

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ BİLİM DALI

**İKTİSADİ KALKINMADAKİ ÖNEMİ BAKIMINDAN TÜRKİYE'DE
TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ GELİŞMELERİN
DEĞERLENDİRİLMESİ (1985-1999)**

110224

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

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

Danışman
Doç.Dr. Serdar ALTINOK

Hazırlayan
Murat ÇETİNKAYA

Konya-2000

İÇİNDEKİLER

Sayfa No:

TABLolar LİSTESİ	IV
ŞEKİLLER LİSTESİ	VI
I. Özet.....	1
II. Summary	2
III. Amaç.....	3
IV. Kapsam.....	6

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAM OLARAK KALKINMA VE TURİZM

1.1. İktisadi Kalkınma Kavramı	8
1.1.1. Kalkınmayı Engelleyen Unsurlar.....	10
1.1.2. Kalkınma Politikaları.....	12
1.1.3. Kalkınma ve Sanayileşme.....	14
1.2. Turizmin Tanımı.....	16
1.2.1. Turizmin Tarihsel Gelişimi	19
1.2.2. Turist Kavramı	21
1.2.3. Ekskürsiyonist Kavramı	22
1.3. Turizm Sektörü	23
1.3.1. Turizm Sektörünün Özellikleri.....	25
1.4. Turizm Talebi	32
1.4.1. Turizm Talebinin Özellikleri.....	34
1.4.2. Turizmin Talep Esnekliği.....	35
1.4.3. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler	38

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

1. Turizm Sektörünün Ekonomik Önemi.....	52
2. Turizmin Ekonomik Etkileri	56
2.1. Turizmin Parasal Ekonomik Etkisi.....	57
2.1.1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi.....	57
2.1.2. Turizm Yatırımlarının Ekonomi Üzerindeki Etkisi	63
2.1.3. Turizmin Gelire Etkisi	65
2.1.4. Turizmin İç Fiyatlara Etkisi	78
2.1.5. Turizmin Devlet Gelir Ve Harcamalarına Etkisi	83

2.2. Turizmin Reel Ekonomik Etkileri	86
2.2.1. Turizmin İstihdama Etkisi.....	86
2.2.2. Bölgelerarası Dengeli Kalkınma Bakımından Etkisi	93
2.2.3. Turizmin Alt ve Üst Yapı Üzerindeki Etkisi	94
2.2.4. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi	98

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZMİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ (1985-1999)

3.1. Türkiye’de Turizm Sektörünün Gelişimi	104
3.2. Türkiye’de Turizm Politikası ve Turizm Politikasını Hedefleri	108
3.3. Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Etkileri	115
3.3.1. Ödemeler Dengesine Etkisi	115
3.3.2. İstihdama Etkisi	119
3.3.3. Mili Gelirdeki Etkisi	124
3.3.4. Gelir ve Giderler Üzerindeki Etkisi	127
3.3.5. Yabancı Turist Girişlerindeki Etkisi	133
3.3.6. Turistik Yatırımların Etkisi	135
3.4. Türkiye’de Turizm Sektörünün Ekonomideki Rolünü Artırmaya Yönelik Politikalar	150
3.4.1. Türk Turizminde Pazar Payı ve Politikası	150
3.4.2. Planlamanın Önemi	154
3.4.3. Turizmde Mevsimlik Yoğunlaşmanın Önlenmesi, Zaman İçinde Yayılmasının Sağlanması İle İlgili Politika ve Turizm Mevsiminin Uzatılması	158
3.4.4. Yatırım Faaliyetlerini Düzenlenmesi ve Yönlendirilmesi	162
3.5. Türk Turizminde Sorunlar ve Çözüm Önerileri	164
SONUÇ	167
KAYNAKLAR	171

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa

No:

Tablo 1: Bir Konaklama Tesisi İnşaatında Gerekli Yatırım Harcamalarının Dağılımı.....	29
Tablo 2: Endüstriler İtibariyle Sabit Sermaye Yoğunluğu	30
Tablo 3: Avrupa Topluluğu Gelir ve Seyahat Yoğunluğuna İlişkin.....	41
Tablo 4: Türkiye'ye Gelen Yabancıların Yaş Durumlarına Göre Dağılımı.....	45
Tablo 5: Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı.....	47
Tablo 6: Avrupa Ülkeleri Ekonomisinde Turizm (1997)	55
Tablo 7: Dış Turizm Bilançosu	59
Tablo 8: Avrupa Ülkelerinde Ödemeler Dengesinde Turizm.....	60
Tablo 9: Turizmde Çarpan Etkisi	68
Tablo 10: Avrupa da Turizmden En Çok Gelir Kazanan 20 Ülke	74
Tablo 11: Bölgelere Göre Uluslararası Turizm Gelirleri Eğilimi(1988-97).....	74
Tablo 12: Dünyada Turizmden En Fazla Kazanan 40 Ülke (1997).....	75
Tablo 13: Avrupa'da Turizme Harcanma Yapan Başlıca 20 Ülke	77
Tablo 14: Muhtemel Fiyatlandırma Gayeleri	80
Tablo 15: Turistik Harcamaların Yarattığı Devlet Geliri	84
Tablo 16: Turizm Sektöründe Gelişmeler.....	107
Tablo 17: Kalkınma Planlarında Turizmle İlgili Bazı Kavramların Sürekliliği	108
Tablo 18: Turizm Sektöründe Gelişmeler (1984-1994)	111
Tablo 19: Türkiye'de Turizm Gelir ve Giderleri(1985-1998)	118
Tablo 20: Ödemeler Dengesi-Turizm (1996-1998).....	118
Tablo 21: Turizmde İstihdam (1985-1989).....	120
Tablo 22: 1993 Yılı Atıl Durumdaki İşgücü Oranı	121
Tablo 23: İş İmkânı Yaratmak Amacıyla Hangi Sektörde Ne Kadar Yatırıma İhtiyaç Vardır. (1 Kişi).....	121
Tablo 24: Turizmde Belgeli Konaklama Tesislerinin İstihdam Kapasitesi (Kişi).....	122
Tablo 25: Turizm Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri ve Muhtemel İstihdam.....	123
Tablo 26: Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı	125
Tablo 27: Turizmde Çoğaltan Etkisi	126
Tablo 28: Programlanan Hedefler İle Gerçekleşen Turizm Gelirleri (1985-1997) ...	128
Tablo 29: Program Hedefleri İle Gerçekleşen Turizm Giderleri (1985-1997).....	129
Tablo 30: Uluslararası Turizm Gelirleri (1994-1997)	130

Tablo 31: Program Hedefleri İle Gerçekleşen Gelir-Gider Dengesi (1985-1998)	130
Tablo 32: Turizm Gelir-Gider Dengesi ve Ortalama Harcama (1985-1997)	131
Tablo 33: Turizm Gelirlerinin Aylara Göre Dağılımı	132
Tablo 34: Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri Üzerindeki Payı (1985-1997)	133
Tablo 35: Turizm Gelir-Giderleri ve Yabancı Turist Girişleri (1985-1997)	134
Tablo 36: Türkiye'ye Gelen Turistlerin Aylara Göre Dağılımı	135
Tablo 37: Sabit Sermaye Yatırımları ve Oransal Payı (1998 Fiyatları)	137
Tablo 38: Sabit Sermaye Yatırımlarının Sektörel Dağılımı	138
Tablo 39: Turizm Kamu ve Özel Sektör Sabit Sermaye Yatırımları Oranı (1998 Fiyatları)	139
Tablo 40: Yabancı Sermaye Kuruluşlarının Sektörel Dağılımı	141
Tablo 41: 1985-1996 Yılları Arasında Turizm sektöründe İzin Verilen Yabancı Sermaye	141
Tablo 42: Turizm Yatırımları (1985-1991)	144
Tablo 43: Turizm Yatırımlarında Yatırımcıların Tercih Ettikleri Teşvikler	146
Tablo 44: Yatırım Teşvik Belgelerinin Sektörel Dağılımı (Oransal)	147
Tablo 45: 1985-1989 Yılları Kredilendirme Faaliyetleri	149
Tablo 46: 1990-1994 Yılları Kredilendirme Faaliyetleri	149
Tablo 47: Türkiye Kalkınma Bankası'na Turizm Sektörüne Tahsis Edilen Krediler	150
Tablo 48: Türkiye'ye Gelen Yabancıların Aylara Göre Dağılımı	159
Tablo 49: Türkiye'ye Gelen Yabancıların Aylara ve Taşıt Araçlarına Göre Dağılımı (1997)	160

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

No:

Şekil 1: Turizm Talep Eğrisi	33
Şekil 2: Turizmde Talep Elastikiyeti	35
Şekil 3: Ekonomik Bir İhtiyacın Karşılanmasından Doğan Zevk Eğrisi	42
Şekil 4: Turistik Bir İhtiyacın Karşılanmasından Doğan Zevk Eğrisi	42
Şekil 5: Turistik Harcamaların Ekonomi İçindeki Akımı.....	33
Şekil 6: Turistik Yatırımın Gelire Etkisi.....	71
Şekil 7: Turizm Politikasının Amaçları	114



ÖZET

Bir ülkenin kalkınmasında turizm sektörünün öneminden ve sektörün payında söz edebilmemiz, turizmin ekonomik etkilerinin ölçülmesiyle mümkün olabilecektir.

Turizm ülkelerin gelişme çabalarına paralel ve onun bir uzantısı olarak, birinci derecede önem verilen bir sektör haline gelmiştir. Turizm sektörüne, daha önceki yıllardan itibaren gereken önem ve önceliği veren ülkelerde, bu faaliyet kolunun milli gelir ve ödemeler dengesine sağladığı yararlar, pek çok ülkeyi, turizm sektörünün gelişmesi için yeni imkanlar yaratmaya zorlamıştır.

Gelişmekte olan ülke olan Türkiye’imizde ülkelerin bu derece ilgisini çeken, karşılaşılan ekonomik sorunların hafifletilmesinde ve dar boğazların aşılmasında bir ekonomik politika aracı olarak kabul edilen turizm, yarattığı ekonomik etkilerini genelde ve Türkiye düzeyinde araştırılması bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Çalışmada, turizmin sosyal, kültürel ve politik fonksiyonlarını bir kenara atarak, sadece ekonomik etkileri incelenecek. Araştırmada turizm olayının sektörel özellikleri dikkate alınarak, turizmin ekonomik etkilerine değinilecek ve ekonomide yaratılan parasal ve reel etkiler ayrı ayrı incelenecektir. Ayrıca, turizm olayının mevcut gelişimini dikkate alınarak, makro açıdan turizm sektörünün yapısal özelliklerinin ülke ekonomisine yansımaları üzerinde durulmuştur.

SUMMARY

To mention the importance at tourism and the share of this sector in the progress of a country will be possible to measure the economical effects of tourism.

Tourism has become a primary important sector which is paralled and extended to the countries efforts of development . In the countries which have given the necessary importance to the tourism sector in the previous years have seen the advantages of this field of activity to the national income and balance of payments forced many countries to develop new possibilies to the development of tourism sector.

In our Turkey which is a developing country, tourism which is attracted so much by the countries and used as an economical political means in relieing the economical problems and to overcome the difficulties, the investigation of economical effects of tourism in general and at the level of Turkey have been the basic purpose of this study.

In this study, the social, cultural and political functions of tourism have been dismissed and only the economical effects are studied. In this research, by taking into consideration the sectoral peculiarities of touism and by touching the economical effects of tourism the monetary and reel effects developed in the economics have been studied separately. In addition, taking into consideration of the present development of tourism, the constructive peculiarities of tourism sector from the macro point of view have been studied on the reflection the countries economics.

AMAÇ:

Yirminci yüzyılın ortalarından bu yana hızla gelişen turizm olayı, günümüzde yaklaşık 600 milyon kişinin uluslararası seyahati gerçekleştirdiği önemli bir hareket haline getirmiştir.

Turizm ülkelerin gelişme çabalarına paralel ve onun bir uzantısı olarak, birinci derecede önem verilen bir sektör haline gelmiştir. Turizm sektörüne, daha önceki yıllardan itibaren gereken önem ve önceliği veren ülkelerde, bu faaliyet kolunun milli gelir ve ödemeler dengesine sağladığı yararlar, pek çok ülkeyi, turizm sektörünün gelişmesi için yeni imkanlar yaratmaya zorlamıştır.

Gelişmekte olan ülkelerin kalkınması için ihtiyaç duyulan dövizin sağlanmasında, ihracatın artırılması yanında turizm sektörünün canlandırılması gereği ön plana çıkmış ve turizm, gelişen ülkelerin kalkınmak için umut bağladıkları bir sektör konumuna gelmiştir.

Ülkemiz sosyal ve ekonomik göstergeler itibari ile halen ekonomik platformda gelişmekte olan ülkeler sıfatını korumaktadır. Dünyadaki ani ve hızlı ekonomik, politik ve teknolojik değişiklikler, uluslararası ilişkiler neticesinde ortaya çıkan menfaatler veya çıkar çatışmaları ülkelerin ekonomik yapılarını doğrudan etkilemektedir. Bunlara bağlı olarak dünya ticaret potansiyelinden arzu ettiğimiz hak ve payı alabilmek için ekonomimizin gelişmiş ülkeler seviyesine çıkartılması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin ortak ve kaçınılmaz kaderi, yüksek enflasyonist ortamda, hızla artan nüfus ve işsizliğe karşı, yetersiz sermaye ile kısa zamanda, döviz sağlama ve istihdam yaratma potansiyeli yüksek yatırımları realize etmeyi zorunlu kılmaktadır. Turizmin döviz sağlama, istihdamı artırma gibi özelliklerinin olmasından dolayı ekonomide büyük önem arz etmektedir.

Turizm özellikle gelişmekte olan ülkelerin istihdamın, gelir düzeyinin yükselmesine ve ödemeler dengesine sağladığı katkı nedeniyle, tarihi çekicilikler ve

doğal zenginlikler açısından önemli bir potansiyele sahip ülkemizde turizme kucak açmıştır. Turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri de, Dünya da olduğu gibi ülkemizde de turizm faaliyetlerinde hızlı gelişmeler kaydedilmiştir. Yakın zamana kadar ülkemizde 1 milyon civarında olan yabancı ziyaretçi sayısı, 1998 yılında 10 milyona kadar çıkmış ve 1998 yılında elde edilen turizm geliri ise, 9 288.5 milyar dolara ulaşmıştır. Günümüzde turizm ülkemizin en önemli ihracat gelirlerden birini oluşturmaktadır. Türkiye'nin doğal güzellikleri, uygun tabiat şartları, arkeolojik değerlere, tarihi ve kültürel zenginlikler yanında, turizmin etkinliğini arttıracak pek çok özelliğe sahip bulunması bu fırsatları en iyi şekilde değerlendirmesini gerektirmektedir. Turizmin Türkiye'nin ekonomik ve sosyal yönden gelişmesini sağlayacağı yarar artık iyice bilinmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin döviz bulmasında ihracatın artırılması yanında turizm sektörünün canlandırılması gereği ön plana çıkmış ve turizm gelişen ülkelerin kalkınması için bir sektör haline gelmiştir.

Bugün ulaştığımız aşamada Türkiye, turizm sektörünü kalkınmanın vazgeçilmez bir unsuru olarak görmek ve buna uyumlu bir ekonomik model oluşturmak zorundadır. Turizmde mal ve hizmetlerin yabancı ülkelere gönderilmesi zorunluluğu bulunmamakta ve böylece, ihracı mümkün olmayan mal ve hizmetler döviz kaynağı haline gelebilmektedir.

Gerçekte de, Türkiye ekonomisinin karşı karşıya bulunduğu darboğazların aşılmasında turizm, önümüzdeki son on yılın en önemli politikalarından biri olmak durumundadır. Döviz akışını ve yabancı sermaye girişini artırması, ulusal gelire olumlu etkileri, istihdama katkısı, ek ihracat özelliği göstermesi, sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeyi hızlandırması, alt yapının gelişmesinde rol oynaması, fiziksel çevreyi güzelleştirmeyi hizmet üretiminin yanı sıra, mal üretimi de artırması ve bölgesel kalkınmayı hızlandırması nedeniyle turizm, gerçek bir kalkınma modelinin temel taşlarından biri olarak kabul edilmelidir.

Turizm sektöründen çıkarılacak sonuç; turizm sektörü, sanayileşme için gerekli fonları (döviz) daha düşük maliyetle yeteri miktarda sağlama potansiyeli taşıması, ekonomide katolizer görevi yapması hammadde itibariyle dış bağımlılığının düşük olması vb. diğer özellikler göz önüne alındığında gelişmekte olan ülkelerin kalkınmasında önemli bir rol üstlenecek bir görünüm arz etmektedir. Bu nedenle turizm, ülkemizde ve gelişmekte olan ülkelerin gündeminden son yıllarda hiç düşmemektedir. Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere turizm bir ülke ekonomisinde vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkar. İşte bu çalışmada amacım, turizmin Türkiye ekonomisine ne gibi etkileri oluğunu ortaya koymaya çalışılarak, ne gibi önlemler alınabilir, konuları üzerinde yoğunlaşılacaktır.



KAPSAM:

Bir ülkenin kalkınmasında turizmin öneminden ve sektörün payından söz edebilmek için, turizmin ekonomik etkilerini ölçmekle mümkün olabilecektir.

Ülkemiz hızlı bir şekilde gelişmiş ülkelerin seviyesine ulaşabilmenin mücadelesini vermektedir. Ekonomik ve sosyal kaynaklarımız plan ve politikalar vasıtasıyla bu amacı gerçekleştirme çabasına yönlendirmiştir.

Gelişmekte olan ülke olan Türkiye’imizde ülkelerin bu derece ilgisini çeken, karşılaşılan ekonomik sorunların hafifletilmesinde ve dar boğazların aşılmasında bir ekonomik politika aracı olarak kabul edilen turizm, yarattığı ekonomik etkilerini genelde ve Türkiye düzeyinde araştırılması bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Çalışmada, turizmin sosyal, kültürel ve politik fonksiyonlarını bir kenara atarak, sadece ekonomik etkileri incelenecek. Araştırmada turizm olayının sektörel özellikleri dikkate alınarak, turizmin ekonomik etkilerine değinilecek ve ekonomide yaratılan parasal ve reel etkiler ayrı ayrı incelenecektir. Ayrıca, turizm olayının mevcut gelişimini dikkate alınarak, makro açıdan turizm sektörünün yapısal özelliklerinin ülke ekonomisine yansımaları incelenecektir.

Çalışmada, turizmin Türk ekonomisindeki yeri, önemi etkinliği araştırıldıktan sonra, gelecek dönemlerde turizmin Türk ekonomisindeki yerini, önemini ve etkinliğini arttırmaya yönelik politikalar ve öneriler üzerinde durulmuştur. Tez dört bölümden oluşmaktadır. Turizm kavramı, turizm sektörü, turizmine ekonomik etkileri ve bu etkilerin sonuçlarının değerlendirilmesi, turizmin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri turizmin ekonomideki yerini geliştirmeye yönelik politikalar ve öneriler ve değerlendirme ve sonucu kapsamaktadır.

I. bölümde, turizmin tanımlanması yapıldıktan sonra, turizmin Tarihsel gelişimi ve iktisadi kalkınma incelenecektir. Daha sonra turizm sektörü incelenerek,turizm talebi açıklanacaktır.

II.bölümde, turizmin ekonomik etkileri ve bu etkilerin sonuçları değerlendirilecek. Bu bölümde, ekonomik etkiler iki kısma ayrılarak incelenecektir.

Birinci kısımda, Turizmin ekonomik etkileri, parasal ekonomik etkiler olarak incelenecektir.

İkinci kısımda, bu kısımda ise, turizmin ekonomik etkileri, reel ekonomik etkiler altında inceleme yoluna gidilecektir.

III. bölümde, Türk turizminin genel yapısı ile Türk turizm politikasının genel hedefleri incelenecektir. Bu inceleme 1985-1998 yılları dönemi arasını kapsamaktadır. Ayrıca bu dönemde Turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri ayrı ayrı bölümlerde incelenecektir. Daha sonrada Türkiye’de turizm sektörünün ekonomideki yerini artırmak için politika ve görüşler belirtilecektir.

1. BÖLÜM: KAVRAM OLARAK KALKINMA VE TURİZM

1.1. İktisadi Kalkınma Kavramı

İktisadi Kalkınma, ekonomide belli bir zaman dilimi içerisinde meydana gelen miktar artışlarının yanında, iktisadi ve sosyal yapıda meydana gelen değişimleri kapsayan bir kavramdır. Bu bakımdan, iktisadi büyüme ve iktisadi gelişme kavramlarını da içine almaktadır. Bu sebeple iktisadi büyüme ve iktisadi gelişme kavramlarına da kısaca yer vereceğim.

İktisadi büyüme konusu özellikle II. Dünya Savaşından sonra yoğun bir şekilde ele alınmış ve günümüzde de konu ile ilgili araştırmalara devam edilmektedir. İktisadi büyümeyi ekonominin bünyesi değişmeden, temel göstergelerin sayı ve hacim itibarıyla yıldan yıla genişlemesi olarak tanımlamak mümkündür¹. Büyüme kavramında daha çok, milli gelirde meydana gelen değişim ölçü olarak alınır. Başka bir ifade ile, bir yıldan ötekine milli gelirde meydana gelen miktar artışını ifade etmektedir. Bu miktar artış oranı büyüme hızını vermektedir².

İktisadi gelişme kavramı, büyüme kavramını da içine alsa daha uzun bir dönemdeki gelişmeleri konu alan bir kavramdır. Literatürde de genellikle büyüme ile eş anlamda kullanılan gelişme kavramı bazı farklılıklara sahiptir. Gelişme kavramında ekonomideki miktar artışları söz konusudur. Gelişme kavramına bu miktar artışları yanında uzun dönemde ekonominin tümünde meydana gelen gelişmeler ele alınır. Buna göre iktisadi gelişme kavram dendiği zaman ekonomide de bir yapı değişikliği sürecine girildiği anlaşılır.

İktisadi kalkınma kavramı ise, daha çok gelişmekte olan ülkeler için kullanılan ve iktisadi büyüme ile iktisadi gelişmeyi de içine alan kapsamlı bir kavramdır. Bu kalkınma da ekonominin tümünde bir yapı değişikliği söz konusudur. Bu yapı değişikliğinin boyutu sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal konuları da ihtiva etmektedir.

¹ Sabri Ülgener, **Milli Gelir İstihdam ve İktisadi Büyüme**, Der Yayınları: 6. Baskı, İstanbul, 1990, s. 409.

² Erdoğan Alkın, **Gelir ve Büyüme Teorisi**, İ.Ü.İ.F. No: 46, İstanbul, 1981, s. 3.

