://www.dpt.gov.tr/program/2004.pdf> (Erişim Tarihi: 3.5.2012).
- DPT. (2006.1.7). 2006 Yılı Yatırım Programı DPT Mevzuat sitesi. www.dpt.gov.tr/mevzuat/bkk/20060107M1-1.pdf: <http://www.dpt.gov.tr/mevzuat/bkk/20060107M1-1.pdf>. (Erişim Tarihi:13.6.2011).
- DPT. (2008, Aralık 31). 2009 Yılı Programı, Devlet Planlama Teşkilatı. www.dpt.gov.tr/program/2009.pdf: <http://www.dpt.gov.tr/program/2009.pdf>. (Erişim Tarihi:15.1.2012).
- DPT (2009). Dokuzuncu Kalkınma Planı. Ankara: Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu.
- DPT (2012-2013, Eylül 7). “2012 Yılı Yatırım Programı Kamu Yatırımlarının İllere Göre Dağılımı”. www.dpt.gov.tr/.../KAMU_YATIRIMLARININ_ILLERE_GORE:http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/View/14390/KAMU_YATIRIMLARININ_ILLERE_GORE_DAGILIMI-2012.pdf (Erişim Tarihi:22.3.2012).

- Dunning, John H. (1988). *The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions*. Journal of International Business Studies, 1-85.
- Dunning, John. H. (1988). *The eclectic Paradigm of International Production: A restatement and Some Possible Extensions*. Journal of International Business Studies, 50-62.
- Dunning, John. H. (2001). *The eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future*. International Journal of Economics of Business, 8(2), 50-174.
- Dura, Cihan (2004). *Türkiye Ekonomisi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Yayınları.
- Duran, Mustafa (2003). *Teşvik Politikaları ve Doğrudan Sermaye Yatırımları, Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü Dizisi*. Ankara: Hazine Yayını.
- Eren, Aslan (2008). *Türkiye Ekonomisi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Erk, Metin (2007). *Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türkiye'de İstihdam Politikaları Üzerine Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Sivas.
- Erkutlu, Hakan, & Eryiğit, Süleyman (2001). *Uluslararasılaşma süreci*. G.Ü. İİBF Dergisi (3), 149-164.
- Esen, Oğuz (1998). *Sermaye Kontrolleri Üzerine Bazı Gözlem ve Değerlendirmeler*. İstanbul: Türk iş 1998 Raporu.
- Foster, Douglas. (1985). *Travel and Tourism Management*. Hong Kong: Macmillan Press.
- Frank, Isaiah (1985). *“Foreign Enterprise in Developing Countries”*. Baltimore, USA: The John Hopkins University.
- Germain, Randall D. (1997). *“The International Organization of Credit: States and Global Finance in the World Economy.”* New York, USA: Cambridge University Press.
- Gorg, Holger (2000). *“Irish Direct Investment In The US: Evidence And Further*. Journal of the Statistical and Social Inquiry Society of Ireland”, 33-63.
- Gökçe, Orhan (2006). *İçerik Analizi Kurumsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitapevi.

- Gökyayla, C. D., ve Süral, C. (2004). “4875 Sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu ve Getirdiği Yenilikler.” Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 6(2), 131-167.
- Grosse, Robert ve Trevino Len, J. (1996). “Foreign Direct Investment in the United States:” An Analysis by Country of Origin. Journal of International Business Studies, 138-156.
- Güçlü, Yücel (2003, Şubat). “Yabancı Sermaye Çekimi, Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması.” Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi (8).
- Gülhan, Görkem, Torlak, Sevinç, ve Atay, Çınar (2012). “Doğal ve Kültürel Değerlere Sahip Alanlarda turizm Potansiyellerinin Değerlendirilmesi”: Selçuk Örneği. Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 4(2), 135-143.
- Güllü, Kenan (2005). *Türk Gıda Perakendecilerinin Uluslararasılaşması ve Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Güvemli, Oktay (2001). *Yatırım Projelerinin Düzenlenmesi, Değerlendirilmesi ve İzlenmesi*. İstanbul: Nobel Yayın ve Dağıtım.
- Güven, Semih (2001). “Sermaye Hareketlerinin Nedenleri, Etkileri ve Türkiye” Örneği. İktisat İşletme ve Finans Dergisi, 185(16), 79-98.
- Güven, Yılmaz (2008). “Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Sektörel Analizi ve Ekonomik Kalkınmaya Etkisi”. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 3(1), 75-97.
- Han, Ergül, ve Kaya, A. Ayşen (2008). *Kalkınma Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2012). Hatay İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. www.hataykulturturizm.gov.tr/http://www.hataykulturturizm.gov.tr/ana-sayfa/1-33583/20130119.html. (Erişim Tarihi:21.5.2012).
- Hatay Valiliği. (2011). 2011 Hatay İl Yıllığı. Ankara: Pozitif Matbaa.
- Hymer, Stephen. H. (1970). “The Efficacy of Multinational Corporations.” The American Economic Review, 38(2), 441-448.
- İçöz, Orhan (2005). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- İyibozkurt, Erol (1995). *Uluslararası İktisat: Teori Politika*. Bursa: Ezgi Kitapevi.