Bilindiği gibi gelişmekte olan ülkeler, daha çok tarıma dayalı ve geleneksel üretim tekniklerinin kullanıldığı iktisadi yapılara sahiptir. Ayrıca bu ülkelerde hızlı nüfus artışı yönünde, nüfus daha çok tarım kesiminde bulunmaktadır. Nüfusun gelir ve hayat seviyesi düşüktür. Bunun yanında, düalist yapı mevcuttur. Ekonomide meydana gelen müspet bir gelişme bütün kesimleri etkileyecektir. Bu da kalkınma ile genellikle eş anlamda kullanılan sanayileşme ile mümkündür. Bu bakımdan gelişmekte olan ülkeler sanayileşme büyük ağırlık vererek bu çemberi aşmaya çalışırlar. Çünkü, ekonomide üretim yapısının değişmesi bütün kesimlerin değişmesine yol açacaktır. “Zira gelişmeyi nicelik, kalkınmayı nitelik karakterize eder”³.

Kalkınma yalnızca ekonomik bir olay olmayıp sosyal, siyasal, kültürel ve kurumsal bir olgudur. Diğer bir deyişle, her ne kadar adam başına gelir artışları, önemli bir gelir ögesini oluşturuyor ise de, ekonomik kalkınma gerçekten çok boyutlu bir süreçtir. Ekonomik kalkınma düzeyinin belirlenmesi için örneğin, okur-yazar oranı, kentleşme, elektrik tüketimi, sanayi sektörünün payı v.s. gibi değişik kıstaslarda dikkate alınmaktadır. Bu açıdan bakıldığında adam başına gelir düzeyleri yüksek olmasına karşın bir kısım ülkeler gelişmiş kabul edilmemektedir.

Uluslararası düzeyde ülkeler kalkınma ve gelişmişlik düzeyi bakımından üç gruba ayrılmaktadır. Bunlar karşımıza, sanayileşmiş ülkeler (industrial countries), kalkınmakta olan ülkeler (developing countries) ve eskiden merkezi planlı ekonomiler olarak görülür. Kalkınmakta olan ülkeler yerine ayrıca az gelişmiş ülkeler veya gelişme yolundaki ülkeler gibi deyimlerde kullanılmaktadır.

Sanayileşmesini tamamlamış ülkeler gelişmiş ülkeler grubunu oluşturmaktadır. Bunlarda kendi içinde alt gruplara ayrılmaktadır. Örneğin en gelişmiş yedi sanayileşmiş ülkenin oluşturduğu Yediler Grubu (G-7 Group of seven) denmektedir. Bunlar, Fransa, Amerika, Almanya, İngiltere, Japonya, İtalya ve Kanada dan oluşmaktadır. Sanayileşmesini tamamlamamış ve ekonomileri eskiden planlı olanların dışındaki geniş

³ Yüksel Ülken, 20. yy. Dünya Ekonomisi, İ.Ü.İ.F. yay. No: 493, İstanbul, 1984, s. 305.

bir grup ülke ise, kalkınmakta olan ülkeleri kapsamaktadır. Bu gruptaki ülkelerin sayısı 130 dolayındadır.

Kalkınmakta olan ülkeler, bu ayrımının yanında değişik özelliklerine göre farklı şekilde ayrım yapılır. Örneğin, dış mali kaynaklar bakımından net borçlu net alacaklı diye ayrılabilir. Ayrıca gelir düzeyi en düşük olaylarda en az gelişmiş ülkeler (the least developed countries) diye ayrı bir grupta toplanır.

Üçüncü grubu oluşturan eski merkezli plan ekonomileri ise, Sovyetler Birliğinin yıkılmasıyla ortaya çıkan bağımsız devletleri ve eski Doğu Avrupa Ülkelerini kapsamaktadır. Bu ülkelerin ortak özellikleri ekonominin merkez yönetim sisteminde piyasa mekanizmasına geçiş aşaması olmasıdır.

1.1.2. Kalkınmayı Engelleyen Unsurlar

Kalkınmayı engelleyen unsurları beş küçük başlık halinde incelersek;⁴

1. *Hızlı Nüfus Artışı*: İş gücü gibi temel üretim faktörünün kaynağı olan nüfus az gelişmiş ülkelerin çoğunda, gerek toplam kaynaklara kıyasla ulaşmış bulunduğu yoğunluk, gerekse yüksek artış hızıyla önemli sorunlar yaratmaktadır.

Yüksek nüfus yoğunluğu, ülkenin büyümesi ,için gerekli sermaye teçhizatını çok arttırmaktadır. Çoğu zaman bu nüfus kitlesini eğitim düzeyi de son derece düşük olduğu için üretimde daha yüksek verimle kullanılmaları için gerekli eğitimde bu ülkelerin sınırlı kaynaklarını fazlasıyla zorlayan yatırım tutarları gereklidir. Nüfus artış hızı ise, büyük çabalarla ulaşılan kalkınma hızlarının nüfus başına üretim haline dönüştürülmesini engelleyen bir unsur olmaktadır. Ciddi bir kalkınma politikasıyla GSMH'nin yılda 0.03 arttırabilen bir az gelişmiş ülke, aynı zamanda yıllık nüfus artışı nedeniyle kişi başına GSHM artışının sıfıra düştüğünü görebilmektedir.

⁴ Özhan Uluatan, **Makro İktisat**, Savaş Yayınları, Klasik 1984, s.318.

2. *Sermaye Teçhizatı ve Doğal Kaynak Yetersizliği*: Az gelişmiş ülkelerin büyük bir kısmında mevcut bulunan özellik, sermaye teçhizatlarında ortaya çıkan yetersizliktir. Bu kısım ülkelerde doğal kaynakların yetersizliğini de buna eklemek gerekir. Her iki unsurda, iş gücünün verimini azaltan bir neden olarak ortaya çıkmaktadır.

3. *Tasarruf Yetersizliği*: Eksik sermaye teçhizatını arttırabilmek için gerekli yatırımları besleyecek gerekli yatırımları besleyecek temel kaynaklara olan tasarruflarda, kişi başına gelir seviyesini düşüklüğü nedeniyle ciddi boyuta yükselmektedir. Bir kısım az gelişmiş ülkelerde kişi başına milli gelirin düşük olması, fiziki ihtiyaçları güçlüklerle karşılayabilen kitlelerin tüketimlerini azaltabilmek son derece güç olmaktadır. Gelir seviyesi yüksek olan bazı ülkelerde ise, haberleşme imkanları, dış dünyanın tüketim kalıplarına kitleleri alabildiğine açtığından, toplumun yüksek marjinal eğilimini kısmak. Bu seferde siyasi-toplumsal planda ciddi sorunlar yaratmaktadır.

4. *Teknolojik Gerilik*: Kısmen sermaye teçhizatının yetersizliği, kısmen de eğitimdeki gerilik nedeniyle, az gelişmiş ülkelerin büyük kısmı pek çok alanda modası geçmiş yada ilkel yöntemlerle üretim yapma durumunda kalmaktadır. Bu teknolojik gerilik, tıpkı sermaye teçhizatı yetersizliğinde olduğu gibi işgücünün marjinal fizik verimliliğini son derece küçültmektedir.

5. *Toplumsal-kültürel çevrenin elverişliliği*: Az çok gözle görülen, elle tutulan yukarıdaki engeller yanında engeller yanında, daha az somut fakat hemen hemen aynı önemde bir başka engelde toplumun iktisadi gelişmeye, bu gelişmenin gerekli kıldığı düşünüş, davranış biçimine karşı olan tutumundan gelmektedir. Kaynakların önemli kısmını kullanana tarım üreticilerinin yeni üretim biçimleri aramaktaki çekingenliği, büyük toprak sahiplerinin gösterişçi tüketim merakı, bürokrasinin yetersizliği ve kötü alışkanlıkları, rahat kazanca alışmış müteşebbis kitlesinin durgunluğu v.s. kalkınma çabasındaki ülkelerin karşısına büyük güçlükler çıkarır. Toplumsal-kültürel çevrenin bu elverişsiz koşullara değiştirilmedikçe, yatırımları arttırma türünden çabaların kalkınmayı gerçekleştirmede başarıya ulaşması çok zor olmaktadır.

1.1.2 Kalkınma Politikaları

Büyüme hızının artırılması, II Dünya Savaşından bu yana, hemen her ülkede iktisat politikalarının temel hedeflerinde birisi oldu. Hele az gelişmiş ülkelerde, kalkınma hızı siyasal tartışmalarda tuttuğu yerle, kamu oyunda bir tür kutsallık kazandı. Büyüme – kalkınmaya verilen bu önem neden kaynaklanmaktadır?⁵

1. Her şeyden önce, kalkınma toplumların iktisadi refahında yaratacağı artış imkanıyla kritik bir unsur oluyor. Daha geniş imkanlar içinde yaşamayı arzulayan kitleler bu arzularına cevabı kalkınmada bulabiliyorlar.

2. Kalkınma, gelir dağılımı sorunun daha az ağırlıkla hissedilmesine yol açar. Eşit olmayan bir gelir dağılımının düzeltilmesi, kalkınmayan toplumda ancak çok köklü, tedbirlerle gerçekleştirilirken, kalkınma aynı amaca zaman içinde daha yumuşak biçimde ulaşılmasını sağlıyor.

3. Gelişmiş ülkelere kıyasla kendilerini yetersiz, ikinci sınıf ülkelerin vatandaşları gibi gören insanlar için, kalkınma hızlarının artırılması, bu farkı kapatma imkanını günün birinde yaratmasıyla da ayrı önem kazandı. Eski sömürgeler geçmişten kopabilmesinin, geçmişte zenginken fakirleşen ülkeler eski günlere yeniden kavuşanın, sürekli fakirlik çekmiş ülkeler de bu kördüğümü çözüp “zenginler kulübüne”ne katılabilmenin yollarını kalkınma hızının büyümesinde buldular.

4. Nihayet, değişik siyasal rejimler arasındaki rekabetin iktisadi rekabet haline dönüşmesi de kalkınma hızına rejimlerin başarısının bir göstergesi niteliğini verdi. Bu nedenle, yüksek kalkınma hızları ülkeler arasında önemli bir siyasal prestij vesilesi oldu. Gerisinde yatan kaygılar bunlardan hangileri olursa olsun bir kalkınma politikası çeşitli konularda pek çok tercih yapılmasını gerekli kılar. Bu tercihlerden ilki temel oyun kuralı ile ilişkili olacaktır. İktisadi bir sistemin sosyalist düzen içinde mi yoksa kapitalist kurallar içinde mi kalkınmayı gerçekleştirmesi istenmektedir? Kapitalist sistemin tercih

⁵ Özhan Uluatan,a.g.e., s.319

edildiği kabul edilirse, bu kez devletin ekonomide önemli rol oynadığı müdahaleci-karma bir model mi seçilecektir yoksa kalkınmanın gerçekleştirilmesi, esas olarak, piyasa mekanizmasından mı belirlenecektir?⁶

Çeşitli ülkelerdeki geçmiş uygulamalar bu seçeneklerin her biriyle yüksek kalkınma hızları gerçekleştirebilen ülkeler bulunduğunu gösteriyor. Bu nedenle, yüksek kalkınma hızlarının mutlaka belli bir modele bağlanması zorunluluğu var denilemez. Ancak kapitalist kalkınma yolunu seçen az gelişmiş ülkelerde müdahaleci karma bir ekonominin gittikçe daha çok tercih edildiği, bu modele sosyalist ekonomilerden alınma planlama mekanizmasının eklendiği görülmektedir. Az gelişmiş ülkelerin pek çoğu planlamada kapitalist sistemin israfını önleyecek, kalkınma hızını yükseltecek nitelikler bulunmaktadır. Bu ülkelerde adeta planlı-müdahaleci bir düzen, sosyalist ekonomi ile kapitalist sistemin arasında ayrı bir seçenek olarak ortaya konmak istenmektedir.

Kalkınma politikalarının saptanmasında yukarıdaki sorunun cevaplandırılması ile sonra yapılması gerekli başka tercihler de vardır. Az gelişmiş ülkelerin yatırıma yönlenebilecekleri kaynaklar genellikle çok sınırlı olduğuna göre, yatırımlarda önceliğin tüketim malları üretimiyle hafif endüstrilere mi yoksa ağır endüstrilere mi tanınacağı, alt yapı yatırımlarına, kalkınmanın başlangıç yıllarında, ne ölçüde ağırlık tanınacağının saptanması gerekir. Keza diğer ülkelere kıyasla nispi olarak daha avantajlı bulunan sınırlı sayıda malın üretimine önem verilerek dengesiz kalkınma stratejisinin mi seçileceği, yoksa ülkenin üretim imkanlarının az çok dengeli biçimde her alanda zorlamanın mı tercih edileceği de cevaplandırmak gereken bir başka sorudur.

Bu temel tercihler nasıl yapılırsa yapılsın, kalkınma politikaları, iktisadi-toplumsal yapıda kalkınmaya engel çıkaran unsurları gidermek zorundadır. İş gücünün verimliliği arttırmak için eğitime ağırlık verilmesi, bürokrasideki kötü alışkanlıkların ortadan kaldırılması için reformlar yapılması, vergi sisteminde düzenlemeler, banka sisteminin

⁶ Mükerrrem Hiç, **Büyüme Teorileri ve Gelişme Ekonomileri**, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1974, s.189.

gelişip çağdaşlaşması, toprak mülkiyetinde kalkınmayı engelleyen unsurların giderilmesi v.s. bu tür köklü değişikliklerdir. Bu değişiklikler hem kalkınmanın zorunlu kıldığı yatırım artışlarını sağlayabilmenin hem de yatırımlardan beklenen hasılanın gerçekleşmesinin temel koşuludur.

1.1.3 Kalkınma ve Sanayileşme

Gelişmekte olan ülkelerin temel amacı, sanayileşmeyi gerçekleştirmektedir. Ancak bu durumu gerçekleştirmek kolay olmamaktadır. Zira sanayileşmede ülkenin sahip olduğu sosyal-ekonomik şartlar belirleyici olmaktadır. Bu bakımdan sanayileşmek için sahip olunan avantajlar iktisadi kalkınma sürecini hızlandırmaktadır. Başka bir ifade ile, sanayileşme sonucu ortaya çıkan yapı değişikliği, iktisadi kalkınmayı da beraberinde getirmektedir. Bunun sonucudur ki, “kalkınma” ve “sanayileşme” kavramları aynı anlamda kullanılmaktadır.⁷

Geçmişte ülke ekonomilerini daha çok tarıma dayalı ve klasik metotlarla üretim yapılmaktadır. Gelişen dünya şartları içerisinde bu geleneksel üretim metotları ile ihtiyaçlar karşılanamamaktadır. Bu nedenle geliştirmekte olan ülkelerin sanayileşmeyi gerçekleştirmeleri ve mevcut kaynaklarını bu yönde kanallıze etmeleri kaçınılmaz olmaktadır.

Daha çok İkinci Dünya Savaşından sonra ülkeler, savaşın verdiği zararları telafi için adeta bir sanayileşme yarışına girmişlerdir. Şu andaki sanayileşmiş ülkeler 10-15 senede sanayileşmelerini gerçekleştirerek diğer ülkelere örnek teşkil etmektedirler. Fakat geliştirmekte olan ülkeler sanayileşmenin ihtiyaç duyduğu avantajlara sahip değillerdir. Bu bakımdan kaynaklarını kullanırken kendi yapılarına uygun stratejiler geliştirmesi gerekir. Dış kaynak yetersizliği sermaye birikimi yetersiz olması ve teknolojik yetersizlik gibi problemler geliştirmekte olan ülkeler için önemli dar boğazlar oluşturmaktadır.

⁷ Akın İlkin, **Kalkınma ve Sanayileşme**, İ.Ü.İ.F, Yay No:498, İstanbul, 1983, s.148.

Bu durumda gelişmekte olan ülkeler yeni gelişen sanayiler için himayeci politikalar uygulamaktadır. Bunda amaç, zayıf sanayilerin dış rekabetten olumsuz yönde etkilenmesi döviz tasarrufu sağlanması ve özellikle tarım kesiminde oluşan sermaye birikiminin yerli sanayilere aktarılmasıdır. Çünkü iktisadi kalkınmanın başlangıç aşamasında geleneksel sektör dediğimiz tarım sektörüne aktarılan kaynaklar sanayileşme açısından büyük rol oynamaktadır. Bu nedenle bir çok iktisatçı iktisadi kalkınmada tarıma önceli k verilmesini savunmaktadır. Ancak tarım sektörünün iktisadi kalkınmaya katkısı göz ardı edilmemekle beraber yapı değişikliği açısından sanayi sektörünün rolünün daha fazla olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü kalkınma, ülkenin ekonomik, toplumsal ve sosyal yapılarını değiştirerek insan yaşamını maddi ve manevi alanda ilerlemesi ve toplum refahının arttırılmasıdır.⁸ Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, kalkınma tüm boyutları ile bir yapı değişikliği anlamına gelmektedir. O halde bu yapı değişikliğini de ancak sanayileşme gerçekleştirmektedir. Çünkü sanayileşme ile birlikte ekonomik etkinliğin artması diğer bütün sektörlerde etkisini olumlu yönde göstermektedir.

Sanayileşme sonucu ortaya çıkan döviz ihtiyaını karşılanabilmesi için üretim yönü dış talebe yönelecek, sosyal değişimin ortaya çıkardığı yeni ihtiyaçlara göre iç talep dikkate alınacaktır. Ekonomideki refahın artması müteşebbislerin ve diğer toplum fertlerini davranış biçimlerini etkileyecektir. Yani anlaşılacağı üzere, sanayileşmenin yarattığı etkiler bakımından dinamik bir özelliğe sahiptir.

Kalkınma ve sanayileşme sürecinde bir çok problemle karşılaşılmaktadır. Her şeyden önce gelişmekte olan ülkelerin sermaye birikimi, kalifiye iş gücü yetersizliği yanında doğal kaynaklarda yeteri kadar işlenememektedir. Bunun yanında tasarruf azlığı, alt yapı yetersizliği ve hizmet sektörünün kurumsallaşmamış olması gibi problemler, sanayileşmeyi engelleyen sebepler olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer taraftan sanayileşmede yapı bozukluğu olarak ortaya çıkan “sosyal” engellerde mevcuttur. Bunlar nüfusun fazla oluşu ve gelir seviyesinin düşük olması gibi hızlı nüfus artışının beraberinde

⁸ Akın İlkin, a.g.e., s.148.

getirdiği problemlerdir. Bu sebeple de iktisadi kalkınma açısından önemli bir yük oluşturmaktadır.

Sonuç olarak diyebiliriz ki, dinamik bir kavram olarak sanayileşme ile birlikte bir yapı değişikliği sağlanmakta bu da etkisini tüm sektörlerde göstermektedir. Ekonominin tümünde olumlu yönde ortaya çıkan bu gelişmeler iktisadi kalkınmayı oluşturmaktadır. Yani sanayileşmeye bağlı olarak iktisadi kalkınmada sağlanmaktadır.

1.2. Turizmin Tanımı

Turizm kelimesinin Latince’de dönmek ve geri dönmek anlamına gelen “Tornus” kökünden türetildiği söylenmektedir. Türkçe’imizde de kullanılan “Tornitan” kelimesi aynı köke dayanmaktadır; turizmle ilgili olarak “Geri Dönmek” anlamını taşımaktadır. Turizm kelimesinin kökünü oluşturan “Tur” sözcüğü; gezmek görmek, dolaşma, bir yerde gezmeye başlayarak, tekrar aynı yere dönmek anlamına gelmektedir.

Öznesini “insanın” teşkil ettiği turizm⁹ ilk tanımlanmaya çalışıldığı yıllarda, belli kriterler üzerine inşa edilmiş, turizm olayının ilk aşamada en önemli iki boyutu “seyahat” ve “konaklama” olarak kabul edilmiştir. İnsan hayatındaki dinamik yapı, turizm olayının zaman içinde, bugün kabul ettiğimiz turizm tanımlarına gelinceye değin, sürekli değişerek tanımlanmasına sebep olmuştur¹⁰. Bu tanımlar, turizmin çok yönlü bir olay olduğunu fark edildiği ölçüde değişmiş ve kapsamına sürekli yeni boyutlar ilave edilerek, turizmin toplum hayatında arz ettiği önem, genellikle önemli olduğu yönü ile tanımlanmasına sebep olmuştur. Yani turizm ulaştırma yönü ile alan “nominal tanımlar”, ekonomik yönü ile alan “ekonomik yönlü” tanımlar, ziyaret edilen yörede meydana getirdiği etki ve ilişkiler bakımından alan “üniversel tanımlar” uluslar arası turizm tanımlarının birliğinin turizmi bilimsel açıdan belirlemek üzere yaptığı tanımlar gibi.

⁹ Tunca Toskay, Turizm, **Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Der Yayınları İstanbul, 1989.

¹⁰ Tunca Toskay, a.g.e, s. 19.

Modern anlamda turizm; ticaret, endüstri ve küçük sanatların gelişmesi ulaştırmanın kolaylaştırılması üzerine, özellikle halkların ve toplumsal sınıfların daha çok kaynaşmasının sonucundaki dinlenme, hava değişikliği ihtiyacı ve çevre güzelliğine uyanan eğilim, doğadan zevk almaya dayanan yakın zamanların bir olayıdır.

Prof. Dr. Tunca Toskay turizmi; “İnsanların devamlı ikamet ettikleri ve her zaman olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki genellikle turizm işletmecilerinin ürettiği ve mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür” şeklinde tanımlanmaktadır.

Turizmi bugünkü tanımıyla ele alırsak; insanların devamlı olarak yaşadıkları yerleri, çeşitli amaçlarla terk ederek, seyahat ettikleri yörelerdeki turizm işletmelerinin üretmiş olduğu mal ve hizmetleri talep ederek geçici konaklamalardan doğan olay ve ilişkiler bütünüdür.

Yukarıdaki tanımlardan şu sonuçları çıkartabiliriz;

- Devamlı ikamet edilen yerlerin dışına seyahat etmek, yani insanların devamlı olarak yaşadıkları yerleri geçici olarak terk etmeli ve seyahatlerin bitiminde aynı yere geri dönme amacını taşımalıdır,

- Genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmek, yani insanlar seyahat ettikleri yörelerde turizm işletmelerinin üretmiş olduğu turistik ürünleri satın almaları ve tüketim olayına katılmaları,

- Geçici konaklama,

- Seyahat, dinlenmek, gezmek-görmek, eğlenmek, dost ve akrabalarını ziyaret etmek, seminerlere katılmak, dini olarak kutsal sayılan yerleri ziyaret etmek, spor, sanat ve kültürel etkinliklere katılmak amacıyla yapılmalıdır,

- Seyahat serbest bir ortam içinde yapılmalı, seyahat eden kişi gideceği yeri, seyahat aracını, konaklama yerini kendisi özgürce seçebilmeli ve seyahat ettiği yörede en az 24 saat kalabilmelidir,

- Turizm sadece seyahat ve konaklamadan oluşan bir faaliyet değildir; seyahat eden insanlar gittiği yöredeki toplumun yaşayışlarını, gelenek ve göreneklerini tanıyabilmeli ve oradaki toplumla kaynaşarak, sonuçta turizm sosyal bir olaya dönüşebilmelidir,

- Turizm, seyahat eden insanların seyahatteki başlangıcından sonuna kadar tüm gereksinimlerine cevap veren organizasyonları da kapsamaktadır.

Turizmin iç yapısındaki değişmeden doğan gelişme incelendiğinde, turistik hareketleri aristokratik turizmden sosyal turizme, kişisel turizmden kitle turizmine doğru bir gelişme gösterdiği izlenir. Turizmi iç yapısındaki değişmeden doğan bu gelişme, turistik ihtiyaçlara cevap veren kuruluş ve vasıtalarda da önemli değişikliklere yol açmıştır. Aristokratik turizmin yarattığı lüks palasların yerini, daha düşük gelir grubundaki turistlerin yararlanabileceği kitle turizmine cevap veren konaklama tesisleri almış ve turizmdeki bu yapısal değişimi gören ülkeler, turistik kalkınmalarını yeni teknolojiler uygulayarak mümkün olan kısa süre içinde tamamlama çabasına girmiştir. Gerek seyahat eden insan sayısının ve turistik tüketim harcamalarının, gerekse bu hareketi organize eden kuruluşların belli büyüklüklere ulaşmasına ve tatil geçirilen sosyal ve ekonomik düzenin etkilenmesine neden olan turizm, günümüzde parasal ve kitlesel bir olay haline gelmesini değişik faktörlere borçludur.

Turizm olayının çok boyutlu oluşu ve diğer faaliyet sahaları ile olan karmaşık ilişkisi, konunun her yönünü kavrayacak anlamlı bir tanım yapması zorlaştırmaktadır. Nitekim, günümüze kadar yapılan tanımlar “belli bir durumu anlatmak ve o anda ortaya çıkan problemi arz etmek amacına yöneliktir”¹¹. Bu durum turizmin bir bilim dalı olarak

¹¹ Robert W. Mc. Intoch, R. Gcelener, **Turizm İlkeleri Uygulamalar Felsefeleri** (Çeviri: Fatma Aylin Mutlu), İstanbul, 1987.s.3.

gelişmesini geciktirir ve özellikle 20. Yüzyılın ikinci yarısında dikkatle ele alınan bir bilim dalı olmasına sebep olmuştur.

1.2.1. Turizmin Tarihsel Gelişimi

Turistik amaçlarla, kişilerin bir yerden başka bir yere gitmelerinin çok eski bir geçmişi vardır. M.Ö. 4000 yıllarında, ticari amaç yanında, turistik özellikler taşıyan yolculukların yapıldığı bilinmektedir.

İlk çağlarda turizmle ilgili en önemli gelişme, M.Ö. 335’de Büyük İskender’le başlamıştır. Büyük İskender’in yönetimi altında huzur, emniyet ve güvenliğin sağlanmasıyla, bugünkü Efes yöresine bir mevsimde yedi yüz binden fazla turistin geldiği bilinmektedir¹².

Bugünkü anlamıyla turizm olayını başlatan ilk insanların merak, eğlenme tedavi ve kültürel faktörlerin etkisi altında kaldıkları söylenebilir. Bu şekilde, turizm olayını başlatanların Romalılar olduğu tarih kayıtlarından anlaşılmaktadır. İlk çağlarda üstün bir uygarlığa sahip, refah seviyesi en yüksek insanlar olarak kabul edilen Romalılar, sahip oldukları yol şebekeleri ile taşıma olanakları ile, kaplıcalara, içmelere, doğal ve tarihi zenginliklere sahip bölgelere gitmişlerdir. Böylece, Romalılar merak, dinlenme, kültür, tedavi ve spor turizmini gerçekleştiren ilk turist sıfatını kazanan insanlar olmuşlardır¹³. Öte yandan, eski Romalılar, Mısır’daki piramitleri ve tapınakları, dini bir özellik taşıyan olimpiyat oyunlarını görmek için, uzun yolculuklar yapmışlardır. Ayrıca Romalıların, bayram, festival ve diğer kültürel etkinliklerine katılmak için de Yunanistan ve Anadolu’ya geçtikleri bilinmektedir¹⁴.

Beşinci yüzyılda Roma İmparatorluğunun parçalanmasıyla, bu tarihe kadar önemli gelişmeler gösteren, zevk, eğlence ve sağlık turizminde duraklama dönemi başlamıştır. Çağa damgasını vuran felsefi ve dini fikirlerin gelişimi, turistik faaliyetlere

¹² Ak İktisat Ansiklopedisi, a.g.k., s. 914.

¹³ Ak İktisat Ansiklopedisi, s. 914.

¹⁴ Orhan Dikmen ve Diğerleri, “Türkiye’de Turizmin Geliştirilmesi”, İktisadi Araştırmalar, İstanbul 1965, s:4.

yepyeni bir boyut kazandırmıştır. Dini merkezlere yapılan toplu ziyaretler, ibadet ağırlıklı, merak ve kültürel güdülerle insanların uzun yolculuklara çıkmalarına neden olmuştur. Bunun sonucu olarak yeni turizm merkezleri oluşmuştur.

Hristiyanlıkla beraber gelişen papaz ve misyoner turizmi, haçlı savaşlarıyla, kitle turizmi şekline dönüşmüştür. Bütün bu olaylar, Avrupa, Kudüs ve Anadolu arasında turistik bağları kuvvetlendirmiş, turizmin ekonomisi ve işletmeciliği açısından olumlu gelişmelere neden olmuştur¹⁵.

İslamiyet'in doğuşu ve farz olarak kabul edilen "Kabe" ziyaretleri, turizmin hareketlerinin, dini faktörlerin etkisi ile gelişimini hızlandırmıştır.

Rönesans'ın etkisiyle XV. yy'dan itibaren, mistik felsefe yıkılmış, doğa, insan ve kültürel varlıklar yeni bir yaklaşımla değerlendirilmiştir. Bundan sonra, özellikle, dinlenme ve kültür turizm yeniden önem kazanmıştır. Devrin, İtalyası Rönesans'ın merkezi olduğundan en önemli turizm yöresi haline gelmiştir.

Sanayi devrimi, toplumların sosyal ve kültürel yapısında önemli değişikliklere neden olmuştur. Bunun sonucu olarak turizm hareketlerinde de değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişimin nedenleri şu şekilde özetlenebilir¹⁶.

1. Büyük ve güçlü ulaşım araçları, turizmin gelişmesi için uygun bir ortam hazırlamıştır.

2. Büyük şehirlerin oluşması, nüfus yoğunluğunun artması, tatil ve seyahati gereksinim haline getirmiştir.

Thomas Cook, kitle turizmine doğru ilk adımı atan seyahat organizatörüdür. 19. yy'ın sonlarına doğru, işçilere daha iyi çalışma ortamı yanında, ücretli tatil hakkı da tanınmıştır. Çalışanların yılda bir defa ücretlerini de alarak tatil yapmalarının sağlanması,

¹⁵ Ergun Göksan, "Turizm Ekonomisi ve İşletmeciliği", Ege Üniversitesi, İzmir, 1968, s. 3.

turizme yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu gelişmeler sonucu 20. yy. başlarında turizm olayı sosyalleştirilerek daha geniş bir topluluğa mal edilmiştir. Bunun sonucu olarak turizm yeni fonksiyonlar yüklenmiştir.

Liberal ekonomik sistem, turizmin gelişmesinde etkili olmuştur. Birinci Dünya Savaşı sonrası devletçilik politikası, turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemiştir. Savaş sonrasında özel sektörün yetersizliği, turizm sektöründe de devletin yardımının gerektirmişti¹⁷. 1950'li yıllarda turizm endüstrisi gerçek anlamda kitle turizmi ile birlikte yapı değiştirmeye başlamıştır. Kitle turizmiyle birlikte konaklama tesislerinde büyük artışlar sağlanmıştır. Kitle turizminin en önemli nedenlerinden biri ise, uçakla yolculuğun ucuzlamasıdır¹⁸.

Günümüzde turizm çok çeşitli amaçlarla ve hemen hemen bütün gelir grupları tarafından yapılmaktadır. Kişi başına milli gelirin artması, gelir dağılımının adaletli hale gelmesi, iş veriminin yükselmesi ve çalışma zamanını kısaltması, ücretli izin ve tatilin yaygınlaşması, ulaştırma sektörünün güvenlik, hızlilik ve ekonomiklik açılarından geliş vb. nedenler, turizmin gelişimini hızlandırmaktadır¹⁹.

Turizmle ilgili olarak son otuz yıldır gözlenen gelişmeler, baş döndürücüdür.

1.2.2. Turist Kavramı

Turizmin öneminin giderek artması, özellikle bazı ülkelerin ekonomilerinde büyük bir ağırlık kazanması ve her yıl geniş kitlelerin uzun mesafeler aşarak seyahat etmeleri, turist tanımlaması ihtiyacının duyulmasına sebep olmuştur. Turizm olayının

¹⁶ Ali Ceylan-Ahmet İpekyün, "Turizmin Türkiye ve Bursa Ekonomisindeki Yeri", Bursa Sanayi ve Tic. Odası, Yayın no:520, Ankara 1994, s:4.

¹⁷ Tunay Akoğlu, **Turizm Politikası Anahtarı**, Ankara, 1967, s. 16.

¹⁸ Nobert Spichtinger, "Dünya Konaklama Endüstrisinde Yenilikler" Otel Yönetimi Semineri, tebliğ, 21-24 , İstanbul, 1984, s. 1.

¹⁹ Tunca Toskay, "Turizm" Otel Yönetimi Semineri", Tebliğ 21-24 Şubat, 1984, İstanbul, s. 2.

kapsamını rakamlarla ifade edebilmek için önce turistin kim olduğunu bilmek, onu tanımlamak gerekir²⁰.

İlk turist tanımı 1937 yılında Milletler Cemiyeti İstatistik uzmanları komitesi tarafından yapılmıştır. 1963 yılına kadar OECD Turizm Komitesi üye ülkedeki bu tanımın benimsenmesini tavsiye etmiştir. Bu tanıma göre turist; Devamlı yaşadığı yöre dışında, herhangi bir ülkeyi 24 saatten az olmayan bir süre için ziyaret eden kimseye denir.

O halde turist kimdir sorusuna cevap olarak aşağıdakiler verilebilir:

- Merak, dinlenmek, eğlenmek gezmek-görmek amacıyla seyahat edenler,
- Hiç amaçsız seyahat edenler,
- Bilimsel, dini, diplomatik, idari ve sportif amaçlarla seyahat edenler veya bu tür toplantılara katılmak amacıyla seyahat edenler,
- Aile, dost ve akraba ziyareti gibi nedenlerle seyahat edenler, gitmiş oldukları ülkede en az 24 saat kalarak, turizm işletmelerinin üretmiş oldukları mal ve hizmetleri talep etmeleri koşulu ile turist sayılırlar.

1.2.3. Ekskürsiyonist (Günübirlikçi) Kavramı

Gittiği ülkede 24 saatten daha az kalan geçici ziyaretçilere denir. Yani Ekskürsiyonist;

- Bir ülkeye gemi ile geçen ve aynı gemi ile dönen kurvaziyer yolcuları,
- Karayolu ile bir ülkeyi transit olarak geçenler,
- Gittikleri ülkede konaklama yapmadan, kısa süreli (24 saatten az) tekrar geri dönen gemi ve uçak personeli, günübirlikçi olarak nitelendirilebilir.

²⁰ Mithat Zeki Dinçer, **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1993, s. 8.

1.3. Turizm Sektörü

Teorik olarak, her mal ve hizmetin turizm sektörü tarafından potansiyel ve gerçek amaçla kullanıldığı kabul edildiğinden, turizm sektörünü ekonominin diğer sektörlerinden soyutlamak mümkün değildir. Diğer bir ifade ile turizm sektörü “tüm ekonomik faaliyet dallarının sektörlerle göre uluslararası tip sınıflaması” kapsamında tanımlanabilen ve yalnız başına var olan bir üretim alanı değildir²¹.

Turizm sektörü kesin bir şekilde tanımlanamamakla beraber, sektörün kapsamına, üretiminin tamamı veya önemli bir kısmı yabancı ve yerli turistler tarafından tüketilen mal ve hizmet üretim ve bu üretim ile ilgili sınai ve ticari faaliyetlerin girdiği söylenebilir²².

Turizm sektörünün bir başka tanımı da şöyledir: “Turizm sektörü; ulusal ve uluslararası düzeyde turizm kavram tanımlarındaki fonksiyonları, hizmetler sektöründen geniş ölçüde, tarım ve sanayi sektörlerinden belli ölçülerde yararlanarak yerine getiren, girişimlerin, serbest malları da değerlendiren bir turizm endüstrisi oluşturmak için genel ekonominin belli bir kesiminde ortaya çıkan yatırım, önlem, planlama ve uygulama faaliyetlerinin bütünüdür²³.”

Turizm sektörü bir ekonomik faaliyet olarak yabancıların ziyaretlerinden doğan faydaya yönelmiştir. Bu sektör, ürünü tüketiciye götürmek yerine, tüketiciyi üretim yerine getirmektedir. Tüketici, ulaştırılması mümkün olmayan mallardan yararlanmak istediği için bu yol kat etmektedir. Hava, dağlar, iklim gibi şimdiye kadar yararlanılmayan unsurları turizm sektörü ekonomik mallara dönüştürmektedir. Nasıl bir ihracata yönelik bir ticaret, kendisi için devamlılık gösteren bir ticaret, kendisi için devamlılık gösteren bir sürüm alanı bulunduğu sağlam kabul ediliyorsa, aynı şekilde turizm sektörünün

²¹ Hasan Olalı-Alp Timur, *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*, İzmir, Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti, İzmir 1986, s. 11.

²² Olalı-Timur, a.g.e., s. 12.

²³ Olalı-Timur, a.g.e., s. 12.

rasyonel olarak nitelendirilebilmesi, mevcut tüketicileri düşüncesizce sömürme yerine, her yıl artan bir kitleyi istikrarlı olarak kendine çekmeyi amaç edinmesi ile mümkündür.

Devlet Planlama Teşkilatı, İktisadi Planlama Dairesi Sektör Programları Şubesi, turizm sektörünü “Türkiye’ye gelen yabancı sayısını ve turizm gelirlerini arttırmak, iç turizm hareketlerini geliştirmek ve yurt dışına çıkan vatandaşların seyahatlerini düzenlemekle ilgili tüm faaliyetler” şeklinde tanımlamaktadır²⁴. Söz konusu Faaliyetler, turizm ile ilgili yatırım, planlama ve uygulama faaliyetlerdir.

Tanımlar incelendiğinde, turizm sektörü ile ilgili üç temel amaç ortaya çıkar.

Birinci amaç; dış turizm gelirleri ile ülkenin ihtiyacı olan dövizin bir bölümünün, kısa zamanda sağlanması,

İkinci amaç; Ülkenin çalışan ve üreten insanların tatil ihtiyacının karşılanması,

Üçüncü amaç; Turizm sektöründe diğer sektörlerle uyum, planlı bir gelişimin sağlanmasıdır.

Turizm sektörünün tanımının daha geniş kapsamlı yapılması gerekir. Bu durumda turizm sektörü, ulusal ve uluslararası düzeyde turizm kavramı tanımlarındaki fonksiyonları hizmetler sektöründe geniş ölçüde, tarım ve sanayi sektörlerinde belli ölçüde yararlanarak yerine getiren girişimciler, serbest malları da değerlendiren bir turizm endüstrisi oluşturmak için genel ekonominin belli kesiminde ortaya çıkan yatırım, önlem, planlama ve uygulama faaliyetlerinin bütünü şeklinde tanımlanabilir.

Yapılan tanımlardan da anlaşılacağı gibi, turizm sektörünün sınırlarını kesin olarak belirlemek imkansızdır. Çünkü turizm sektörü diğer sektörlerden farklı bir sektör kesitinden oluşmaktadır. Bununla başlıca sebebi, turizm olayının çok yönlü ve karmaşık bir yapıya sahip olması.

²⁴ DPT, İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. “**Turizm İktisat Raporu (68/72)**”, İktisadi Planlama Dairesi Teşkilatı, Ankara, 1968.

1.3.1. Turizm Sektörünün Özellikleri

a-Turizmin Ürün Özelliği: Turizmin tanımından hareketle, insanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışına seyahatleri, konaklamaları, turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetleri satın almaları ve tekrar daimi ikametgahlarına dönmelerine kadar geçen süre içinde birbirlerinden farklı çok sayıda mal ve hizmetli talep edeceklerini söylemek mümkündür. Bu durum, turizmde hizmeti tanımlaması ve hizmetin özelliklerini genel hatlarıyla ortaya koymayı gerektirmektedir.

Genel olarak turist ürün için, satın alınan mal ve hizmetlerin karışımı ve turistlerin gittikleri yerde orada kalmalarını sağlamak için faydalandıkları her çeşitte hizmet demektir²⁵. Turizmin insan hayatında taşıdığı önem ve ekonomik kalkınmaya müspet katkıları bahsedilen mal hizmetleri mümkün olduğu ölçüde tanımlamanın ve özelliklerinin belirlemenin zorunluluğu hususunun ölçüsünü teşkil etmektedir. Turist ürününün satılması sonucu elde edilecek gelirin büyüklüğü, sektörün ekonomik kalkınmaya müspet katkısını arttıracığında, ürünün mevcut haliyle tanınması ve ne ölçüde çeşitlendirileceğinin ve farklılaştırılabileceğinin bilinmesi son derece önemlidir. Turist ürün konusunda yapılan çeşitli tanımlar, ürünü belirlemenin kolay bir iş olmadığını ortaya koymaktadır. “Toplam turist ürünü cazibe, faydalılık ve kolay elde edilebilirlik faktörlerinin bir kombinasyonudur²⁶. Bu tanımda belirtilen büyük zorluk turistik potansiyel ile ilgilidir. Turizm için elverişli tabii şartlar ülkenin turizm potansiyelini oluşturmaktadır. Tabii şartların büyük ölçüde izafi olması, toplam turist ürünü içindeki ağırlığını tespit etmeyi zor hale getirmektedir. Tanım daha çok faydalılık ve kolay elde edilebilirlik faktörlerinin önemine dikkat çekmektedir. Mevcut cazibenin turistik ürün haline gelebilmesi büyük ölçüde, faydalılığı ve kolay elde edilebilirliği sağlayacak mal ve hizmetlerin geliştirilmesine bağlıdır. Bu durum, toplam turist ürününü meydana getiren halkaların başlangıçta birbirinden bağımsız görünseler de aslında birbirlerinin tamamlayıcısı olduklarını ortaya koymaktadır.

Bu açıklamalardan sonra, turist ürününün özelliklerini şu başlıklar altında ifade edebiliriz²⁷.

1. Turist ürünü, ulaştırma, konaklama, yeme-içme ve diğer birçok servisin birleşimidir,

2. Turizmde, turistlerin ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer birçok ihtiyaç servislerini birleştirerek kendi nihai ürünlerini kendilerini oluşturması ve aralarındaki bağlantıyı organize etmeleri tabiidir,

3. Her turist için standart bir mal-hizmet paket hazırlanmasa bile ihtiyaç ve arzularındaki ferdi farklılıklar nedeniyle her turist standart paketi bazı yönlerden eksik görecektir ve farklı ilaveler yapmak isteyeceklerdir. Yani burada turist üründe farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır,

4. Her turist için söz konusu olan nihai turist ürününün birbirinden farklı bir birleşim arz etmesi sebebiyle, bir turist için bir turist ürününden bahsetmek mümkün olur, ancak, herkes bakımından kabul edilebilecek bir turist ürününden bahsetmek mümkün olmayacaktır,

5. Turist ürünün mal ve hizmet birleşimlerinden meydana geldiğini biliyoruz. Ancak, turist tarafından kullanılan bir çok malın turizm ürünü içinde yer aldığını ayrı bir özellik belirtmek gerekmektedir,

6. Turizm esas itibarıyla soyut özelliklere sahip bir hizmet endüstrisidir. Yani somut olarak bir mal üretimi söz konusu değildir. Bu durum turizmle diğer sahalar arasındaki önemli bir farklılıktır. Bu farklılığın büyük bölümü hizmetlerin büyük ölçüde emek yoğunluğu ile gerçekleşmesidir,

²⁵ Münir Kutluata, “Turizm Pazarlaması ve Turizmde Aracı Kuruluşlar”,(Basılmamış Doktora. Tezi), İ.Ü.İ.F. İstanbul, 1977, s. 83.

²⁶ Münir Kutluata, a.g.e., s. 88

²⁷ Münir Kutluata, a.g.e., s. 91.

7. Diğer endüstrilerde üretimi söz konusu nispi ürünler depolama imkanına sahiptirler. Fakat, turizmde üretim turistin tüketime hazır olduğu anda gerçekleştiriliyor olması, turizm endüstrisinde ürünün depolaması imkanını ortadan kaldırmaktadır,

8. Turist ürünün özellikle ulaştırma araçları ve otel odaları gibi sabit yatırım ağırlıklı kısmı her an tüketime hazır haldedir. Bunlarda meydana gelecek boşluk ürünün hor kullanıldığı, zayıf olduğu şekilde kabul edilmektedir,

9. Çoğu nispi ürünü dağıtım kanalları yardımı ile, nispi tüketicinin daimi ikametgahına kadar götürmek mümkündür. Fakat turizmde böyle bir durum söz konusu değildir. Turizm bulunduğu bölgede hizmet verir,

10. Özellikle grup turlarda, turist, daha sonra faydalanacağı tüketeceği mal ve hizmetler için peşin ödeme yapmaktadır,

11. Turist ürününü üretecek özel teşebbüslerin yatırımları kamu hizmetleri ve altyapı ile ilgilidir. Bu durumda kamunun yapmak zorunda olduğu veya gerçekleştireceği faaliyetler arasında tanımlanmış alanlarda meydana gelecek aksaklık ve eksiklikler, iyi bir turist ürünü oluşturmuş gayretlerini başarısını zayıflatacaktır.