- Kahraman, Nüzhet (2010). *Turizm Yatırım Projeleri Analizi*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Kar, Muhsin, ve Tatlısöz, Fatma (2008). “*Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Hareketlerini Belirleyen Faktörlerin Ekonometrik Analizi.*” *KMU İ.İ.B.F. Dergisi*(14), 436-458.
- Karluk, Rıdvan (1983). *Türkiye’ de Yabancı Sermaye Yatırımları*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Karluk, Rıdvan (2001, Şubat). *Türkiye 'de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik büyümeye Katkısı. Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye*, TCMB Yayınları, 97-115.
- Kazgan, Gülten (1997). *Küreselleşme ve Yeni Ekonomik Düzen*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayın Evi.
- Kozak, Nazmi, Akoğlan, Meryem, ve Kozak, Metin (1997). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Kuş, Elif (2003). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nitel mi, Nicel mi ?* Ankara: Arı yayıncılık.
- Liu, X., Siler, P., Wang, C., & Wei, Y. (2000). *Productivity Spillovers From Foreign Direct Investment: Evidence From UK Industry Level Panel Data*. *Journal of International Business Studies*, 31(3), 407-425.
- Meldrum, David. H. (2000). *Country Risk and Foreign Direct Investment*. *Business Economics*, 33-40.
- Merkez Bankası. (2011). T.C. Merkez Bankası. www.tcmb.gov.tr: <http://www.tcmb.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 22.7.2012).
- Miles, B. M.,& Huberman, A. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded source . 2nd ed. California, : USA: Sage Publications*.
- Müşteşarlığı, H. (2008). *2009-2013 Stratejik Plan*. Ankara: T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı.
- Narula, R.,& Dunning, J. (2000). *Industrial Development, Globalization and Multinational Enterprises: New Realities For Developing Countries*. Oxford Development Studies, Vol.28(2).
- Oksay, Suna (1998). “*Çokuluslu Şirketler Teorileri Çerçevesinde, Yabancı sermaye Yatırımlarının İncelenerek, Değerlendirilmesi.*” *Dış Ticaret Dergisi*, 3(8), 1-10.

- Olalı, Hasan (1982). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası, İşletme Fakültesi Yayınları.
- Olalı, Hasan (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Olalı, Hasan ve Timur, Alp (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matb. Ş.T.İ.
- Ongan, Hakan (1998). *Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Türkiye*.Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ongun, Mehmet (2001). *Türkiye Ekonomisi Sektörel Analiz. A. Ş. (ed) içinde, Yabancı Sermaye ve Dış Borçlar* (s. 323-355). Ankara: İmaj Yayınları.
- Özdemir, Yüksek (2009). *Turizm Yatırımlarının Bulanık Çok Amaçlı Değerlendirilmesi*.Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, FBE Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Özen, Tuğrul, & Kuru, Şafak (1998). *Turizm Yatırımları*. İstanbul: Özken Ofset.
- Özgül, H. (1995). *Turizm Sektörü*. Ankara: Türkiye İş Bankası İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü.
- Öztürk, Lütfü (2004). “*Serbest Bölgelerdeki Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları:Dünyadaki Uygulamalara Teoriler Işığında Bir Bakış*.” Akdeniz İİBF Dergisi (7), 50-110.
- Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK). (2004). URAK Rekabet Araştırmaları www.urak.org/haberler/urak_yonetim_kasim_2006.htm:
http://www.urak.org/haberler/urak_yonetim_kasim_2006.htm.(Erişim Tarihi:10.11.2012)
- Rodriguez, Ana Ramon (2002). *Determining Factors in Entry Choice for International Expansion: The Case of the Spanish Hotel Industry*,Tourism Management, (23), 597-607.
- Çoban, Suzan (2005). “*Müşteri Sadakatinin Kazanılmasında Veri Tabanlı Pazarlamanın Kullanımı*.”Erciyes Üniversitesi Sosyal bilimlerEnstitüsü Dergisi, 295-307.
- Saatçioğlu, Cem (2002). Doğrudan Dış Yatırımlar ve Türkiye İstanbul SMMM Odası.archive.ismmmo.org.tr/docs/.../1861%20CEM%20SAATÇIOĞLU.htm