Turizm sektöründe ekonomide maksimum olumlu katkı sağlamak gayesi, en iyi turist ürünü paketini oluşturmak, satmak ve bu yolla sağlanan girdileri azami hale getirmek ile mümkün olacaktır. Bu sebeple, ürünü meydana getirecek farklı iletişim birimlerin ve makro planlayıcıların kombine bir çalışma içinde olmaları ve ana prensipleri taviz vermemeleri bir zarurettir. Bu durum en basit ifadeyle, yatırımlar yapmak, üst yapısı temin etmek, kontrol ve koordine etmek şeklinde özetlenebilir.

b-Turizmin Görünmeyen İhracat Olma Özelliği: İhracat, bir ülkenin ürettiği malların diğer ülkelerdeki alıcılara satılması işlemidir. Diğer bir deyişle ülke içinde üretilen malların dış ülkelere satılmasıdır. İhracatı tanımlayan bu ifadeler daha çok mal ihracatını tanımlamak amacıyla kullanılmakta ve mal ihracatında fiziki bir hareketin olduğunu ortaya koymaktadır.

Turizm ihracatında, tüketimin üretimin yapıldığı yerde gerçekleşiyor olması önemlidir. Toplam turist ürünü bir takım mal ve hizmetlerin birleşimi olması, nispî bir mal durumunda fiziki hareketliliği engelleyen önemli bir husustur. Ancak, mal ile, turizm amaçlı tüketim arasında döviz açısından büyük farklılık yoktur²⁸. Çünkü, turizmde yabancılara bazı mal ve hizmetlerin satılması söz konusudur. Bu yolla, turistik tüketime ödenen bedelle de döviz akımı sağlamaktadır. Turizm ihracatının, özellikle görünmez ihracat olarak kabulü bu sebeptir. Ayrıca fiziki olarak ihracı mümkün olmayan bir takım değerler, turizm yoluyla döviz kaynağı haline gelmekte ve özellikle tabii ve kültürel bir takım varlıklar değerlendirilmiş olmaktadır.

İhracat işleminde, ihraç edilen malın bedelini önceden bilmek mümkündür. Turizm yoluyla yapılan satışlarda tam bir belirleme yapmak mümkün değildir. Özellikle paket turizm gelişmesi bu konudaki belirliliği artırıcı yönde etki etmiştir. Fakat, toplam turist ürününe sonradan yapılacak ilavelerin tahmin edilemiyor olması belirsizliği devam ettirmektedir. Çünkü, turizm yoluyla yapılan ihracatta turistler ziyaret ettikleri memleketlerin perakendeci fiyatları ile yaptıkları alışverişleri önemli bir yer tutmaktadır. Bu tür ilave harcamalarda, doğrudan veya dolaylı olarak dövizle yapılmaktadır²⁹.

Turizm bakımından genel bir değerlendirme yapacak olursak; turizmde tüketici, turizm ürününü üretim yapıldığı yerde bizzat kendisi almak durumundadır. Bunun sonucu olarak turist alan ülke, taşıma ve benzeri maliyetler kullanmaksızın perakende fiyatlarla ülke sınırları içinde ihracat yapmış olmaktadır.

Turizm yoluyla satışların görünmeyen ihracat olarak anılması, fiziki hareketin veya hareketsizliğin normal ihracattan gösterdiği farklılık sebebiyledir. Ayrıca turizmin ek ihracat olma özelliğinde kısaca değinecek olursak; turistlerin ziyaret ettikleri ülkelerden beraberinde kendi ülkelerine götürmek üzere aldıkları eşyalar bu ifade kapsamında ele alınmaktadır. İktisadi refah, fert başına düşen gelir ve buna paralel olarak turizm harcamalarına tahsis edilecek pay arttıkça bahsettiğimiz harcamalarda artacaktır.

²⁸ Hasan Olalı, **Turizm Teorisi ve Politikası**, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir.

Turizmin görünmeyen ihracat olması yanında, görünmeyen ithalat olma özelliği de mevcuttur. Bu konu üzerinde de kısaca durursak, turist alan bir ülke açısından ihracat özelliği arz eden durum, turist gönderen ülke açısından ithalat özelliği taşımaktadır. Zira ithal en genel ifadesi ile yabancı kökenli mal ve hizmetlerin alınmasıdır. Mal ve hizmetlerin alınması doğrudan veya dolaylı olarak dövizle gerçekleşeceğinden, döviz olarak bir maliyet söz konusudur. Konaklama işletmelerinde otomasyona imkan verecek uygulamalar bunların makine ve program destekleri, know-how ve işletmecilik bilgileri de bu turizm ithalatının ayrı bir yönünü oluşturmaktadır.

c- Turizm Sektöründe Sabit Sermaye Yoğunluğu: Turizm alanında yapılan yatırımlar sonucu oluşan tesisler büyük ölçüde arsa, bina ve teçhizat üçlüsüne dayanmaktadır. Bu sebeple sabit sermaye yoğunluğu oldukça fazladır. Yani turizm sektörünün oluşmasında sabit sermaye yoğunluğu turizmin temel taşlarını oluşturmaktadır. Örneğin, turizm sektöründe bir konaklama tesisinin inşasında yatırım harcamaları (arsa hariç) şu şekildedir³⁰.

Tablo: 1- Bir Konaklama Tesisinin İnşaatında Gerekli Yatırım Harcamalarının Dağılımı

Harcama türü	%
İnşaat	45-50
Tesisat	20-25
Mefruşat ve Teçhizat	15-18
Proje	5-7
Beklenmeyen Giderler	3-4

Kaynak: Hasan Olalı- Alp Timur, Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, s.115, 1986 İst.

Bu durum, tesisler hizmete girmeden önce yatırımcı tarafından gerçekleştirilebilecek ve finanse edilebilecek bölümün, toplam yatırım tutarı içindeki

²⁹ Selahattin Çoruh, “Genel Turizm Bilgisi”, Ankara 1988, 15-16.

³⁰ Hasan Olalı-Alp-Timur, a.g.e s. 114.

payını artırmaktadır. Yatırımcı yatırım kararı ile ilgili çalışmalarında bu hususu dikkate almak zorundadır.

Tablo 2’de görüleceği gibi, turizm sektöründe sabit sermaye yoğunluğu oldukça fazladır. Bu durum sermayenin rantabilitesi ve sermayenin dönüş hızı (yıllık ciro/sermaye) bakımından önemlidir. Bu sebeple, rantabilite değerlendirilmesinde³¹ turizm yatırımını diğer yatırımlardan ayrı tutulmaktadır. Tablo 1’de görüldüğü üzere konaklama tesislerinin inşaatında yatırım harcamaları içinde en fazla payı inşaat almaktadır.

Tablo: 2- Endüstriler İtibariyle Sabit Sermaye Yoğunluğu

Endüstriler	Sabit Sermaye
Madde işletmeleri	64
Demir-Çelik	50
Kimya	42
Makine imalat	39
Dokuma	41
Otelcilik	
Otel Binasının sahibi işletmeci ise	94
İşletme Kira ile tutulmuş ise	58

Kaynak: D.P.T. Planlama Dergisi, sayı 90, s. 22

d- Turizm Sektöründe Emek Yoğunluğu: Turizm işletmeleri hizmet üreten işletmeler olduğundan faaliyetlerin hemen hemen tamamına yakın bir kısmı insan unsuru tarafından gerçekleştirilmektedir. İşletmelerin emek yoğunluğunu azaltmayı amaçlayan çabaları bu alana yansıtılamamaktadır. Çünkü turizm işletmeleri bazı özellikleri sebebiyle buna izin vermemektedir. Genelde hizmetlerde yüz yüze ilişkiler söz konusu olduğundan ve faaliyetlerin büyük bir bölümü ilişkiler zincirinden oluştuğundan, emeğin yerine ikame edilecek unsurlar azdır. Son yıllarda bilgisayar kullanımının büyük ölçüde yaygınlaşması

³¹ Selahattin Kuru, “Otelier İçin Bilgisayar Sistemi Seerirken İşlenecek Yol” (tebliğ), Tuguv’in Düzenlediği Turizm Sektörü, Bilgisayar Semineri, İstanbul.

turizm sektöründe de etkide bulunmuş ve konaklama tesislerinde oldukça geniş bir kullanım alanı bulunmuştur. Bu durumu şu şekilde özetlemek mümkündür;

Ön büro: Rezervasyon, kayıt oda idaresi, müşteri hesabının çıkartılması, müşteri hesaplarının gece derlemesi, telefon, müşteri mesaj servisi vb.

Yiyecek ve içecek bölümü: Menü analizi, kontrolü satış analizi, masa rezervasyonu, günlük kar zarar hesabı

Arka Büro: Muhasebe, Bordro, hasılat kaydı, personel kaydı.

Diğer Fonksiyonlar: Enerji kontrolü, mühendislik iş takibi, salon rezervasyonu, kelime işlemi.

Gördüğümüz gibi bu alanlarda bilgisayarın konaklama sektöründe nedenli geniş bir kullanım alanına sahip olduğunu açıkça göstermektedir. Ayrıca bu alanlarda otomasyona gitmek operasyon takibine ve hizmet kalitesinde verimi arttırıcı yönde etki edecektir.

Bu durum otomasyon imkanlarının turizm sektöründe emek yoğunluğunu ne derece etkileyeceği veya emeği ikame edecek unsurların ne ölçüde kullanım alanı bulacağı hususunu açıklamaktan çok, emek yoğunluğunun önemli bir özellik olduğunu belirtmek açısından önemlidir.

Turizm işletmelerinde çalışan personel şu şekilde gruplandırabiliriz:

- a. İdari personel,
- b. Direk hizmet üreten personel,
- c. Yardımcı hizmet personeli,
- d. Mevsimlik personel.

Bu personelden büyük bölümünün tesisteki konaklama, yeme-içme imkanlarından yararlandığı ve işletmelerin büyük bir bölümünün mevsimlik olma özelliği dikkate alınır, istihdam konusunun oldukça önemli olduğu görülecektir. Bu durum, personel istihdamını kısıtlayıcı bir takım tedbirleri uygulamak ve bu yolla personel giderlerinden tasarruf sağlama sonucu verimliliği artırmaya yönelik çabaların başarı şansı konusunda belirsizlik olduğu sonucunu doğurmaktadır. Turizm sektöründe emek yoğunluğu, turizmin meydana getirdiği istihdam etkisinden ayrı düşünülmelidir. Turizm ekonomik etkileri içinde istihdama olan katkısı ayrıca ele alınacaktır. Burada amacımız, turizm sektöründe üretilen ürünün insan unsuruna ne ölçüde bağımlı olduğunu ve turizmde emeği önemini belirtmektedir. Netice olarak, emek yoğun, sermaye yoğun yatırım ayırımı mantığından hareketle, turizm yatırımlarının yatırım döneminde sermaye, işletme döneminde ise emek yoğun olduğu konusunu ön plana çıkarmaktadır.

1.4. Turizm Talebi

Turizm talebinden önce talebi kısaca tanımlarsak, bir malın talebi o mala karşı bir gereksinim bir arzu demektir. Talep, belli bir fiyattan bir istekle bir malı satın alma kabiliyetinin birleşmesidir³². Tüketicilerin mal ve hizmet üretim taleplerini etkileyen faktörler ise, hane halkının ortalama geliri, zevkte ve tercihler, gelir dağılımı, nüfus ya da alıcının sayısı, fiyat ve gelirler hakkında bekleyişlerdir. Fertler mal veya hizmet üretimine olan talebini belirleyen faktörler ile talep edilen miktar arasındaki ilişki talep fonksiyonu çerçevesinde ele alır.

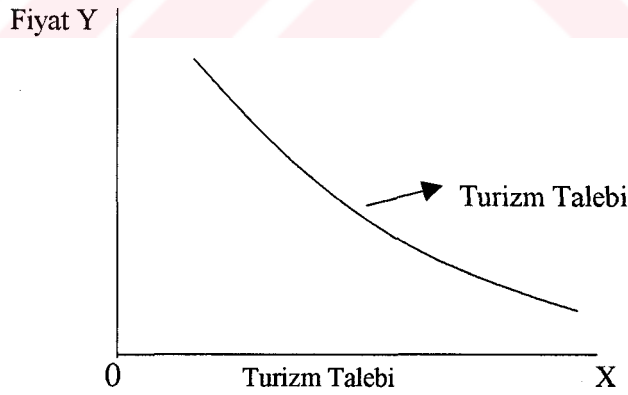
Turizm olayının iktisadi anlamı, üretilen bir mal veya hizmetin tüketiciye satılması ve bu satıştan sağlanan fayda ile ifade edilir. Sektörde üretilen mal ve hizmetler arz, bu mal ve hizmetlerin turistler tarafından satın alınması işlemi ise talep unsurunu ortaya çıkarır. Dolayısıyla turizm hizmeti ve malı, üretimden tüketim safhasına kadar ekonomide, üretim, pazarlama, satış ve tüketim diye belirtilen bazı aşamalardan geçecektir. İlk önce firma seviyesinde üretimin işlemine tabi tutulacak ve verim veya

³² İlker Parasız, *İktisada Giriş Prensipler ve Politikalar*, Ezgi Kitabevi, 3. Baskı, Bursa 1995. s. 36.

Üretilen hizmet meydana çıkacaktır. Turizm sektöründe arz edilen hizmetler diğerk ekonomik sektörlerin ürettiği mal ve hizmetlere benzerler³³. Ama burada turizm hizmetinin, üretim kapsamında ve tketilmesindeki amaçlardan doğan bazı özellikler söz konusudur. Örneğin, turizm hizmeti stok edilemez, çok kısa sürede satılması gerekir, alıcı için ise hizmet çoğu zaman vazgeçilemez bir ihtiyaç değildir. Bu durumun katı bir arz elastikiyeti ve bunun yanında esnek bir talep elastikiyeti ortamı ortaya çıkaracaktır. Dolayısıyla serbest piyasada, pazarlama safhasından turizm hizmetinin fiyatı büyük ölçüde talebe dikte edileceği söylenbilir.

Üretilen mal ve hizmetlerin ihraç olanakları vardır. Dolayısıyla dışa dönük sanayilerin, ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre ekonomilerde yarattıkları etkiler turizm sektörü de dolayısıyla etkileyecektir³⁴. Turizm sektörü her iktisadi sektörde olduğu gibi ekonomide bir katma değer yaratacaktır. Sektörde faaliyet gösteren firmalar diğerk sektörlerden aldıkları ara tüketim malları değerı ile yurt içinde veya dışında satılan veya ihraç olunan hizmetin değerı arasındaki fark katma değer olarak ifade edilebilir³⁵.

şekil: 1-Turizm Talep Eğrisi



şekil 1’de fiyatla ile talep edilen turizm miktarı arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Dikey eksen fiyatı, yatay eksen de miktarı ifade eder. Fiyatla turizm talebi

³³ zen Dalı: **Turizm Talebi ve Gelirleri**, Ajan Türk Matbaacılık, Ankara. s.8.

³⁴ zen Dallı; a.g.e, s. 9.

³⁵ zen Dallı; a.g.e., s. 9.

arasındaki değişmeler birbirine yakın bir biçimde gerçekleştiğinden, talep eğrisi yukarıdaki şekilde karşımıza çıkar.

1.4.1. Turizm Talebinin Özellikleri

Yukarıda turizm talebini açıkladıktan sonra, turizm talebi özellikler üzerinde duracak olursak³⁶.

1. Turistik tüketim otonomdur: Turistik tüketim genel olarak insanların içinde bulundukları durumu değiştirme isteğinden, büyük ölçüde kendilerini motive etmeleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Başka bir deyişle, insanların yeni şeyler keşfetme ihtiyacını ifade eden sosyal davranışlarının sonucudur.

2. Turistik tüketim heteronomdur: İnsanlar çok sayıda motifin etkisi ile seyahate yönlendirilmektedirler ve farklı turizm çeşitlerine farklı şekilde iştirak etmektedir. Farklı amaçlarla katılım, farklı tüketim biçimini de beraberinde getirmektedir. Bu durum katılım amacına uygun ürün bileşim oluşturmak bakımından önemlidir.

3. Turizmde, isteği gerçekleştirmeye imkan verecek satın alma gücü ifadesi, turistik tüketimin kişisel gelirin kullanılması ile ilgili olduğu özelliği göstermektedir. Bu özellik, turiste daima tüketici gözü ile bakılmasının nedenini teşkil etmektedir.

4. Turistik tüketim, kişisel gelirden bu amaca yönelik bir pay ayırma ve ayrılan pay ile satın almayı gerçekleştirmek ile mümkün olacaktır. Bu sebeple, turistik tüketim ve kültürel özellikleri hizmet mallara olan talepte rekabet halindedir. Bu durum, turistik tüketim yerine, diğer tüketim mallarının ikame edilebileceğini göstermektedir.

5. Seyahate katılma amacının farklılık arz etmesi, farklılıkları zaman bakımından da ortaya çıkarmaktadır. Bu sebeple, turistik tüketim mevsimlik bir karakter arz etmektedir.

³⁶ Hasan Olalı, **Turizm Pazarlaması**, E.Ü.İ.ve.Tic. Bil. Fak Yay, İzmir S. 36.

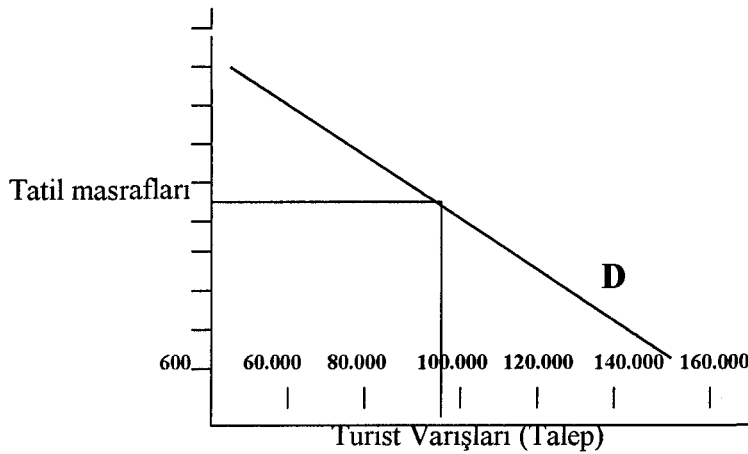
6. Turistik tüketimde ikame imkanlarının geniş olması, turistik tüketim tercihlerine ekonomik, politik ve sosyal faktörlerin etki etmesi, turizm talebine elastiki bir özellik vermektedir. Başka bir ifade ile, talebin değişik faktörlere ve satın almada önemli bir belirleyici olan fiyata karşı reaksiyonu 1'den büyüktür.

1.4.2. Turizmde Talep Esnekliği

Turizm talebi mevsimlik bir karakter taşımakta, lüks ve kültürel özellikteki hizmet ve mallara olan taleple rekabet halinde bulunmaktadır. Turistik tüketimde ikame imkanlarının geniş olması, turistik tüketim tercihlerine ekonomik, politik ve sosyal faktörlerin etki göstermesi, turizm talebine elastiki bir özellik verir³⁷.

Bir turistik mal ya da hizmetin fiyatı yükseldiğinde o mala ya da hizmete olan talep daralır. Bu ilişki, bir talep şeklinde gösterilebilir. Şekil 2'deki varsayıma dayalı bir cazibe merkezi olan seyahate ilişkin talep şeklidir. Dikey ekseninde fiyatlar, yatay ekseninde de talep düzeyi yer almaktadır. Talep eğrisi, belli bir fiyatta talep edilen miktar ne olduğunu belirtmekte, ayrıca her fiyat düzeyinde kazanılan toplam geliri de gösterecek talebin elastikiyeti hakkında fikir verir ki turizm planlamacıları için bu çok önemlidir.

Şekil: 2 -Turizmde Talep Elastikiyeti



³⁷ Hasan Olalı; **Turizm Pazarlaması**, E.İ.İ ve T.B.F. İzmir, s. 35-36.

Kaynak: Robert W. McIntost, Charles R. Goeldner, Tourism Principles, John Wiley and Sons. Inc, New York, s: 228, 1990.

Toplam gelir, talep eğrisinden yararlanılarak belli bir fiyattan satılan turistik ürünü satın alanların miktarıyla çarpımından elde edilir. Şekil 2'deki örneğimizde bir tatil maliyetinin 1100 \$ olduğunu varsayalım, bu fiyat karşısında turistik yöreye olan talep miktarı 90.000 varıştır. Bu fiyatta toplam gelir, $90.000 * 1100 \$ = 99.000.000$ olacaktır.

Talep Miktarı ve Fiyat Esnekliği: Bazı turistik ürünlerde, fiyattaki yüksek oranlı değişmelere rağmen, talep miktarında küçük çapta değişimler görülür. Bu durumda talep, fiyata kaşı fazla duyarlı değildir ve inelastik bir özellik taşır. Bazı ürünler ise fiyattaki küçük bir değişme dahi, talep miktarında büyük çapta değişime yol açar ki bu durumda fiyatlar karşısında elastik bir talep söz konusudur³⁸. Kısaca belirtmek gerekirse, talebin fiyat esnekliği, fiyattaki belirli bir değişme yüzdesi karşısında talep miktarındaki yüzdelik değişmedir ve aşağıdaki formülle hesaplanır:³⁹

$$\sum p = \frac{\text{Talep Edilen Miktardaki \% değişme}}{\text{Fiyattaki \% değişme}} = \frac{\Delta q/q}{\Delta p/p}$$

$$\sum p = \text{Değişmeler}$$

q= Talep edilen miktar

p= Fiyat

Şekil 2'den, döviz fiyat seviyelerinde talebin fiyat esnekliği hesaplanabilir. Örneğin: fiyatın 800\$ da 600\$'e düşmesi durumunda talep elastikiyeti;

³⁸ Mithat Zeki Dinçer; **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**, Filiz Kitapevi, İstanbul 1993, s. 29.

³⁹ Mithat Zeki Dinçer; a.g.e. s.30.

$$\sum p = \frac{q/q}{p/p} = \frac{(q_1/q_0)/Q_0}{(p_1/p_0)/P_0}$$

$$= \frac{(140.000 - 120.000)/120.000}{(\$600 - \$800)/\$800} = \frac{0,167}{-925}$$

Diğer bir deyişle fiyattaki %10'luk bir artış turistik talep miktarında %6.68'lik bir azalmaya yol açacaktır (1.10-0.668)

Fiyatların yükselmesi, her zaman karlı sonuç vermeyebilir. Talep elastikse, toplam gelir düşecektir. Talep inelastikse fiyatların düşürülmesi rasyonel bir durum olmayabilir. Zira daha fazla müşteriye hizmet verilirken, toplam gelir azalacaktır. Ancak istisnai olarak, turizm endüstrisinde küçük bir grubu oluşturan kesim, iktisatçı Veblen'in araştırmasına göre fiyat yükselmeleri karşısında daha fazla talepte bulunabilmektedir. Bu olguya göre çok pahalı kıyı yöreleri, oteller, tatil köyleri ve özel cazibe unsurları, bu grubun ilgi alanını oluşturur. Yüksek fiyatlardan dolayı bu sınıftaki zengin müşterilerle sosyal eziklik içinde olduklarını düşünürler.