- p://www.google.com.tr/search?q=Saat%C3%A7io%C4%9Flu%2C+Cem+(2002)%2C+Do%C4%9Frudan+D%C4%B1%C5%9F+Yat%C4%B1r%C4%B1mlar+ve+T%C3%BCrkiye%2C+http%3A%2F%2Fwww.ismmmo.org.tr%2C&oq=Saat%C3%A7io%C4%9Flu%2C+Cem+(2002)%2C+Do%C4%9Frudan+D%C4%B1%C5%9F+Yat%C4%B1r%C (Erişim Tarihi:1.11.2013).
- Selek, Duygu (2009). *Turizm Sektöründe Yabancı Sermaye Yatırımları: 1980 Dönemi Sonrası Üzerine Bir İnceleme*.Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Seviğ, Veysi (1995). “Yatırımların ve İhracatın Özendirilmesi”, Yeni Yüzyıl Dergisi (34), 8-15.
- Seyidoğlu, Halil (1999). *Uluslararası İktisat*. İstanbul: Güzem Yayınları.
- Seyidoğlu, Halil (2003). *Uluslararası İktisat; Teori, Politika ve Uygulama*. İstanbul: Güzem Yayınları.
- Sezgin, M. Orhan, ve Acar, Yıldırım (1991). *Turizm, Tanıtım, Pazarlama, Ekonomi*. Ankara: Baştem Yayınları.
- Şahin, Adem (1990). *İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye' de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi*. Ankara: TOBB Yayın.
- Şenel, S. Alpagut (2007, Haziran 9). *Turizm Sektöründe Yatırım Kararları*. Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi(12), 1-12.
- Şimşek, Mevlüdiye, ve Behdioğlu, Sema (2006). “Türkiye'de Dolaysız Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi”: Uygulamalı Bir Çalışma. Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 20(2), 48-65.
- T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı. (2011). UDY 2010 Yılı Raporu. Ankara: Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü.
- T.C. Hatay İl Valiliği. (2012). Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (2012-2015). Hatay: T.C. Hatay İl Valiliği.
- T.C. Hatay Valiliği. (2012). T.C Hatay Valiliği. www.hatay.gov.tr/: http://www.hatay.gov.tr/IcerikDetay.aspx?IcerikId=11 (Erişim Tarihi: 1.9.2012).

- T.C. Hatay Valiliği. (2013). T.C Hatay Valiliği. www.hatay.gov.tr/: <http://www.hatay.gov.tr/IcerikDetay.aspx?IcerikId=11> (Erişim Tarihi: 10.8.2013).
- T.C. Hazine Müsteşarlığı. (2007). Uluslararası Doğrudan Yatırım Verileri Bülteni:”2006 Yılı Ocak-Aralık Dönemi Gelişmeleri”. Ankara: Hazine Müsteşarlığı.
- T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2012). *Türkiye' de Turizm sektörüne Sağlanan Yatırım ve Teşvikler*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara
- Tavşancıl, Ezel, ve Aslan, Esra (2001). *İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Teşvik Çalışma Gubu. (2009). *Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Tiryakioğlu, Bilgin (2001). *Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye, Doğrudan Yabancı Yatırımlara İlişkin Uluslararası Düzenlemeler*. 165-181.
- Toker, Boran (2007). Türkiye’de Turizm Sektörü Teşviklerinin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Celal Bayar Üniversitesi İİBF, Manisa.
- Tolungüç, Ahmet (1992). *Tanıtım ve imaj*. Anatolia Dergisi, 36-46.
- Toptaş, Mehmet (1996). *Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Analizi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim, Ankara.
- Turan, Zübeyir (2010). *Yabancı Sermeye Yatırımlarının Ülkemiz Ekonomisine Etkileri ve Katkıları*. Mevzuat Dergisi(149).
- Turizm Yatırımcılar Derneği (TYD). (2011). Türkiye Turizm Yatırımcılar Derneği. www.ttyd.org.tr/ <http://www.ttyd.org.tr/> (Erişim Tarihi: 22.8.2012).
- Tutar, Erdinç (1990). *Turizm Sektöründe Yabancı Sermaye Yatırımlarının Gelişimi*. Türkiye Kalkınma Bankası, Turizm Yıllığı, 32.
- Tutar, Erdinç (1990). *Turizm Sektöründe Yabancı Sermaye Yatırımlarının Gelişimi*. Türkiye Kalkınma Bankası Turizm Yıllığı: Ankara.