Turizm Talebinin Gelir Elastikiyeti: Gelir arttıkça, her bir fiyat noktasında daha fazla seyahat talep edilir. Kişilerin gelir oranları arttıkça buna bağlı olarak tüketim artar, tüketime dayalı olarak da turizm de turizm mal ve hizmetlere olan talep artar. Dolayısıyla gelir ve talep arasındaki ilişki pozitifdir. Talebin gelir elastikiyeti aşağıdaki formülle açıklayabiliriz:⁴⁰

$$\sum p = \frac{Q/Q}{Y/Y} \text{ veya } \sum p = \frac{(Q_1/Q_0)/Q_0}{(Y_1/Y_0)/Y_0}$$

Turizmde, ailelerin gelir oranlarında artış ortaya çıkarsa, buna bağlı olarak seyahat etme beklentisi de artmaktadır. Bununla beraber, aile, kamp yerine otelde kalmayı, otobüs yerine uçağa binmeyi tercih edebilmektedir. Bu durumda kamping, düşük mal özelliği göstermekte, potansiyel turizm gelirinin artması, bunlara olan talebi

⁴⁰ Mithat Zeki Dinçer, a.g.e. s:31

daraltmakta, ancak aynı zamanda seyahatler artacağından turizme normal ve yüksek mal özelliği vermektedir⁴¹

1.4.3. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Dünyada dış turizm talebinin gelişmesi bazı ekonomik sosyal ve fiziksel faktörlerin oluşumuna bağlı kalmaktadır. Bunlar toplumların sosyal ve ekonomik durumları ilk yaşadıkları bölgeler bakımından farklılıklar göstermektedir ve zaman içerisinde değişmektedir. Turizm talebini etkileyen faktörlerin en önemli sosyal ve ekonomik olanıdır.

Seyahat tekniğinde ulaşılan ilerlemeler, ulaştırma süreleri ve masrafları azaltmakta ve böylece tatillerin çekiciliği artmaktadır. Gerçekten fiyat ve gelir tesirleriyle ulaştırma masraflarının yıllar bakımından kararlı kalması ve bazı ulaştırma araçlarında ise artması daha çok turiste ve daha uzak yerlerde tatil geçirebilme olanağı sağlamıştır.

Bir ülkenin kendi sosyo-politik durumlarındaki dalgalanmalar veya turistin gitmek istediği bölgede meydana gelen olumsuz doğal ve politik olaylar, özellikle harp ve hastalık halleri turist talebini etkileyen diğer unsurlardır. Günümüzde bu durumu, Türkiye ile İtalya arasındaki politik meseleden dolayı ortaya çıkan ve Türkiye'nin İtalya'yla bütün turistik bağlantılarını belirli bir süre de olsa durdurması bu durumu açıkça ifade etmektedir. Turizm talebini etkileyen faktörler beşe ayrılır:

1- İktisadi Faktörler:İktisadi faktörlerde kendi arasında 3'e ayrılmaktadır.

- Milli Gelir: Toplumsal refahın bir göstergesi olarak ele alındığında, milli gelirin turizm talebini etkileyeceğini ifade etmek doğru olacaktır. Milli gelir arttıkça, dış seyahat harcamaları da bu duruma bağlı olarak artacaktır. Özellikle uluslararası turizm hareketlerinin beşte dördünde fazlasının milli gelir düzeyi yüksek sanayileşmiş ülkelerden kaynaklandığı, buna karşılık öteki %20'lik kısmı ise gelişmekte olan ülkelerin yüksek

⁴¹ Mithat Zeki Dinçer: a.g.e. s:45

gelir gruplarında oluştuğu dikkate alındığında, ülkenin genel iktisadi refahındaki önemi anlaşılabacaktır.

Dış turizm harcamalarının milli gelirin fonksiyonu olması yanında, ülkelerin nüfus başına seyahat etme oranının da fert başına gelir fonksiyonu olduğu ve gelişmenin genelde aynı yönde gerçekleştiği anlaşılabacaktır⁴². Nitekim fert başına düşen gelir belirli bir düzeyin altında kaldığı ülkelerde görölen düşük gelir seviyesi, kişinin turizm için harcama yapma imkanlarını ortadan kaldırmaktadır⁴³.

Dünya ülkelerinde uluslararası turizmden sağlanan gelirlerin safi milli hasıla içindeki payı yıllar boyu devamlı bir artış göstermiştir. Bu durumun en önemli nedeni özellikle turist yönünden ülkelerde dış seyahat talebinin daha hızlı gelişmesi, özellikle fert başına gelir seviyesi belirli bir düzeyi aşmış ülkelerde daha belirgindir. Gelişmekte olan ülkelerde ise, düşük gelir seviyesi turizm için harcama yapma olanaklarını ortadan kaldırmaktadır. Böylece dünya dış turizm talebinin büyük bir çoğunluğunun gelişmiş ülkeler yaratmaktadır.

- Gelir Dağılımı: Gelir dağılımı da turizm talebini etkileyen unsurlardan birisidir. Zira bir ülkenin GSMH' sının toplumda fertler veya sosyal tabakalar arasında adil dağılıması durumunda o ülkede tüketim eğilimi artacağından, turizm hizmeti daha çok talep edilecektir. Söz konusu durum özellikle gelir düzeyi belirli bir noktayı aşmış olan ülkeler için anlam taşımaktadır. Nitekim maddi refahın geniş kitlelere yayıldığı Almanya'da ortalama hane halkı gelirinin %25'i 1990 yılında tatil harcamalarına ayırmıştır⁴⁴. Gerçekten bu ülkelerde daha önce marjinal seviyede bulunan bir grup fertlerin ve genellikle orta sınıfın gelirindeki nispi bir artış turizm talebini önemli ölçüde artıracaktır. Ancak bu durumun az gelişmiş veya gelir düzeyi yüksek olmayan ülkelerde aynı etkiyi göstereceği şüphesizdir. Hatta tam karşıtı olarak adil gelir dağılımı bu toplumlarda dış turizm talebini sınırlayıcı bir tesir göstereceği iddia edilebilir. Çünkü bu

⁴² Özen Dalli, **Turizm Talebi ve Gelirleri**, Ankara 1992, s. 17.

⁴³ Özen Dalli, a.g.e, Ankara, s. 16.

⁴⁴ Ana Britannica; "**Ana Yıllık 1993**", İst, 1993, s. 449.

toplumlarda konsantrasyon belirli bir sosyo-profesyonel sınıfların aşırı kazanç sağlamalarına sebep olmakta ve bu kazançlar turizm talebini teşvik etmektedir. Fert başına ortalama gelir çok düşük olan ülkelerde gelirin konsantrasyon derecesi azalsa bile, bu durumda, geniş halk kitleleri gene de vazgeçilmez mallardaki tüketimlerini bir miktar arttıracaklardır.

- Kullanılabilir Geliri: Turizm talebini etkileyen iktisadi yaklaşımların diğer bir göstergesi, kişinin kullanılabilir geliridir. Kuşkusuz gelir artışı ve gelirin daha adil biçimde dağılımı ile beraber kullanılabilir gelir de artacaktır. Ancak burada, kullanılabilir gelirin ihtiyaçlara göre harcanması üzerinde durulacaktır.

Doğal olarak tüketiciler, kullanılabilir gelirlerin bir kısmını normal yaşantıları için zorunlu olan ihtiyaçlara ayırırlar. Örneğin gıda, yiyecek, içecek, ev kirası, giyim, ısınma vb türden harcamalar zorunlu olarak yapılır. Kullanılabilir gelirin arta kısmı ise eğitim, eğlence ve seyahat gibi zorunlu olmayan ihtiyaçların giderilmesi ile kullanılabilir

Milli ekonomilerde kişisel tüketim harcamaları içinde gıda, giyim, barınma, ısınma ve aydınlatma harcamalarının kullanılabilir gelirdeki oranı düşük olduğu ülkelerde, genellikle dış seyahate çıkarılan sayısı artmakta, doğal olarak ta seyahat yoğunluğu artmaktadır. Buna karşılık, Sri Lanka, Filipinler, Tayland, Gana gibi ülkelerde kullanılabilir gelirlerinin büyük bir bölümünü zorunlu ihtiyaçlara harcayan ülkelerde dış seyahate çıkmak, geniş halk kitleleri için pek mümkün olmamakta, seyahat yoğunluğu ve sıklığı da buna paralel olarak genellikle %1'in altındaki rakamlarla ifade edilebilmektedir.

Tablo 3: Avrupa Topluluğu, Gelir ve Seyahat Yoğunluğuna İlişkin

Fertlerin Geliri	Seyahat Etmeyen (%)	Bir defa seyahat edenler (%)	Sık sık Seyahat Edenler (%)	Toplam Seyahat Eden (%)
Yüksek G+	25	43	32	75
Yüksek G+	40	39	21	60
Yüksek G-	51	37	12	49
Düşük G-	64	27	9	36

Kaynak: Douglas Pearce, Tourist Development (Çeviri: Mithat Zeki Dinçer) s.116.

Tablo 3'te görüldüğü üzere, gelir seviyesi yüksek olanların seyahate çıkma oranları daha fazladır. Bu oran toplam seyahat edenler açısından incelendiğinde, gelir düzeyi yüksek olanlarla düşük olanlar arasındaki fark açıkça ortaya çıkmaktadır.

2- Psikolojik Faktörler: Kişinin seyahate katılması, seyahatten vazgeçmesi veya seyahat hedefinin değişmesinde çeşitli psikolojik faktörlerde etkiye bulunmaktadır. Turistin genellikle huzurlu bir ortam içinde dinlenme ve gezmeyi amaçladığı düşünülürse, seyahati sırasında güven ve emniyet hissi duymak istemesinin önemi ortaya çıkacaktır. Bu nedenle turistik akımın artması için turist neylinde bazı tereddütlerin giderilmesi amacıyla ülkenin tümünde ve özellikle turistik mahalde emniyet ve güven olduğu, psikolojik olarak turisti tedirgin edecek herhangi bir olay yada nesnenin bulunmadığı olgusunu önemle vurgulamak gerekmektedir.

Turistik tüketim psikolojik bakımdan sınırsız bir genişleme eğilimi göstermektedir. Bunun sebebi, turistik tüketimde doyum noktasına geç ulaşmasıdır. Bu durum aşağıdaki sebeplerden kaynaklanmaktadır⁴⁵:

⁴⁵ Adem Şahin; İktisadi Kalkınma Bakımından Türkiye'de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Borsaları Birliği, Ankara 1990, s. 21.

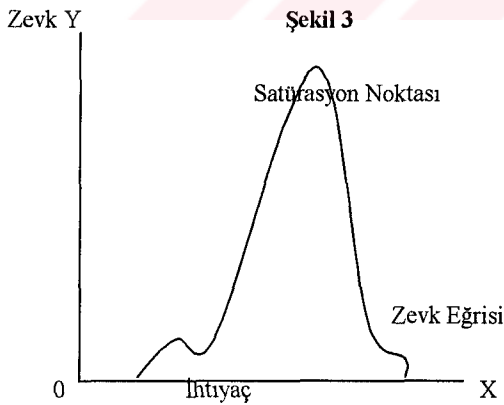
a. Turistler, tüketimlerini yüksek kalitedeki hizmetlere doğru yöneltebilirler. Bu durum tüketimde ek girdilere tekabül eden bir çoğalmaya sebep olur.

b. Ulaşım kolaylıkları, turistlerin daha uzaklara gidebilmelerini mümkün hale getirebilir.

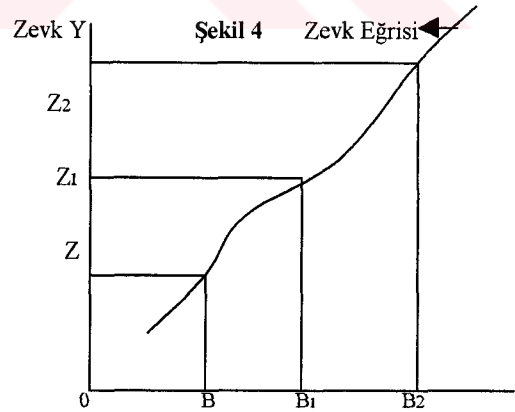
c. Turistler konaklamalarını uzatabilirler ve her fırsatta daimi ikamet ettikleri yer dışına seyahat edecek ve buralarda konaklayarak olayı bütün mevsimlere yayabilir.

d. Turistik ihtiyaçların karşılanmasından doğan tatmin, diğer ihtiyaçların karşılanmasından doğan tatminle karşılaştırıldığı zaman turizmde ihtiyaç karşılanmadıkça tatmin artması gibi bir durum söz konusudur. Çünkü diğer ihtiyaçlarda ihtiyaçların karşılanmasından doğan tatmin azalan bir yön izlediği halde turistik ihtiyaçlarda, ihtiyacın karşılanmasından doğan zevk sürekli yükselme eğilimi gösterir. Aşağıdaki şekillerle bu durumu açıklamak için seçilmiştir;

Şekil 3: Ekonomik Bir İhtiyacın Karşılanmasından Doğan Zevk Eğrisi



Şekil 4: Turistik Bir İhtiyacın Karşılanmasından Doğan Zevk Eğrisi



Kaynak: Hasan Olalı, a.g.e, S:56

Seyahat talebinin emniyet ve güveni sarsan olaylara karşı son derece duyarlı olması, turistlerin mal ve can güvenliğinin olmadığı, terörün, sıcak ve soğuk savaşın hüküm sürdüğü alanlardan uzaklaşacağı kuşku götürmez bir gerçektir. 1990 yılının Ağustos

ayında başlayan Köfrez Krizini bu duruma örnek verebiliriz. Krizin Dünya petrol rezervlerinin yoğun olduğu Orta Doğuda meydana gelmesi dünyayı büyük ölçüde sarsmış, bunalımın çok yönlü etkileri, savaşa girmemesine rağmen Türkiye olan Turizm talebini oldukça fazla etkilemiştir. Bu olumsuzluk özellikle 1991 yılında bariz şekilde görülmüş ve o yıl bir önceki yıla göre OECD ülkelerinden gelenler %38 oranında azalmıştır⁴⁶. Daha önceki yıllarda ortaya çıkan Kıbrıs Buhranı Türk turizmini olumsuz yönde etkilemiştir. Nitekim 1974 yılının ilk beş ayında Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısında bir önceki yıla göre artış görülmesine karşılık, özellikle turizm mevsiminin yoğunluk kazandığı ve bu bunalımın hüküm sürdüğü Ağustos-Ekim dönemlerinde yaklaşık %42 gibi şiddetli bir azalma görülmesinde, bunalımın önemli ölçümde etkili olduğu aşikardır. Bunalımın atlatılmasından bir yıl sonra 1975'de Türkiye'ye gelenlerin sayısında bunalım dönemine oranla %100'e varan bir artış gözlenmiştir.

Emniyet ve güven duygusu olgusunun yanı sıra psikolojik etkenler arasında hastalığa yakalanma korkusu da mevcuttur. Yani bazı orta yaşın üzerindeki kişilerin seyahatleri durumunda mesafenin uzun olması durumunda hastalanma hissine kapılmalarında bir etki olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm talebini psikolojik olarak daraltan önemli bir sebepte, turistik bölgede olmasa dahi ülkenin belirli bir yöresinde ortaya çıkan salgın ve tehlikeli hastalıklar turizm talebini hızla azaltmakta ve planlamadan sorumlu yöneticilerin bunları göz önüne alarak yeni ve etkin bir strateji uygulamaları zorunluluğu ortaya çıkarmaktadır.

Diğer bir psikolojik etkende, seyahatin yapıldığı ülkede turiste yönelik davranış biçimidir. Gerçekte bir ülke de turizm açısından uygun imkanlar mevcut olsa dahi, toplumsal kaynakların yetersizliği yani turizm bilinci ve kültürünün yeterli düzeye ulaşamamış olması turistin, söz konusu ülkeye seyahat planına büyük ölçüde etki edecektir.

⁴⁶ Turizm Bakanlığı, "Turizm İstatistikleri", Ulaştırma Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi, Yayın no. 1992/4, Haziran s. 48.

Turistlere yönelik olumsuz davranış gerçekte olmasa dahi, çeşitli sebeplerle abartılıyor ise, potansiyel kitlesinin tereddütlerinin giderilmesi görevi, özellikle halkla ilişkilerden sorumlu yöneticilere düşmektedir. Bu ise, turizm işletmelerinin ötesinde, resmi turizm organizasyonları tarafından yürütülmesi gereken bir görevdir.

3- Politik ve Yasal Faktörler: Kişilerin turizm olayına iştirak etmesine önemli faktörlerden birisi de devletin siyasi durumu ve uyguladıkları rejimde önem kazanmaktadır. Bu durum, talebin belirlenmesinde önemle durulması gerekli bir husustur.

Seyahat olayında bulunacak kişinin, ülkedeki rejim, seyahate elverişli ortamı engelliyorsa iç ve dış turizm hareketleri genişlemeyecektir. Nitekim günümüzde özellikle dış turizm talebini sınırlandırıcı yasalar yürürlüğe konulmaktadır. Bu tür önlemler, iktisadi gelişmeyi engelleyici darboğazlarla karşı karşıya bulunan gelişmekte olan ülkelerde veya zaman zaman karşılaşılan ödemeler dengesi sorunları sebebiyle gelişmiş ülkelerde geçici olarak uygulanabileceği gibi, geçmişte Doğu Bloku'na dahil devletlerde görüldüğü üzere hem politik hem de ekonomik etkenler sebebiyle uygulamaya konulmuştur.

Politik sebepler ve yasal sınırlamalar seyahat talebi tamamen engel olabileceği gibi, bu durum sonucunda dış turizm pazarını daraltıcı ya da potansiyel turist hacmini azaltıcı amaç da güdülebilir.

Gerçekte iktisadi ve politik entegrasyonlar da seyahat talebi ve hedefi üzerinde etkili olmaktadır. Örneğin Avrupa Topluluğu gibi uluslar arası birleşmelerde karşılıklı ilişkilerin geliştirilmesi, turizm alanında çeşitli kolaylıkla sağlamak ve turizm hareketlerini daha büyük boyutlara ulaştırmaktadır.

Diğer yandan, konuyu sadece potansiyel ve mevcut turist kitlesinin oluşturduğu ülkeler açısından incelemek yeterli olmayacaktır. Turist kabul etme durumundaki ülkelerde politik ve yasal düzenlemelere gitmeleri mümkündür. Kuşkusuz bu ülkelerdeki hudut formaliteleri, seyahat yönetmelikleri, vize sorunu, aşı sertifikalarının

istenmesi, gümrük ve döviz kurallarına ilişkin düzenlemeler, o ülkeye olan seyahat talebini daraltıcı ve genişletici sonuçlar verecektir.

Bu tür önlemler geçici dahi olsa, bazen turist sayısında büyük azalmalara sebep olmaktadır. Örneğin 1961 yılında Güney Tyral anlaşmazlığı ile başlayan politik kriz neticesinde İtalyan vize işlemini tekrar yürürlüğe koyması, Avustralyalıların bu ülkedeki gecekalmelerinin %25 oranında azalmasına yol açmıştır⁴⁷.

4- Sosyo-Demografik Faktörler:

Yaş: Yaş faktörü turizm olayına katılmada etkili olmakta, ayrıca seyahat türünün, amacının, yerinin, ulaştırma amacının ve konaklama biçiminin seçiminde önemli rol oynamaktadır.

Uluslararası turizm pazarına önemli oranda turist gönderen Avrupa Topluluğunda yapılan araştırmalar, bu durumu kanıtlar mahiyettedir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi AT’de seyahate yönelenler arasında 15-39 yaş grubu oluşturan seyahat etmede ön sıralarda olduğu görülmektedir (Tablo 4).

Tablo:4- Türkiye’ye Gelen Yabancıların Yaş Durumlarına Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Seyahate Çıkmayanlar	Seyahate Çıkanlar		
		Bir Defa	Çok Kez	Toplam
15-24	38	41	21	62
25-39	38	41	21	62
40-55	47	37	16	53
55’den fazla	53	30	17	47

Kaynak: Daylos Pearce, Turist Development, 2nd Ed, Logman-John Wiley Sons, New York, 1992, s:136 (Mithat Zeki Dinçer: Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisi, Turizm, s. 37).

⁴⁷ Mithat Zeki Dinçer, a.g.e, s. 51.

Yukarıdaki Tablo incelendiğinde, gençlerin seyahat etme oranı daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Buradan yaş arttıkça seyahat etme oranının azaldığı açıkça gözlenmektedir.

Anlaşılabacağı üzere, seyahat hedefinin seçiminde yaşın rolü önemini hissettirmektedir. Yurt dışına seyahatlerde özellikle genç yaş sınıfın oranı artmaktadır. Bu durum, gençlerin değişik hedeflere ulaşma amacından kaynaklandığını söyleyebiliriz. Mesela, bizim ülkemizde 13-29 yaş arasında dahil gençlerin %70'i duruma göre yurt dışını tercih ederler. Çünkü genç kuşak yurt dışına büyük ilgi duymaktadır.

Gelişmiş ülkelerin çoğunda yurt dışına seyahatlerde genç kesimin önemi dikkati çekmektedir. Ancak 55-65 yaş gruplarında seyahatlerin fazla azalmaması, hatta bazı ülkelerde oransal artış eğilimi göstermesi boş zamana sahip bulunmalarına, gelir düzeylerinin nispeten yüksek olmasına ve küçük çocuk probleminin bulunmasına bağlanabilir.

Türkiye'ye yönelik turizm hareketlerine bakarsak Tablo 5'te en büyük payı 25-29 yaş grubunun %17 ile oluşturduğu gözlenecektir. 20-44 yaş grubundakiler ise, ülkeye gelenlerin %64.4'üdür. 45 yaşının üstündeki kişilerin oranı oldukça düşük seviyededir. 65 yaşından itibaren hafif bir oransal artış söz konusudur. Türkiye'nin uzun ve orta vadeli planlarında 55/68 yaş grubunu göz ardı etmemesi gerekir. Zira günümüzde en çok turist gönderen gelişmiş Batı ülkelerinde, Türkiye'ye pek uzak olmayan Avrupa'da nüfus çok yavaş artmakta, bu duruma paralel olarak ortalama yaş süresi uzamakta, elli beş üstündeki yaş gruplarının oranı giderek artmaktadır.

Tablo 5: Türkiye'ye Gelen Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grubu	Yüzde	Kümülatif Yüzde
0-19	9,5	9,5
20-24	14,1	23,6
25-29	17,0	40,6
30-34	12,7	53,3
35-39	11,0	64,3
40-44	10,6	74,9
45-49	8,7	83,5
50-54	6,6	90,1
55-59	4,0	84,2
60-64	2,8	97,0
65+	3,0	100,0
TOPLAM	100,0	

Kaynak: Turizm Bankası, 1990 Yabancı Ziyaretçiler ve Turizm Gelirleri, Yatırım Genel Müd. Yayın no: 1991/7, Haziran, 1991, s: 25.

Medeni Durum ve Aile Yapısı: Turizm olayına katılmada kişinin evli veya bekar, az ya da çok çocuk sahibi olması, önemli etkide bulunmaktadır. Bekarlara ait sorumlulukların bulunmaması, yaş ile bekarlık arasındaki sıkı ilişki, bu kişilerin daha bağımsız hareket edebilmelerini mümkün kılmaktadır. Dolayısıyla seyahate katılmada bekarların evli olanlara oranla daha aktif oldukları anlaşılmaktadır.

Konuyu evli ve çocuklu aileler açısından ele aldığımızda durum değişmektedir. Çok çocuklu ailelerin seyahate katılmalarının güçleşmesine karşılık, çocuksuz veya bir çocuklu evlilerde bu oran artmaktadır. Çocuk sayısı fazla olan aileler, çocuklarının eğitim ve öğretim döneminde seyahate çıkmamakta, zorunlu olarak okulların tatil dönemlerinde tatil yapmaktadırlar. Bu durum, özellikle seyahat sıklığı üzerinde olumsuz etki yapmaktadır.

Çocuğu fazla olan aileler, ulaşım amacı ve konaklayacakları yer seçiminde zorlukla karşılaşmaktadırlar. Kuşkusuz çok çocuklu ailelerin zaruri giderlerinin fazla

olması bu kişilerin seyahat etme şansı, dolayısıyla da seyahat yoğunluğunu azaltacak bir etkidir.

Avrupa Topluluğuna yönelik bir araştırmada bir yıl içinde seyahate çıkan çocuksuz aileler ile tek çocuklu ailelerin oranı %56 iken, üç veya daha fazla çocuklulardan bu oran %44'e düşmektedir. Çocuk sayısı seyahat sıklığını da etkilemektedir. Aynı araştırmada, bir yıl içinde çok sayıda seyahate çıkan çocuksuz ailelerde oran %19 iken, tek çocuklarda %18 fazla çocuklarda %14 olmaktadır⁴⁸.

Eğitim ve Kültür Düzeyi: Eğitim bakımından gelişmiş ülkelerde, genellikle seyahat yoğunluğu fazladır. Bu sonuç eğitim ve kültür seviyesi ile seyahate katılma arasında doğrusal bir orantı bulunduğu görülür. Şöyle ki:⁴⁹

- Kişinin eğitimi mesleğini, mesleği de gelirini belirler.
- Eğitim ve kültür seviyesinin yüksekliği, seyahatin zorunlu ve ihtiyaç olduğu düşüncesini pekiştirir.
- Eğitimin seyahat kültürünü arttırması, özellikle bilimsel ve kültürel motiflerin kaynaklanan seyahat talebini olumlu yönde etkiler.
- Günümüzde ülkelerarası sosyal ve ekonomik ilişkilerin büyük boyutlara ulaşması, ayrıca ülkeler arasındaki entresyon eğilimleri neticesinde batılı ülkelerde iş gücünün serbest dolanımı düşüncesinin ortaya atılarak uygulamaya konulması, çeşitli ülkelerde yabancı dil öğrenilmesine verilen önem artmıştır. Söz konusu gelişmelerle paralel olarak günümüzde eğitim seviyesinde yabancı dile önem verilmesi, turizm talebini de olumlu yönde etkilemektedir.

⁴⁸ Daglas Pearce, **Tourist Development**, 2nd, ed. Longman, New York, 1989, s: 36.

⁴⁹ Mithat Zeki Dinçer, a.g.e, s. 39.

Öğrenim seviyesinin yükselmesi, yabancı dil bilgisini de ilerletmektedir. Yabancı dil bilgisinin, kişinin sosyal yönünü geliştirerek güven duygusunu arttırması ise özellikle dış aktif turizm talebinin genişlemesi üzerinde olumlu katkılarda bulunmaktadır.

Kişilerin eğitime bağlı olarak ortaya çıkan belirli meslek grupları ve buna bağlı olarak ortaya çıkan gelir düzeyi de kişinin seyahat yoğunluğunun belirlenmesinde önemli ölçüde belirleyici rol oynamaktadır. Ayrıca eğitim düzeyi kişide ne kadar yüksek ise, eğitime bağlı olarak seyahat kişi için zorunlu ve ihtiyaç olduğu sonucuna varılabilir.

Şehirleşme: Şehirlerin endüstrileşmeye paralel olarak hızla gelişip büyümeleri, buralarda ikamet edenlere yeni ihtiyaçların ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Şehirlerde kırsal ve rekreasyon alanlarının yetersizliği, başka bir ifade ile doğa ile bütünleşme imkanının olmaması, belirli bir süre içinde olsa, şehir hayatında kaçış duygusunu yaratmaktadır. Gerçekten de şehir, trafik sorunu, gürültüsü, havanın kirliliği, şehrin kalabalığı, iş hayatının monotonluğu gibi nedenlerle kısa ve uzun süreli yer değiştirme ve dinlenme ihtiyacı doğurmaktadır. Nitekim şehir merkezlerinde yaşayanların kırsal alanlarda oturanlara oranla seyahat eğilimleri daha fazladır. Nüfus yoğunluğunun yüksek olması ile seyahate çıkma arasındaki yakın ilişkiye karşılık düşük nüfus yoğunluğuna sahip ülkelerde veya bölgelerde tersine bir ilişki görülmektedir. Bu yerlerde yaşayanların seyahat sıklığı ve seyahat yoğunluğu, genellikle milli sınırlar dahilinde kalmaktadır.

İnsanların yaşadıkları şehirlerin ve kasabaların nüfuslarının büyümesi yanında bu topluluklarda nüfus başına seyahat edenlerin sayısının da artması bu iki olay arasında bir ilişkinin olduğunu ortaya koymakta ve şehirleşmenin dolaylı dolaysız olarak turizm talebini etkilediği anlaşılmaktadır. İnsanların şehirlerde yığılması, üretimde makinalaşma, tarım ve sanayide prodüktivitenin artması sonucu meydana gelmektedir. Gerçekte bu durum bir sebep ilişkisidir ve kalkınmanın şuuruna varmış toplumlarda fertlerin daha verimli iş sahalarında çalışarak emeğini değerlendirmesi ve kazancını arttırması çabasıdır. Böylece sanayileşme paralel bir şehirleşme ekonomik refahın göstergesi olmaktadır. Bu

nedenle turizm talebi toplumun artan geliri ve şehirleşme seviyesinin fonksiyonu olmaktadır.

Şehirde yaşayan meslekleri küçük yerde yaşayanlara oranla daha çeşitlidir ve bu çeşitlilik şehirde bir orta sınıfın doğmasına sebep olur. Başka bir deyişle şehirde kazanılan gücün toplumda sosyal gruplara daha adil şekilde bölünür. Bu ise, fertlerin tüketim eğitimi, dolayısıyla turizm hizmeti tüketimini artırır.

Şehirlerde nüfusun büyük bir bölümü sanayi, ticaret ve diğer hizmet sektörlerinde çalışmakta ve sosyal güvenlik imkanları vardır. Ücretli tatil hakkından yararlanan fertler, şehirlerdeki sıkışık ve monoton yaşama ve çalışma düzeninde geçici olarak uzaklaşabilmek, dolayısı ile dinlenmek ve turistik faaliyette bulunabilme olanağına kavuşurlar.

Anlaşılabacağı üzere, insanların şehirlerin gerek trafik, gerek bunaltıcı kalabalık, monotonluk vb. sebeplerden dolayı bu ortamdan uzaklaşmak, dinlenmek, eğlenmek vb. ihtiyaçlarını gidermek amacıyla turizm talebine karşı bir ihtiyaç doğar.

5- Ulaştırma: Turizm talebini etkileyen faktörlerden bir tanesi de taşıma olarak karşımıza çıkmaktadır. Ulaştırmanın turizm için önemi, tatilin veya gezinin bir yer değiştirme olayını içermesidir.

Kendi ülkesi ile gitmek istediği ülke arasındaki uzaklık, dolayısı ile gideceği yere ulaşmak, gerekli para ve zaman, turistin tercihlerini etkiler. Ancak turist için tatil fiyatı genellikle bir bütün olarak düşünüldüğünden turizmde doğrudan doğruya taşıma unsuru göz önünde bulundurularak bir seçim yapılamaz. Bu nedenle tatilin diğer unsurlarında artırılmış olarak taşımanın, gelir elastikiyetini saptamak zorlaşır⁵⁰.

Ulaştırma unsuru turizm talebini çabukluk, ucuzluk, emniyet ve konfor yönünden etkilemektedir. Bilindiği üzere turistin çoğunluğunun zamanı ve mali imkanları sınırlıdır. Dolayısıyla gideceği yere en kısa zamanda ve en ucuz şartlarda gitmek istemektedirler.

Seyahatin yapılış amacına göre ulaştırma unsurları turist tercihlerini farklı şekilde etkilerler. Örneğın, toplu turlarda ucuzluk, iş gezileri ve ferdi turizmde çabukluk ve konfor unsurları ulaştırmada aranan faktör olmaktadır.

Kişilerin seyahat aracı olarak seçtikleri aracın niteliğı ile gideceğı yer esas ikametgahına olan uzaklığı arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Birbirini yakın ve komşu ölkeler arasında çoğunlukla kara ulaştırma araçları tercih edilmektedir. Örnek olarak kara ulaştırma sistemi çok gelişmiş olan Batı Avrupa ölkeleri arasında otomobil, buna karşılık alt yapısı daha az gelişmiş ve toplu taşıma sisteminin benimsendiğı Doğı Avrupa ölkeleri arasında ise tren başlıca ulaştırma aracı olacaktır.

Ulaştırma maliyetlerinin toplam turizm harcamaları içindeki payı ne kadar yüksek olursa dış turizm talebinin ulaştırma masrafları hassasiyetinin o kadar fazla olacağı açıktır. Bu nedenle turist gönderen ölkelere yakın turist çeken bölgeler için talep ulaştırma masraflarına hassas olmayacaktır. Buna karşılık turizm pazarlarına uzak ölkeler ve deniz aşırı ölkeler için dış turizm talebinin ulaştırma masraflarına hassasiyeti artmaktadır.

Son yıllarda turist gönderen ölkelerdeki gelir artışları yanında uçak teknolojisindeki gelişmeler turizm pazarlarından uzak bölgelerinde turizme açılmasını sağılamış bulunmaktadır. Ulaştırma araç olarak, uçak, özellikle deniz aşırı ölkeler ile Doğı Afrika ve Orta Doğı ölkelerinin de turizmden yararlanmasına imkan hazırlamıştır. Yani buradan çıkaracağımız sonuç, teknolojiye bağılı olarak ulaştırma imkanlarının büyümesi ve artması turizm sektörüne büyük ölçüde katkı sağılayacaktır.

Turizm kişilerin devamlı ikamet ettikleri yerlerin dışında 24 saatten az kalmamak şartı ile kişilerin arzuları ile gerçekteşen bir sosyal bir olaydır. Bu faaliyette bulunan kişiler ise turisttir. İnsanların günlük monoton iş yaşamlarından kurtulmak ve insanların veriminin artmasının sağılanabilmesi için turizm, bugün zevk olmaktan çıkıp ihtiyaç haline gelmiştir. Bu ihtiyaçtan dolayı ise, turizm kendisi bir sektör haline gelmiş ve turizmin ekonomik sektörler üzerinde belirleyici bir rolü ortaya çıkmıştır.

⁵⁰ Özen Dalli, a.g.e., s. 26.

2. BÖLÜM: TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ:

1. Turizm Sektörünün Ekonomik Önemi

Turizm gerek ülke ekonomisine mali yönden katkısı gerekse dış ülkelerle ilişkiler ve kültürel alışveriş açısından turizm sektöründe önemi çok büyüktür. Biz bu bölümde turizm sektörünün ekonomik önemi, etkileri ve bu etkilerin sonuçlarının değerlendirilmesi yoluna gideceğiz. Turizm faaliyeti, ülke ekonomisine salt parasal katkı olarak bile ele alınsa, önemi büyüktür. Buradan turizm faktörünün bir çok alana büyük katkılar sağladığını söyleyebiliriz. 1974 yılının İspanya'nın turizm gelirleri toplam mal ve hizmet ihracat gelirlerinin %25'ine eşit bir düz gerçekleşmiştir⁵¹. Aynı oran Yunanistan'da 1974'de %13, Türkiye'de ise, %5 dolayındadır. Bu arada İspanya'nın yine aynı yılda turizm gelirleri, Türkiye'nin toplam mal ve hizmet ihracat gelirlerine eşit düzeyde gerçekleşmiştir⁵². Başka bir ifade ile, Turizm gelirlerinin İspanya seviyesine gelmesi, ihracat gelirimizi iki katına çıkarmakla aynı etkiyi sağlayacaktır.

Turizme kapsamlı bir eğilim, yatırım için gerekli bir olaydır. Turizm sektörünün oluşabilmesi için sektör için gerekli yatırımlara ihtiyaç vardır. Sektörün gelişmesi için, geniş bir plan oluşturmak ve gerekli ilginin gösterilmesi gerekir. Başka bir ifade ile, alt ve üst yapısıyla istihdam yaratıcı etkisiyle, değişik kültürlerin karşılanmasında doğan kültür alış verışı ile, turizm kendine bağlı olarak bir çok yan hizmetleri beraberinde getirir. Turizm sektörünün gelişebilmesi için, diğer sektörlerden ve halkın genel eğilimden bağımsız düşünülmemeli ve ülke gelişme potansiyeli ve ekonominin diğer sektörlerinin gelişme olanakları ile tutarlı, kapsamlı bir turizm planlama yapıldığı takdirde bundan ekonomimizin büyük yarar göreceği açıkça ortadadır.

Kalkınmayı gerçekleştirmek için gerekli yatırım mallarının ve bazı hammaddelerin ithali zorunluluğu, kalkınmakta olan ülkeleri döviz elde etmek karşı

⁵¹ **Turizm Politikası ve İnternasyonal Turizm Member Countries**, 1976, sf. 73, (Alıntı; Türkiye Ekonomisi ve Turizm; Turizm Tanıtma Bakanlığı Turizm Planlama Genel Müdürlüğü, Yay.)

⁵² **Turizm Politikası ve İnternasyonal Turizm Member Countries**, 1976, sf. 73, (Alıntı; Türkiye Ekonomisi ve Turizm; Turizm Tanıtma Bakanlığı Turizm Planlama Genel Müdürlüğü, Yay.)

karşıya bırakmaktadır. Söz konusu ülkelerin bu problemleri çözebilmesi için başvurdukları yollardan birisi ihracattır. Ancak teknolojik seviyenin düşük olması nedeniyle maliyetlerin yüksek olması, kalite düşüklüğü, yerleşmiş piyasalara girebilme zorunlulukları gibi engeller geliştirmekte olan ülkelerin ihracatını büyük ölçüde zorlaştırmaktadır. Bu durum karşısında bir ihracat faaliyeti özelliğinde olan turizm sektörü geliştirmekte olan ülkelerin ihtiyacı olan döviz problemini çözmede çok önemli bir rol üstlenmektedir.

Turizm olayının geniş kapsamlı olması, turizm sektörünün diğer sektörlerin bir parçası olması gibi nedenlerden dolayı turizm ülke ekonomilerine etkisi de çok yönlüdür. Bu bölümde turizm ekonomik etkiler üzerinde duracağız ve buna bağlı olarak turizm ekonomik etkilerini parasal ekonomik etkiler ve reel etkiler olmak üzere iki ana başlık altında inceleme yoluna gideceğiz.

Turizm özellikle geliştirmekte olan ülkeler bakımından oldukça büyük ihtiyaç duyulan döviz girdisi sağlayan istihdam imkanlarını arttıran milletler arasında ortak bir yaşam biçiminin gelişmesine yardımcı olan bir faaliyet olarak karşımıza çıkar. Turizm ekonomik etkilerinin giderek daha müşahhas olarak görülmeye başlaması, geliştirmekte olan ülkeler bakımından nispeten yeni bir faaliyet olmasına rağmen, kısa zamanda önemli aşamalar kaydetmesine sebep olmuştur. Ancak, bu gelişme insan kaynakları ve bölgesel altyapı imkanları üzerinde ağır bir baskıyı da beraberinde getirmiştir⁵³. Bu durum, turistik talebin ihtiyaçlarını karşılayabilmek için gerekli altyapı gerçekleştirme noktasında önem kazanmakta, gerçekleştirilemediği takdirde, turizmin sağlayacağı ekonomik yararlar ikinci plana itilerek, plansız bir gelişmenin sonucunda doğabilecek problemlere çözüm aramak gerekmektedir. Geliştirmekte olan ülkelerin iktisadi yönden kalkınmaları, büyük ölçüde dövizle bağlıdır. Bu yüzden döviz kazandırıcı faaliyetler özel bir önem arz etmektedir. Bu ülkeler geleneksel tarım sektöründen sanayi sektörüne geçmeyi sağlama amacındadırlar. Ancak, bu geçiş büyük miktarda dövizle ihtiyaç göstermektedir. Bu

⁵³ Orhan İçöz, “**Turizmin Bölgesel Ekonomik Etkileri ve Kuşadası Örneği**”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Doktora Tezi), İzmir 1987, s:20.

sebeple, ihracat ve dış borçlanma yoluyla karşılanacak dövize ilave olarak döviz kazandırıcı faaliyetlerin teşviki zorunluluk haline gelmiştir. Sanayileşmenin gerçekleşmesi için gerekli olan dövizin elde edilmesinde turizm sektörü alternatif bir duruma gelmiştir.

Michael Petus bu durumu “zengin ve yoksul ülkeler arasında ekonomik uçurum son yıllarda oldukça büyümüş. Asya’da Afrika’da ve Latin Amerika’da yeni endüstriler yaratmak ve tarımsal yaşam tarzını iyileştirmek büyük görevdir. Bu durum içinde turizm, uluslararası seyahatlerde elde edilecek gelirlerin temel yatırımlara yöneltilebilmesi açısından oldukça uygundur”⁵⁴ şeklinde ifade etmektedir. Petus bu ifadesinde de anlaşılağı üzere turizmin önemi oldukça büyüktür.

Turizmin döviz elde etme açısından diğer döviz kazandırıcı faaliyetler ile karşılaştırıldığında şu sonuçlara varabiliriz:⁵⁵

1. Gelişmekte olan ülkelerin ihracatları büyük ölçüde hammaddeden meydana gelmekte ve bu ülkelerin ihraç fiyatları üzerinde etkili bir söz hakkı bulunmamaktadır. Buna karşılık, turistik ürünlerin fiyatları üzerinde belirleyici bir kontrole sahiptirler,
2. Gelişmekte olan ülkelerde üretimin sınırlı oluşu, mal ihracatı miktarında sınırlamaktadır. Turizm yoluyla sağlanan ek ihracat, ihracatı çeşitlemesine sebep olarak döviz artışı arttırıcı yönde etki etmektedir,
3. Turizm pazarları, hammadde ihraç pazarına göre daha istikrarlıdır,
4. İthalat için gerekli döviz sağlamada bu manada dış ödemeler bilançosunun dış ticaret açıklarını gidermede olumlu etkiler meydana getirmektedir,

⁵⁴ Adem Şahin, a.g.e., s:34.

⁵⁵ Adem Şahin, a.g.e., s:34

Tablo:6 - Avrupa Ülkeleri Ekonomisinde Turizm (1997)

Ülkeler	Nüfus Başına Hasılat US\$	Gelen Kişi Başına Hasılat US\$	Mal İhracı	Ticari Hizmet İhracı
Toplam AT	453	714	8,05	31,28
Avusturya	1734	819	24,31	57,34
Belçika	580	1011	3,55	16,22
Danimarka	655	1909	7,02	21,82
Finlandiya	301	894	4,01	20,58
Fransa	587	454	9,84	31,90
Almanya	214	1155	3,37	20,76
Yunanistan	355	403	39,61	69,83
İrlanda	332	569	6,23	53,98
İtalya	525	914	11,96	42,94
Lüksemburg	720	414		
Hollanda	403	951	3,17	12,72
Portekiz	429	438	17,92	52,39
İspanya	705	583	27,13	52,38
İsveç	412	1537	4,32	21,58
İngiltere	329	763	7,36	24,31
Toplam EFTA	974	342	8,98	28,07
İzlanda	570	766	9,41	23,66
Liechtenstein	-	-	-	-
Norveç	550	875	4,84	17,27
İsviçre	1256	339	11,67	33,90
Toplam Doğu Avrupa	77	330	13,22	53,41
Arnavutluk	3	196	-	3,53
Ermenistan	3	-	4,80	15,38
Azerbaycan	21	1090	25,04	-
Belarus	5	205	1,15	-
Bosna Hersek	4	162	27,59	-
Bulgaristan	46	139	8,06	28,59
Hırvatistan	421	760	14,64	57,61
Çekoslovakya	395	240	18,61	19,81
Estoniya	318	783	23,03	42,42
Macaristan	220	109	17,76	44,88
Kırgızistan	1	308	1,05	12,90
Litvanya	73	1876	12,61	16,16
Lithuania	93	1353	10,28	13,23
Polonya	217	433	34,41	35,43
Moldova	8	1000	4,11	31,73
Romanya	23	87	6,54	33,85
Rusya	47	471	7,75	56,27
Slovakya	125	708	7,63	32,58
Slovenya	618	1478	15,14	58,16
TFYROM	10	154	1,74	13,64
Türkmenistan	2	32	0,36	8,54
Ukrayna	4	248	1,75	6,86
Yugoslavya	4	143	2,33	-
Toplam diğer Avrupa	164	813	24,16	44,47
Kıbrıs	2257	856	120,40	51,02
Cibraitar	3067	1296	102,22	-
İsrail	524	1401	14,37	66,76
Malta	1716	602	36,41	28,63
Monaco	-	-	-	-
San Marino	-	-	-	-
TÜRKİYE	96	748	25,83	45,68
Toplam Avrupa	268	630	8,84	33,35

Kaynak: Tourism Market Trend, Dünya Turizm Organizasyonu (WTO) 1998.