- TÜİK (2013). (Türkiye İstatistik Kurumu)
<http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=YPYGTvQJDTg22ThWBjRF4q8GVF2MhYTshHXhC2L2rZMGG7zMkR75!-1811918460> (Erişim Tarihi: 6.9.2013)
- Türkdoğan, Orhan (1989). *Bilimsel değerlendirme ve Araştırma Metodolojisi*. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul.
- Tütengil, Orhan (1975). *Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Metod*. İstanbul: İ.Ü. Yayınları
- Türkiye Turizm verileri (2010) Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı
- UNCTAD (1999, July). (World Investment Report 1999)
<http://unctad.org/en/Docs/wir1999> (Erişim Tarihi: 9.1.2013).
- UNCTAD (2008) (Dünya Yatırım Raporu) Raporlar ve Yayınlar:
<http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Pages/UNCTAD2008.aspx> (Erişim Tarihi: 22.8.2012).
- UNCTAD (2009). Dünya Yatırım Raporu Sunumu. www.yased.org.tr > Türkçe > Raporlar ve Yayınlar:
<http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Pages/UNCTAD2009D%C3%BCnyaYat%C4%B1r%C4%B1> (Erişim Tarihi: 28.5.2012).
- UNCTAD (2011). UNCTAD WIR 2011 YASED Uluslararası Yatırımcılar Derneği.
www.yased.org.tr/.../OzlemOzyigit%20Sunum%20UNCTAD%20WI:
<http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Yayinlar/Documents/OzlemOzyigit%20Sunum%20UNCTAD%20WIR2011-tr.pdf> (Erişim Tarihi: 5.28.2012).
- UNCTAD (2012). (Dünya Yatırım Raporu) Geneva /Switzerland : Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı.
- UNWTO (2011). (World Tourism Organization Report www2.unwto.org/.../unwto-annual-report-2):
http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/annual_report_2011.pdf (Erişim Tarihi: 1.12.2012).
- UNWTO (2012). Turizm 2020 Vizyonu
www.turad.org/uploads/Tourism_2020_Vision.doc:http://www.google.com.tr/#hl=tr&gs_rn=1&gs_ri=serp&pq=d%C3%BCnya%20turizm%20%C3%B6rg%C3%BCt%C3%BC%20taraf%C4%B1ndan%20haz%C4%B1rlanan%2

- oturizm%202020%20y%C4%B11%C4%B1%20vizyonu&c (Erişim Tarihi:21.12.2012).
- UNWTO (2013).<http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 9.9.2013)
- Usta, Öcal (2002). *Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uygur, Ercan (2001). *Türkiye'nin Yürürlüğe Koyduğu İstikrar Programlarının Başarısında Yabancı Sermaye Girişlerinin Yeri ve Önemi. Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye*, TCMB Yayını, 17-34.
- Uzunoğlu, Sadi, Alkin, Kerem, ve Gürlesel, Can (1995). *Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Gelişmekte Olan Ülkelere Etkileri ve Türkiye*. İstanbul: İMKB Araştırma Yayınları.
- Ünlüönen, Kurban, ve Kılıçlar, Arzu (2004). *Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı*. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi(1), 131-156.
- Ünlüönen, Kurban, ve Tayfun, Ahmet (2009). *THE Place of Tourism in Turkish Economy*. Electronic Journal of Social Sciences, 8(27), 1-17.
- Varlıer, Oktay (2002). *Türkiye'de Turizm Yatırımlarının Dünü, Bugünü, Geleceği*. 2. Turizm Şurası Bildirileri, 213-217.
- Vernon, Raymond (1966). *International Investment and International Trade in the Product Cycle*. Quarterly Journal of Economics, VOL.80(2), 190-191.
- Wanhill, S. R. (1988). *Tourism Multipliers Under Capacity Constraints*. The Service Industries Journal, 2(8), 136-142.
- www.tursab.org.tr. (2011). TÜRSAB Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. www.tursab.org.tr/: <http://www.tursab.org.tr/> (Erişim tarihi:12.11.2011).
- Yağcı, Özcan (2003). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yağcı, Özcan (2003). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- YASED (2011). YASED Uluslararası Yatırımcılar Derneği. www.yased.org.tr/: <http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Pages/AnaSayfa.aspx> (Erişim Tarihi: 12.5.2013).
- YASED (2012). *Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişleri 2012*. İstanbul: Uluslararası Yatırımcılar Derneği.
- YASED (2013). *Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişleri 2012*. İstanbul: Uluslararası Yatırımcılar Derneği www.yased.org.tr/:

<http://www.yased.org.tr/webportal/Turkish/Pages/AnaSayfa.aspx> (Erişim tarihi: 5.12.2013).