5. Turizm yoluyla sağlanan döviz gelir ihracı ürünlerine göre daha az maliyet gerektirir.

Turizm sebep olacağı ekonomik etkili kısa maddeler halinde belirtirsek;

1. Döviz kazandırma yoluyla, ödemek bilançosu üzerindeki olumlu etkileri,
2. Gelir sağlama etkisi,
3. İstihdam imkanı sağlaması ve mevcut istihdam üzeride artırıcı etkiye sahip olması,
4. Genel ekonomideki değişme ve gelişme üzerine yaptığı olumlu etkiler,
5. Turistik mal ve hizmet üretiminin geliştirilmesi yolu ile bir takım ticari faaliyetlerin uyarılması ve teşvik edilmesini etkiler,
6. Devlet gelirine katkı sağlaması üzerindeki etkide bulunur.

Tablo 6'da Avrupa ülkeleri ekonomisinde turizmin yeri görülmektedir. Avrupa Topluluğu ülkelerinde turizmden en fazla payı Yunanistan, Portekiz ve İspanya almaktadır. EFTA ülkelerinde en fazla payı alan ülke İsviçre'dir. Doğu Avrupa ülkelerinde ise, Polonya, Hırvatistan ve Bosna Hersek göze çarpıyor. Diğer Avrupa ülkelerinde ise, Kıbrıs, Malta ve Türkiye görülmektedir.

2. Turizmin Ekonomik Etkileri

Ülke ekonomisine katkısı açısından turizm sektörünün önemi reddedilemez. Turizm bir ülkede ekonomik, sosyal, politik, sağlık, kültürel, finansal gibi çeşitli önemi vardır. Ülkelerin uluslararası turizme katılarak gittikçe daha büyük pay elde etmek için çaba harcamalarını sebebi, bir yandan milli ekonominin gelişmesine diğer yandan da sosyal refah düzeyine yaptığı katkıdır. Turizm ekonomik gelişmenin en önemli itici faktörüdür. Bu faktörün ekonomik gelişmedeki etkinliği ve önemi ülkenin turistik potansiyeline bağlıdır. Turizm gelirleri her şeyden önce milli gelirin artmasına sebep olmaktadır. Diğer taraftan mal ve hizmet ihraç etmeden döviz girişi sağlamaktadır. Zira

mal ve hizmetler yerinde tüketici tarafından tüketilmektedir. Turizm, milli ekonomi için önemli bir ek ihracat kaynağı oluşturmaktadır. Böylece turist çeken ülkelerin parasına talep artmakta ve o ülkenin parasının dış piyasalardaki değeri yükselmektedir .Turizm hareketleri sonucunda o ülkede turizm yatırımları artmakta ve istihdam hacmi genişlemektedir. Turistik tesislerin üzerinden alınan vergilerde turizmin finansal önemini ortaya koymaktadır. Turizm sektörünün ekonomik etkilerini burada hem parasal ekonomik hem de reel ekonomik etkileri adı altında inceleyeceğiz.

2.1. Turizmin Parasal Ekonomik Etkileri

Turizmin parasal ekonomik etkileri ekonomi açısından büyük önem arz etmektedir. Turizmin parasal ekonomik etkileri çok yönlüdür. Bu etkiler kendini, dış ödemeler dengesinde, yatırımda, gelirden, iç fiyatlarda ve devlet gelir ve harcamalarına sağladığı katkı olarak karşımıza çıkar. Bunların tümü tek tek incelenecektir.

2.1.1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Dış ödeme bilançosu genellikle, bir ülkede yerleşik kişilerin (ülke-sakinleri) belirli bir dönem içerisinde yabancı ülkede yerleşik kişilerle yaptıkları tüm ekonomik işlemlerin sonucunu gösteren sistematik bir kayıt şeklinde tanımlanır⁵⁶. Bir ülkenin ekonomik durumunu en güzel ve açık şekilde gösteren ölçü, o ülkenin ödemeler dengesidir.

Dış ödemeler dengesi, belli bir dönemde (genellikle bu süre bir yıldır) bir ülkenin diğer ülkelerle olan ekonomik ilişkilerin döviz cinsinden değerini göstermektedir. Başka bir ifade ile, dış ödemeler dengesi bir ülkeyi bir yıl içerisinde dış ülkelerle olan mal, hizmet, sermaye ve turistik ilişkilerden doğan döviz girdi ve çıktılarını toplu olarak gösteren tablodur. Bu tablo aktif ve pasif kısımlardan meydana gelir⁵⁷.

Aktif veya gelirler kısmı: Bu kısımda yer alan kalemler döviz girdisi sağlayan kalemlerdir. Bunlar “pozitif elemanlar” denir.

⁵⁶ Halil Seyitoğlu, *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*, 9. Baskı, İstanbul 1993. s: 137.

Pasif veya giderler kısmı: Bu kısımdaki kalemler döviz çıktısına neden olan kalemlerdir. Bunlara “negatif elemanlar” denir.

Bir ülkenin dış ekonomik ilişkilerinde toplam döviz girdisi/toplam döviz çıktısından fazla gösteriyor, iç ödemeler bilançosu “lehte” veya “fazla” olduğu, bunun aksi söz konusu olduğu zaman ise, “alehte” veya “açık” olduğundan söz edilir. Ödemeler bilançosu açıkları, talebin yapısı ile sermaye stoku yapısında meydana çıkan dengesizlikten kaynaklanıyorsa “temel açıkları”, kısa dönemdeki talep dalgalanmaları bağlı olarak meydana geliyor ise, “konjoktürel” açıktan söz edilir. Her iki açık durumda da dış dengenin kısa dönemde sağlanması için “üretimi arttırmaya veya harcamaları azaltmaya yönelik politikalar” izlenmelidir. Turizm, temel ve konjoktürel dengesizliklerin giderilmesinde harcama azaltıcı ve harcama kaydırıcı politikalar yanında, bir politika olarak görüldüğü, ekonomik fonksiyonlar bakımından etkili olabilir.

Turizm sektörünün bir ülke ekonomisi üzerindeki en belirgin özelliği, bir ihracat faaliyeti karakterinde olması, ödemeler dengesine etkide bulunmasıdır. İhracat, genel olarak bir ülkenin mallarını başka bir ülkeye döviz karşılığında satmasıdır. Bu işlem genellikle mal ve hizmetlerin dışarıya çıkarılması şeklinde karşımıza çıkar. Turizm olayında ise bu durum tamamen değişiktir. Turizmde, ülkede üretilen mal ve hizmetler söz konusu, nakliye, sigorta vb ek giderler olmaksızın satılmaktadır. Bu durumda, turistlerin ülkeye gelmesi, mal ve hizmet ihracının sonucunu doğurmaktadır.

Dış turizm bilançosu kavramı üzerinde duracak olursak, bir ülkenin diğer ülkelerle olan turistik ilişkileri sonucunda ortaya çıkan döviz dalgalanmalarının yıllık olarak gösteren bir bilançodur. Bu bilançoju dar ve geniş anlamda açıklayabiliriz;

Dar anlamda dış turizm bilançosu, turistlerin hareketlerinden doğan döviz transferleri olarak tanımlayabiliriz. Dışardan gelen turistlerin yaptıkları her türlü turistik harcamalar dış turizm bilançosunun aktif tarafında, vatandaşların dış ülkelerde yapılmış oldukları turistik harcamalar ise pasif tarafta yer almaktadır. Aktif ve pasif tarafta sonuçların karşılaştırılması sonucu bilanço üzerinde değerlendirmeye gidilir.

⁵⁷ Hasan Olalı, Alp Timur, a.g.e., s:40.

Tablo: 7- Dış Turizm Bilançosu

AKTİF	DEĞER	PASİF
1.Turistik Gelirler (Dış turizm Harcamaları)		1.Turistik gelirler
2.Turistik Özel Tüketim Malları İhracı.		2.Turistik özel tüketim malları ithali
3.Dış Turistlerin Ülkeler arası Ulaştırma Teşebbüs- lerine ödedikleri ücret		3.Turistik vatandaşların ülkeler arası ulaştırma teşebbüslerin ödedikleri ücret
4.Ülkedeyapılan yabancı turistik yatırımların kapitalinin ithali		4.Dış ülkelere yapılan turistik yatırım kapitalinin ihr.
5.Dış ülkelerdeki yabancı yatırımların ülkeye transfer ed.kar		5.Ülkede yapılan yabancı turistik yatırımların dış ülkelere transfer edilen yıllık karları
6.Milli turistik el emeği gelirlerinden ülkeye vaki döviz trans.		6.Yabancı turistik el emeğinin gelirlerinden yabancı ülkelere vaki taransferler
7.Yabancılar kiralanan turistik tesisler için alınan kira bed.		7.Dış ülkelere kiralanan turistik tesislere ödn.yıl.bed.
8.Dış ülkelerin,ülkede yaptıkları turistik reklam giderleri.		8.Ülkenin dış ülkelerde yaptığı turistik reklama gid.
9.Dış ülkelerin ülkedeki seyahat büroları giderleri.		9.Ülkenin dış ülkedeki seyahat büroları giderleri
10.Dış ülkelrin milli seyahat acentalarına ödedikleri komis.		10.Milli seyahat acentalarının dışülkelerdeki seya- hat acentalarına ödedikleri komisyon
11.Diğer turistik gelir transferleri.		11.Diğer turistik gider transferleri
Toplam		TOPLAM
Borç Bakiyesi		
TOPLAM		

K

Kaynak:Hasan Olalı-Alp Timur. Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri.

Geniş anlamda dış turizm bilançosu ise, turizme bağlı faaliyetlerden doğan tüm döviz transferlerini kapsar. Dış turizm bilançosunun aktif bir dönem içinde turistik faaliyetler sonucunda ülkeye giren döviz, pasif ise pasifi ise gene turistik faaliyetler sonucunda dış ülkelere döviz transferini gösterir. Geniş anlamda dış turizm bilançosunu oluşturan işlemin, ortaya çıkardıkları döviz arz ve talebine göre Tablo 7’de gösterilmiştir

Tablo:8-Avrupa Ülkelerinde Ödemeler Dengesinde Turizm

ÜLKELER	Hasılat (Kredi)			Harcama (Borç)			Denge		
	1985	1990	1996	1985	1990	1996	1985	1990	1996
TOPLAM AT	52,228	124,075	168,959	41,160	120,030	166,107	11,068	4,045	2,852
Avusturya	5,083	13,417	13,990	2,764	7,748	11,811	2,319	5,669	2,179
Belçika	1,663	3,721	5,893	2,050	5,477	9,895	387	4,756	4,002
Danimarka	1,326	3,322	3,425	1,410	3,676	4,142	84	354	717
Finlandiya	543	1,167	1,543	777	2,791	2,223	234	1,624	680
Fransa	7,943	20,184	28,357	4,557	12,423	17,746	3,386	7,761	10,611
Almanya	5,549	14,288	17,567	13,493	33,771	50,815	7,944	19,483	33,248
Yunanistan	1,428	2,587	3,723	368	1,090	1,209	1,060	1,497	2,514
İrlanda	531	1,453	3,003	429	1,163	2,222	102	290	731
İtalya	8,756	20,016	30,018	2,283	14,045	15,516	6,473	5,971	14,502
Luksemburg	147	290	295	-	-	-	-	-	-
Hollanda	1,661	3,636	6,256	3,448	7,376	11,370	1,787	3,740	6,114
Portekiz	1,137	3,555	4,265	235	867	2,353	902	2,688	1,912
İspanya	3,151	18,593	27,675	1,010	4,254	4,919	7,141	14,339	22,756
İsveç	1,190	2,906	3,653	1,967	6,286	6,441	777	3,380	2,788
İngiltere	7,120	14,940	19,296	6,369	19,063	25,445	751	4,123	6,149
TOPLAM EFTA	3,941	9,120	11,449	4,215	9,838	12,298	274	718	849
İzlanda	41	139	154	94	286	310	53	147	456
Norveç	755	1,570	2,404	1,722	3,679	4,509	967	2,109	2,105
İsviçre	3,145	7,411	8,891	2,399	5,873	7,479	746	1,538	1,412
Toplam Doğu Avrupa	3,970	7,745	27,982	332	2,561	24,589	3,138	5,184	3,393
Arnavutluk	-	7	11	-	4	7	-	3	4
Bulgaristan	409	320	388	48	189	199	361	131	189
Chechostov	307	-	-	300	-	-	7	-	-
Çekoslovakya	-	419	4,075	-	455	2,953	-	336	122
Slovakya	-	70	673	-	181	483	-	111	190
Macaristan	271	324	2,246	126	477	958	145	347	1,288
Polonya	118	358	3,400	184	423	6,240	166	65	2,160
Romanya	146	106	529	64	103	666	82	3	137
USSR	1,658	2,752	-	-	-	-	-	-	-
Ermeni	-	-	12	-	-	22	-	-	10
Azerbaycan	-	-	158	-	-	72	-	-	36
Belarus	-	-	48	-	-	97	-	-	49
Estonya	-	-	170	-	-	101	-	-	369
Kırgızistan	-	-	4	-	-	5	-	-	1
Latvia	-	-	182	-	-	348	-	-	166
Litvanya	-	-	345	-	-	270	-	-	5
Moldovya	-	-	33	-	-	38	-	-	5
Rusya	-	-	6,875	-	-	10,723	-	-	3,848
Türkmenistan	-	-	-	-	-	73	-	-	66
Ukrayna	-	-	202	-	-	250	-	-	8
Yugoslavya	1,061	-	-	110	-	-	951	-	-
Bosna	-	-	16	-	-	-	-	-	-
Hırvatistan	-	1,704	2,014	-	729	515	-	975	499
Slovenya	-	721	1,230	-	-	543	-	-	687
TFYROM	-	45	21	-	-	26	-	-	6
Yugoslavya	-	419	43	-	-	-	-	-	-
ToplamDiğer Avrupa	3,127	6,487	11,301	946	2,210	5,128	2,181	4,277	6,173
Kıbrıs	380	1,258	1,670	39	111	340	341	1,147	1,330
Gibrattar	15	112	92	-	-	-	-	-	-
İsrail	1,101	1,396	2,942	533	1,442	3,304	568	46	362
Malta	149	496	635	50	137	219	99	359	416
TÜRKİYE	1,482	3,225	5,962	324	520	1,265	1,158	2,705	4,697
TOPLAM AVRUPA	63,256	147,427	319,691	47,153	134,639	208,122	16,133	12,788	11,569

Kaynak: Torism Market Trends, Dünya Turizm Organizasyonu –1998.

Tablo 8’de Avrupa ülkelerinde ödemeler dengesinde turizmin yeri görülmektedir. Turizmin ödemeler dengesine katkısında Avrupa Topluluğundan en fazla payı 1996

itibarıyla İtalya, Fransa ve İspanya almaktadır. EFTA ülkelerinde en fazla payı İsviçre almaktadır. Doğu Avrupa ülkelerinde ise, Polonya ve Rusya Federasyonu görülmektedir. Diğer ülkelerde ise, en fazla katkıyı Türkiye ve İsrail almaktadır

Bir ülkenin dış turizm bilançosu yıllık olarak düzenlediğinde üç durum söz konusu olabilir⁵⁸.

1. Denk Turizm Bilançosu: Dış turizm bilançosunun denk olması, bir yıl içerisinde turizm faaliyetlerinden doğan döviz girdi ve çıktılarının eşit olduğunu ifade eder. Bu durumda turizmin ödemeler dengesi üzerinde dış dengeyi bozucu veya arttırıcı bir etkisi olmaz.

2. Aktif Dış Turizm Bilançosu: Aktif dış turizm bilançosu turistik faaliyetler sonucu ülkeye giren dövizin, çıkan dövizden fazla olduğunu gösterir. Bu durumda dış ödemeler bilançosu açıklarının giderilmesinde turizmin gücü ortaya çıkar. Bu durum istisnai bir durumdur.

3. Pasif Dış Turizm Bilançosu: Turistik faaliyetler sonucunda ortaya çıkan döviz çıktısının döviz girişinden fazla olmasıdır. İstenmeyen bu durumun ortadan kaldırılmasında, başka bir ifade ile, turistik döviz talebinin azaltılması amacıyla, kişi başına düşen turistik döviz miktarının daraltılması gibi önlemler getirilir.

Son yıllarda artan turizm gelirleri, özellikle belirli ülkelerde en önemli döviz kaynağıdır. Gelişmekte olan ülkeler açısından da ihracata göre avantajları daha fazla olan turizm sektörü, ülkeye sağladığı döviz gelirleriyle ödemeler dengesini sağlamada büyük önem taşımaktadır.

Uluslararası turizm sonucunda ortaya çıkan döviz hareketleri, turist gönderen ülkelerin döviz talebini, turist kabul eden ülkelerinde döviz arzını arttırıcı bir etkide

⁵⁸ Hasan Olalı, Alp Timur, a.g.e. s: 41.

bulunur. Turizmin ödemeler dengesindeki açıkları kapatmadaki önemini belirtirken bazı hususlara dikkat edilmesi gerekir. Bunlar⁵⁹:

Birinci şart; elde edilen dövizler için yapılan döviz giderleri ile döviz gelirleri arasındaki oran 1'den küçük olmalıdır.

İkinci şart; Kazanılan bir birimlik dövizin milli para olarak fiyatının 1'den büyük olması gereklidir. Yani net döviz kazancını bu kazancı elde etmek için yapılan ve milli para ile ifade edilen toplam giderden fazla olması gerekir.

Üçüncü şart; turizm sektörünün döviz getirisi payını, söz konusu ülkede turizm sektörü olmaması durumunda getireceği dövizden daha fazla olması gereklidir.

Turizmin ödemeler değeri üzerine etkilerini, ülke vatandaşlarının yurt dışına çıkması sonucu gelen etkiler ve ülkeye yurt dışından gelenlerin ortaya çıkardığı etkiler şeklinde incelemek mümkündür.

Ülkede yaşayanların yurt dışına çıkması sonucunda oluşan turistik hareketler sonucunda ülke dışına döviz çıktığı için ödemeler dengesi olumsuz yönde etkilenir, bunun tersi olarak dışardan ülkeye gelen turistlerin getirdikleri döviz ise, ödemeler dengesine olumlu etkide bulunur.

Dış turizm bilançosu ayrıntılı olarak incelendiğinde, uluslararası turistik hareketlerin yalnızca ülkeye turist giriş ve çıkışı ile olmadığı görülecektir. Bu sebeple turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini, dış turizm bilançosunu değişik bir yaklaşımla inceleyerek açıklamak mümkündür. Turizmin ödemeler dengesine etkilerini birincil, ikincil ve üçüncül etkiler şeklinde değerlendirebiliriz;

Birincil etkiler yurt dışından gelen turistlerin yaptıkları günlük harcamalar sonucu ortaya çıkar. Doğrudan ve hızlı meydana geldikleri için nispeten ölçülmesi kolay etkilerdir. Söz konusu harcamalar konaklama, eğlence, alış veriş, ulaştırma gibi alt

⁵⁹ Alp Timur, "Turizm Ekonomik Etkileri ve Türkiye Bakımından Bir Değerlendirme" (Doçentlik Tezi) Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi, İzmir 1986 s:4..

başlıklarda kolayca belirlenebilir. Bu harcamalardan elde edilen dövizler ödemeler dengesini olumlu yönde etkilemektedir.

İkincil ve üçüncül etkiler daha karmaşık olduklarından açıklanmaları oldukça zordur. Ülke dışı pazarlama harcamaları, görünen turistik ithalat, seyahat acentalarının komisyonları, yabancı yatırımların kar payları ve faiz ödemeleri bu grupta ele alınmaktadır. Turistik hizmetlerden elde edilen gelirlerin diğer mal ve hizmet arasında bulunan işletmelere yansması sonucunda ödemeler dengesine yansmaları da bu etkilere dahil etmeleri gerekmektedir.

Turizmin ödemeler dengesine etkisi belirlenmeye çalışılırken daha çok birincil etkiler üzerinde durulmaktadır. İkincil etkiler, daha çok turizmin gelir, istihdam, katma değer, devlet gelirleri ve harcamaları gibi etkiler hesaplanırken dikkate alınmaktadır.

2.1.2. Turizm Yatırımlarını Ekonomi Üzerindeki Etkisi

Turizm yatırımlarının, ekonomiye olan etkilerinin inceleyebiliriz. Bu etkiler;

- a. Üretimi Arttırır,
- b. İstihdamı Arttırır,
- c. Ödemeler Dengesinde Olumlu Etki Yaratır,
- d. Dengeli Bir Kalkınma Sağlar.

a. Üretimi Arttırır: Turizm yatırımları bilendiği üzere üretimi arttırır. Diğer sektörler gibi turizm sektörü de üretimi başka sektörlerden aldığı girdilerle sürdürmektedir. Konaklama kuruluşlarının yatırımları örnek alındığında, temel malları üreten sektörlerden girdiler almak zorunluluğu doğar. Bu temel malları üreten sektörlerde çimento, demir, alüminyum, pik borular, tuğla, doğrama, elektrik tesisatları, yeni kaba inşaatta kullanılan boya ve donatımda kullanılacak mallar, mutlak suretle bu malları üreten sektörlerden alınacaktır.

Turizm yatırımlarının temel mallara olan talebi arttırması, ilgili sektörlerin kapasitelerini arttırmalarına ve yeni yatırımlar yapmalarına yol açacaktır. Bu gelişme temel mal üretimi yapan kuruluşlarda istihdamın arttırılmasına sebep olacaktır. Turizm malları ve yatırımları tamamlanıp, işletmeye açılmış olan turistik kuruluşların özellikle tüketim mallarına olan ihtiyacı, tüketim talebini arttıracığından, tüketim malları üretiminin de o çerçevede artmasına sebep olacaktır. Görüldüğü gibi turizm yatırımları birbirine bağlı olarak gelir yaratmakta, gelirlerde devamlı olarak üretim artmasını sağlamaktadır. Yatırımların arttırılması input-outputları harekete geçireceğinden ve devamlı yeni gelirlerin yaratılmasına sebep olacağından bu artışlar ekonomiye direkt etki yaparak bir taraftan gelirin, diğer taraftan da üretim artmasını sağlayacaktır.

b. Turizm Yatırımları İstihdamı Arttırır: Ekonomide arzu edilen durum, üretim faktörlerinin tamamının üretim faaliyetlerinde kullanılmasıdır. Bu da emek faktörünün tam istihdam halinde olması demektir. İstihdamı arttırmakta iş sahası açmakla sağlanabilir. İş sahası açmakta ancak yatırımlarla mümkündür⁶⁰.