- Yaşar, Ercan (2005). *Türkiye'ye Gelen Doğrudan Yabancı Yatırımların Türkiye'deki Ücretler Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Yavan, Nuri ve Kara, Hamdi (2003). “*Türkiye' de Yabancı Sermaye Yatırımları ve Bölgesel Dağılışı.*” Ankara üniversitesi Coğrafi Bilimler Dergisi, 19-42.
- Yeni Ümit Eğitim Kurumları (2010) "Pazara Giriş Şartları
http://www.udybelgesi.com/pazara_giris_sartlari_ihracat_t%C3%BCrleri.asp (Erişim Tarihi: 13.01.2014).
- Yılmaz, Mine (2010). “*Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkisi*”: Türkiye Üzerine Bir Deneme. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), 241-160.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.
- Yılmaz, Kamil (2007). *Türkiye için Doğrudan Yabancı Yatırım Stratejisi'ne Doğru*. Koç Üniversitesi, İstanbul.
- Yorulmaz, Fatih (2006). *Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türkiye Ekonomisine Etkileri (1990-2002)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı, Konya.
- Zengin, Burhanettin (2010). “*Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri.*” Akademik İncelemeler Dergisi, 5(1), 102-126.

EKLER

MÜLAKAT SORULARI

EKONOMİK FAKTÖRLER

- 1) Size göre Hatay bölgesi turizm pazarı açısından hangi çekicilikleri içermektedir?
- 2) Size göre Hatay bölgesi turizm pazarının genişliği ve ürün sayısı yeterli midir? Arttırılabilir mi? Hangi konuların eklenmesini istersiniz?
- 3) Hatay bölgesi turizm pazarında yatırım kararı verildiğinden gümrük tarifeleri ve dış ticaret kısıtlamalarının olduğunu düşünüyor musunuz? Örneğin bir makine ithal etmek istediğinizde herhangi bir kısıtlamayla karşılaşılıyor musunuz?
- 4) Yabancı sermayeli yatırımların gelişmekte olan ülkelere girişinde bir takım tereddütler yaşadıkları görülmektedir? Örneğin, yasal, kültürel problemler? Sizce gelişmekte olan bir ülkenin şehri olan Hatay'da yabancılar yatırım kararı vermeden önce ne tür çekinceler yaşamaktadırlar? Bu çekinceler nasıl ortadan kaldırılabilir?
- 5) Turizm yatırımları açısından Hatay bölgesinde maliyetler yüksek mi? Ne dersiniz.
- 6) Yatırımları düşündüğünüzde maliye politikaları çok sık değişmekte midir?
- 7) Kurumlar vergisi, Asgari ücret düzeyi, Gümrük vergileri gibi vergiler yatırımları etkilemektedir. Ülkemiz ve Hatay bölgesi açısından size göre en problemlili olan konular hangileridir?
- 8) Turizm ödemeler dengesine pozitif katkı yapmaktadır? Size göre Hatay yeterli düzeyde katkıyı yapabilmekte midir? Nasıl?
- 9) Ülkemizdeki kambiyo rejimi dikkate alındığında yatırımlarla ilgili herhangi bir problem yaşanmakta mıdır?
- 10) Hatay'da turizm sektöründe rekabet düzeyi nasıl? Yabancı yatırımlar Hatay'da rekabeti artırır mı? Neden?
- 11) Size göre Hatay'a yabancı sermaye gelir mi gelirse Hatay'ın avantajlı unsurları nelerdir?

- 12) Sizce Hatay'da yabancı sermayeli turizm yatırımı olabilmesi için yeterli teşvikler sağlanmakta mıdır?
- 13) Size göre yabancı firma niçin Hatay bölgesinde yatırım yapmayı tercih eder?(karını arttırmak, maliyetlerini düşürmek için mi? Veya diğerleri?)
- 14) Sizce Hatay'da yabancı yatırım nasıl gerçekleştirilmelidir?(lisans anlaşmasıyoluyla yada diğer ortaklık şekillerinden biri(frnchaising, yönetim anlaşmaları, jointventure, vb.)veya tamamen kendi firmasını yada işletmesini kurma şeklinde mi yoksa burada var olan bir işletmeyi satın alma şeklinde mi olmalı?
- 15) Size göre yapılacak yabancı yatırımlar istihdama katkı yapar mı? Eğer cevabınız evet ise hangi yönde katkı yapacağını düşünmaktesiniz.(Yönetici istihdamını artırır? Alt düzey çalışan miktarına olumlu katkı yapar? İnşaat gibi sektörlerde çalışanların sayısının artmasına katkı yapar?) Hatay için bu durumu nasıl değerlendirirsiniz?
- 16) Size göre turizm sektörüne yapılan yabancı sermaye yatırımlarının artması ile birlikte her aşamada ekonominin diğer sektörlerini de etkiler mi?
- 17) Size göre yabancı sermaye yatırımları Hatay piyasa hacmini nasıl etkilemektedir?(kişi başına düşen gsmh)
- 18) Sizce Hatay da yabancı yatırımlar vergi politikasını nasıl etkilemektedir(Düşüktarifeli vergi uygulaması, vergi erteleme, yatırım indirimi, gümrük vergilerinden bağışıklık veya vergi taksitlendirmeleri, yabancı yatırımcılarla ikili vergi anlaşmaları gibi uygulamalar).

HUKUK VE POLİTİK FAKTÖRLER

- 1) Size göre ülkemizin politik istikrarı yabancı yatırımların yapılması açısından uygun mudur? Geçmiş ve gelecek karşılaştırması yapabilir misiniz?
- 2) Dış politikada yaşanan gelişmeler size göre Hatay'da yatırımlarımızı ne oranda etkilemektedir?
- 3) Politik risk (ekonomik olmayan yatırımlar açısından politikadan kaynaklanan riskler var mı?)Neler olabilir?
- 4) Yasalarla ilgili ne gibi problemler ön plana çıkmaktadır. Örneğin yabancı yatırım konusunda danışman bulunabilir mi?
- 5) Size göre ülkemizdeki hukuki mevzuat yabancı yatırımları nasıl etkilemektedir?(eşitlik ilkesi, güven)

- 6) Ülkemizdeki bürokratik işlemler yabancı yatırımlar üzerinde ekilimdir nasıl?
- 7) Sizce Hatay'da girişimciliğin gelişmesine ortam hazırlayan ticari ve hukuki altyapı çalışmaları yeterli midir?(Şirketlerin işleyişiyle ilgili düzenlemeler, Rekabet yasaları, Çalışma yasaları, fikri mülkiyet haklarıyla ilgili yasal düzenlemeler)

SOSYAL VE KÜLTÜREL YAPI

- 1) Kültürün Hatay'da yatırım kararına olumlu mu olumsuz mu etki edeceğini düşünmektесiniz? Neden?
- 2) Hatay'da yatırımlara yerel halk olumlu olumsuz mu bakıyor?
- 3) Sizce yatırımcılar yatırımlarını gerçekleştirirken bölgenin sosyal ve kültürel yönlerini göz ardı ediyor mu?
- 4) Özellikle, yatırımcıların tercihlerinde, sosyo-kültürel yapının içerdiği uzlaşma ve ortaklık kültürü, tasarruf alışkanlıkları, tüketici kalıp ve alışkanlıkları, ulusal söylem ve yaklaşımlar çok önemlidir. Fakat bunlar yapılırken ülke kaynaklarının tahrip edildiğini ve aşırı kontrollerin olduğunu düşünüyor musunuz?
- 5) Hatay da yatırım yapmak isteyen turizm firmaları sosyal ve kültürel açılarından ne gibi zorluklarla karşılaşabilir? (dil ve yerel piyasa gibi)

PAZARLAMA

- 1) Yabancı yatırımların Hatay'da yapılabilmesi açısından Hatay'da turizm pazarındaki eğilim ne yönde olduğunu düşünmektесiniz? Pazarda yeterli gelişme bekliyor musunuz?
- 2) Yabancı sermaye yatırımlarının yapılabilmesi hususunda Hatay'da yeterli tanıtım yapıldığını düşünüyor musunuz?
- 3) Hatay da girişimcilerin ve toplumun yabancı sermaye yatırımlarına hazır olduğunu düşünüyor musunuz?