Bir ekonomide, çalışabilir yaştaki nüfus içinde çalışmak isteyipte, asgari ücret seviyesinde iş bulamayanlar, işsizliği ifade eder. Bu da eksik istihdamın eksikliğini gösterir. Eksik istihdam mevsimlik ivedi, gizli, teknolojik, arazi, konjektürel olabilir. Bu tür işsizliklerin azalmasında turizm yatırımlarının önemi çok büyüktür. Yatırımların karakteri işsizliği gidermede büyük önem taşır. Çünkü turizm yatırımlarında yan kuruluşlardan oldukça ölçüde yararlanıldığı için yaygın bir istihdama yol açar yani turizmin istihdam yaratma gücü oldukça fazladır.

c. Ödemeler Dengesine Olumlu Etkisi: Turizm yatırımlarının diğer sektörlerdeki yatırımlar ile karşılaştırıldığında ithal mallara daha az ihtiyaç duyulduğu görülür. Örneğin bir sanayi kuruluşunda yatırım süresi içinde ithal mallarının %50 döviz harcaması gerektiği halde turizm yatırımlarında %7 döviz harcaması gerekir⁶¹. Bu durum gelişmekte

⁶⁰ Şevket Günay; **Turizm ve Ekonomisi**, Ankara, 1989. S:52

⁶¹ Muharrem Beşir; **Turizm Yatırımları ve Harcamalarının Ekonomiye Olan Direkt ve Endirekt Etkileri**, T.C. Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, Uzmanlık Tezi, 1993 Ankara,s:47

olan ÷lkelerde, sanayide kullanılan üretim mallarının yokluğundan ileri gelmektedir. Bunun yanı sıra doğal g÷zelliklerini koruyan az gelişmiş ÷lkelerde turizm için gerekli olan doğal kaynaklar ve hammaddeler ilgili ÷lkelerde üretilebildiğinden yatırım için gerekli hammadde iç piyasadan temin edilebilmekte bu durumda ekonomik gelişmelere yol açmaktadır.

Turizm yatırımları turizm için gerekli olan arz tesislerini artmasına sebep olduğundan daha fazla turistin konaklatılmasına imkan verecektir. Böylece ÷lkeye gelen turist sayısı ve turizmden sağlanan gelir daha yüksek olacaktır. Dolayısıyla elde edilen dövizler ödemeler dengesinde olumlu etki yapacak ve ödemeler dengesi açığının kapatılmasına yardımcı olacaktır.

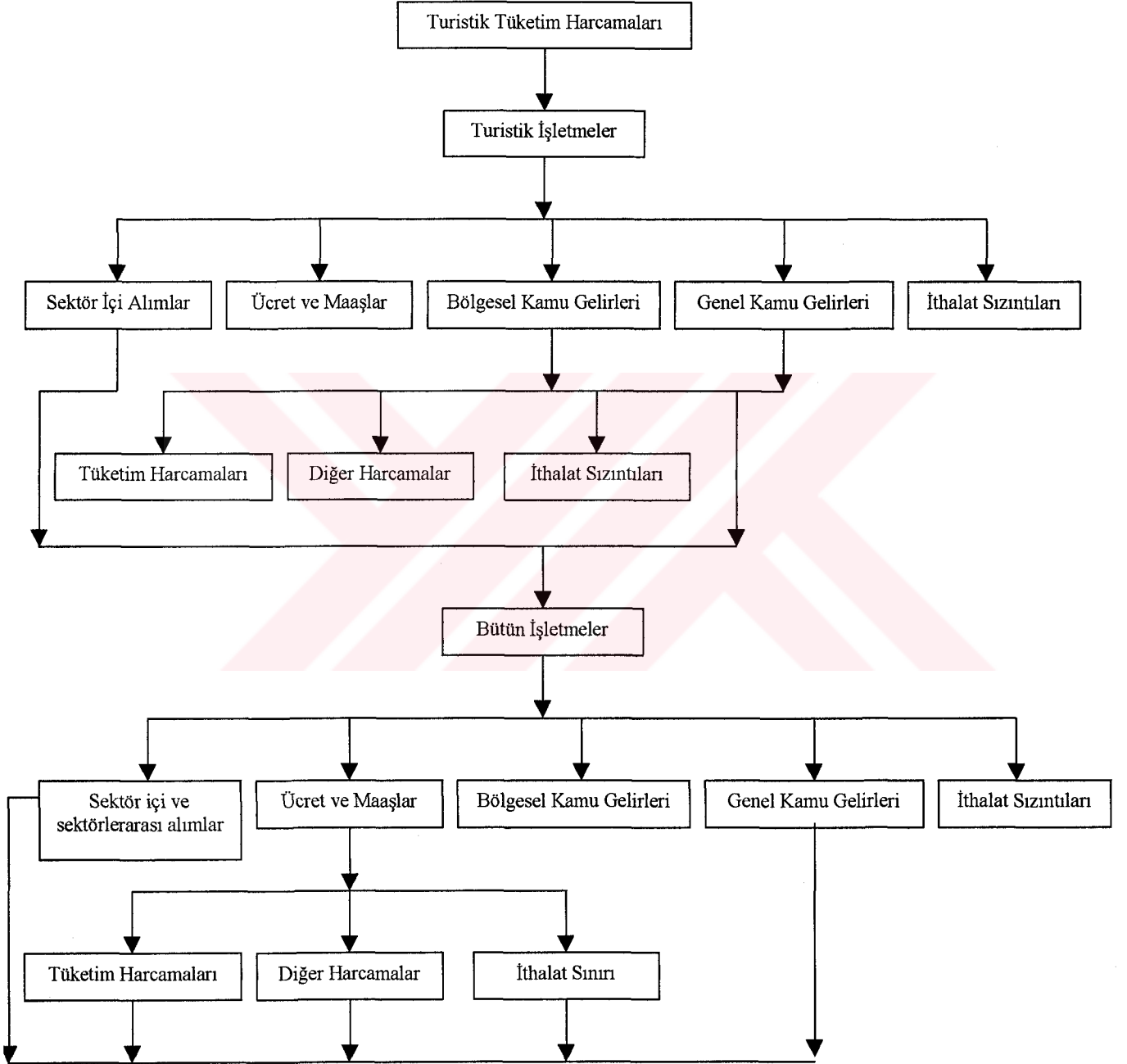
d. Dengeli Kalkınmadaki Etkisi: Bir ÷lkenin bütün bölgeleri gelişmişlik, tarım, sanayi bakımından aynı özellikleri göstermez. Konuyu bu açıdan ele aldığımızda turizmin bir ÷lke açısından dengeli kalkınmadaki önemi daha iyi anlaşılır. Genellikle tarihi ve doğal g÷zellikleri olan yurt köşeleri, sanayi ve ticaret merkezlerinden sahil ve dağlık yörelerdir. Bu yörelere yol, su, elektrik, haberleşme gibi alt yapı yatırımları ve konaklama , eğlenme, spor yapma imkanları sağlayan turistik kuruluşlar oluşturmak için turizm yatırımları yapılır. Turizmin gelişmesi, yatırımların yarattığı yararlar yanında bu bölgelerin tanınmasına, kültürel alışverişine, sosyal ve ekonomik yönden kalkınmasına yardımcı olur. Turizm sektörü ve onun yaratacağı ekonomik ve sosyal sonuçlar bu yöre fertlerini, sanayisi, tarım ve ticareti ilerlemiş bölgelerde yaşayanlara kıyasla bir kalkınma ve refah seviyesine yükseltecek ve bu da dengeli kalkınmayı sağlayacaktır.

2.2.3. Turizmin Gelire Etkisi

÷lke dışından gelen turistler ile iç turizme katılan ÷lke vatandaşlarının yapmış olduklar turistik harcamalar ile artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılmış olan turistik yatırımcılar gerek turizm sektöründe, gerekse sektöre katkıda bulunan diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin gelirini oluşturur.

Şekil 5’de turistik harcamaların ekonomi içindeki akımı konusunda bizi söz sahibi yapmaktadır.

Şekil 5 – Turistik harcamaların ekonomi içindeki akımı



Kaynak: Hasan Olalı – Alp Timur, a.g.e., s. 58.

Turistik tüketim harcamaları ile turistik yatırım harcamaları direkt olarak ortaya çıkan gelir etkisi yanında, bu harcamadan gelir olarak bünyesine katan ekonomik birimlerin durumlara bağlı olarak gerçekleştirdikleri harcamalar, ekonomik devir ederek dolaylı şekilde yeni gelirlerin oluşmasını sağlamaktadır. Bu işlem sonucu meydana çıkan nihai turizm geliri, içindeki ve dışardan gelen turistlerin yapmış oldukları turistik tüketim harcamaları ile turistik yatırım harcamalarına oranla oldukça yüksektir.

Turizm harcamaları içerisinde turistik işletmeler için kullanılan kısmı, bu işletmeler için dolaysız bir etki oluşturmaktadır. Dolaysız turizm gelirlerini elde eden işletmelerin bunları kullanması sonucu, devir ederek dolaylı gelirlerin meydana gelmesini sağlayacaktır. Buna bağlı olarakta, personele ödenen maaşlar ve ücretler, stok alımları, ek talep için gerekli istihdam ve ücretlerin artırılması sonucunu doğuracaktır.

Ekonomide turizmin gelir yaratıcı etkisi “çarpan” kavramı ile açıklanabilir. Çarpan kavramı, marjinal harcamaların, ihracatın ve tüketim eğiliminin gelirler üzerindeki teorik ve kantitatif etkisini tayin eden katsayı veya harcamalardaki değişmelerin milli gelirde neden olduğu değişme oranı şeklinde tanımlanabilir⁶².

Açık ekonomide ise, basit çarpan modeline bağlı kalarak, yurt içi harcamalarının belirli bir bölümünü ithalata ayrılacağı ve dış sızıntının otonom harcamaların gelir yaratıcı etkisini azaltılacağı düşünüldükçe açık sistem çarpanında iç faktörlerdeki otonom değişiklikler yanında dış ticaretteki değişikliklere de yer verilmiş ve aşağıdaki formülle ifade edilmiştir⁶³

$$k = \frac{1}{1 - mpc + mpm}$$

Formülde;

k: Çarpan katsayısını

⁶² Adem Şahin, a.g.e, s. 39.

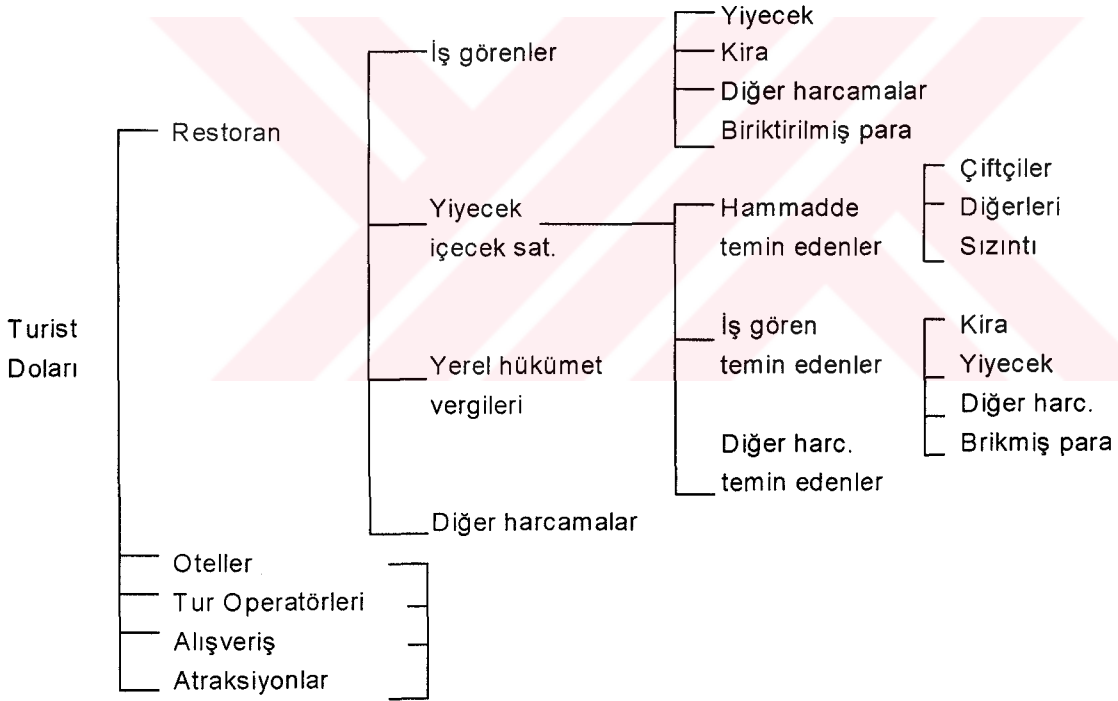
⁶³ Hasan Olalı, Alp Timur: a.g.e., s: 57, Richard G. Ulpsy: Economics New York, 1973.

mpc: Marjinal tüketim eğilimi;

mpm: Marjinal ithalat eğilimini ifade etmektedir.

Marjinal ithalat eğiliminin artmasına bağlı olarak, turistik tüketim harcamalarının gelir yaratıcı etkisi önemli ölçüde azalma gösterecektir. Buna bir örnek verecek olursak; marjinal tüketim eğiliminin (mpc) 0.752 olduğu bir ekonomide, marjinal ithalat eğilimi (mpm) 0, iken gelir çarpanı 4.03, marjinal ithalat eğilimi (mpm) 0.011 iken gelir çarpanı 3.86'ya düşmektedir.

Tablo:9-Turizmde Çarpan Etkisi



Kaynak: Michel M. Coltman, Introduction To Travel and Tourism . New York 1989 s:224.

Turizmde çarpan etkisini daha iyi anlayabilmek açısından Tablo 9'a bakabiliriz. Bu tabloda turistin bırakmış olduğu dövizin nasıl diğer birimlere dağıldığı görülmektedir.

Çarpan sonuçları genelde parasal ölçülere dayanmaktadır. Keynes'in basit çarpan modelinde ekonominin bütününe ele almasına rağmen, sektörler arası denge ve sektörler içi etkiler hesaba katılmamıştır. Bunun sonucunda, günümüzde geleneksel çarpan tahlilleri yanında, her sektör için ayrı bir çarpan analizi yapmak ve sektörel çarpan tipleri üzerinde durmak ihtiyacı duyulmuştur. Ayrıca bütün çarpan etkilerinin de kendisini statik analizde tam olarak göstermesi mümkün olmadığından, gelirlerin elde edilmesi ile harcanması arasında geçen sürelerin (time-lags) dönen analizleri yöntemi ile incelenmesi gerekmektedir.

Turistlerin yapmış oldukları turistik harcamalar sebep olduğu gelir artışı, turist gelir çarpanı formülü ile hesaplanabilir⁶⁴.

$$\Delta R = K \cdot R_t$$

Formülde;

ΔR : Gelir artışını

R_t : Brüt dış turizm gelirini

k : Turistik gelir çarpan katsayısını ifade etmektedir

Bu durumdur sonucunda “ k ” turistik gelir çarpan katsayısının hesaplanmasında kullanılan formüller önem kazanmaktadır. Bu formülü şu başlıkla halinde verebiliriz;

a) Michael Petus tarafından “Geleneksel Keynesyen Gelir Çarpanı”ndan yararlanılarak geliştirilen turistik gelir çarpanı hesabından;

$$k = \frac{1}{1 - mpc + mpm}$$

Formülde

⁶⁴ Hasan Olalı, Alp Timur: a.g.e., s. 57, Richard G. Ulpsy: Economics New York, 1973.

K: turistik gelir çarpanı

mpc: Marjinal Tüketim Eğilimi,

mpm: Ülke vatandaşlarının yurt dışında marjinal tüketim eğilimini ifade etmektedir.

b) Donald E. Lundberg tarafından geliştirilen formül;

$$k = \frac{1 - tpm}{1 - mpc + mpm}$$

Formülde;

tpm: Ülkeye gelen turistlerin ithal malı tüketim eğilimini ifade etmektedir.

c) Marion Clawson ve Jack L. Knetsch tarafından geliştirilen formül;

$$k = \frac{A}{1 - BC}$$

Formülde;

A: Birinci aşamada ülke dışında sızan turistik harcamalar çıkarıldıktan sonra ülkede kalan gelir oranı.

B: Ülke vatandaşlarının ülkede üretilen mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaları toplam gelire oranını.

C: Ülke halkına gelir olarak kalan kısmın harcamalara oranını ifade etmektedir.

Turizmde gelir çarpanı her zaman avantajlı olmayabilir. Turistler tarafından tüketim için harcanan para bazen fayda sağlamayıp akıp gidecektir. Ekonomi dilinde bu karşımıza “sıkıntı” olarak çıkar. Bunu bir örnekle açıklarsak; bir turistik bölge başka bir bölgeden mal ithal ederse bu mallara ödenmek üzere para turistik bölgeyi terk edecek ve o

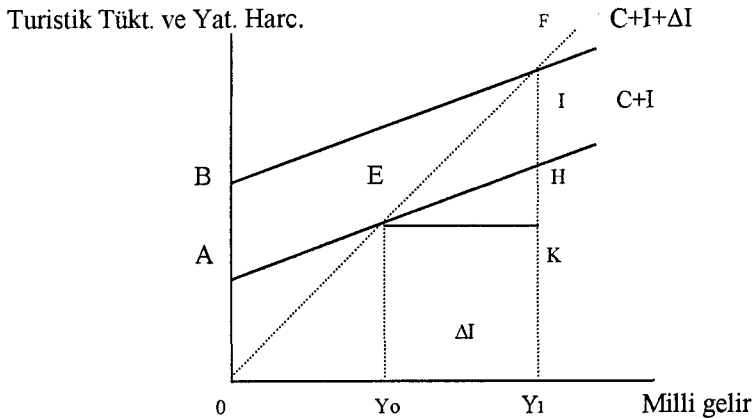
yörenin gelir çarpan etkisi azalacaktır. Her şeye rağmen, yöresel mağazalar, nakliye şirketleri, ithalatçıları, sızıntının yok edilmesine yardımcı olmak amacıyla bu malların yerel bölgede iş imkanı yaratacak üretilmesine çalışmaktadır.

Turizmin gelire etkisini tam olarak belirtmek için turistik tüketim harcamalarını gelire etkisi yanında, turistik yatırım harcamalarının da gelir ve etkisini incelemek gerekir. Turistik yatırımda ekonomideki her yatırım gibi gelir meydana getirdiğinden turizm sektörü için ayrı bir çarpan analizine ihtiyaç vardır. Turizm ekonomisinde, turistik yatırımın meydana getirdiği eşit kılan (k) kat sayısına “turistik yatırım çarpanı” adı verilmektedir⁶⁵.

Turistik üst yapı tesislerinin inşa edilmesi, daha çok işçi inşaat malzemesi gerektirecektir. Bu yolla yatırım harcamalarında meydana gelen artış, ilk andan itibaren, ekonomiye yavaş yavaş yayılarak bir harcama ve gelir artışını ortaya çıkarmaktadır. İlk önce yatırım artışı kadar bir gelir artışı olur, çünkü yatırımda artış oluşması, artan yatırımları gerçekleştirecek mal ve hizmetlerin satın alınması demektir.

Turistik yatırımların gelir etkisine bir grafikte gösterecek olursak;

Şekil 6. Turistik Yatırımın Gelire Etkisi



Kaynak: Hasan Olalı, Alp Timur, a.g.e., s. 73, Orhan İçgöz; a.g.e, s. 52.

⁶⁵ Alp Timur, a.g.e., s: 191.

Şekil 5'te, yatay eksenle milli gelir (Y), dikey eksenle ise turistik tüketim (C) ve yatırım harcamaları (I) gösterildiğinde, (C+I) eğrisi turistik tüketim ve yatırım harcamalarını, (C+I + ΔI) eğrisi ise, ΔI kadar yen yatırım yapıldığında toplam harcamalar ifade etmektedir.

Efektif talep fonksiyonu (C+I) otonom yatırımlardaki ΔI kadar bir artış sonucu yukarı kaymış ve milli gelir denge seviyesi Yo'dan Y1'e çıkarmıştır. Yo Y1 veya EK aralığı, gelir artışını belirlemek üzere Y olarak tanımlanabilir. Sadece otonom yatırımların dikkate alındığı modelde, efektif talep doğrusunun eğiminin marjinal tüketim eğilimine eşit olduğu bilindiğinden⁶⁶, otonom yatırım artışı ile gelir artışı arasında ilişki kuran formül ise;

$$Ay = \frac{1}{1 - mpc} AI \text{ veya } Ay = k.AI$$

Formülde;

Ay: Gelir Artışını

K: Turistik Yatırım çarpanını

mpc: Marjinal tüketim eğilimini

AI: Turistik yatırımlardaki artışı ifade etmektedir.

İster turistik tüketim harcamaları ve isterse turistik yatırım harcamaları bağlı olarak ortaya çıksın, turizmin ekonominin bütününde ortaya çıkaracağı gelir etkisinin, ilk etapta harcamanın kendisine eşit, daha sonra meydana getireceği dolaylı etkiler sonucu, harcama miktarının epey üzerinde gerçekleşeceği açıktır. Burada önemli olan, sektörde meydana gelebilecek 1 birimlik tüketim veya yatırım harcamasının ekonominin geneli üzerindeki etkisini, mümkün olan en yüksek makam ile ifade edilebilir halk getirebilmektedir.

Turizm sektöründe oluşan otonom yatırımlar, çarpan etkisiyle milli geliri arttırırken, diğer taraftan otonom yatırımları sonucunda gelir-tüketim akımının yarattığı

uyarılmış yatırımları milli gelirdeki artışı hızlandıracaktır⁶⁷. Turizmdeki otonom yatırımların yarattığı gelir artışı, talebi de arttıracığı için buna bağlı olarak sektördeki diğer yatırımları uyaracaktır. Ancak, sadece çarpan etkisinin söz konusu olduğu bir durumda, gelir düzgün bir yol takip ederek devamlı yükselirken, hızlandırıcısında etkisiyle sektörel yatırımların gelir etkisi dalgalanmalı bir yapı gösterecektir

Turizmde En Çok Gelir Kazanan Ülkeler bakımından incelendiğinde, ülkeleri turizm gelirlerine göre sıraladığımızda girişlerdeki sıralama ile çok küçük farklılıklar olduğunu görmek mümkündür. Bu gruptaki sıralamada ilk 5 sıradaki ülkeler bölgedeki toplam turizm gelirinin %56'sını kapsamaktadır.(Tablo 10)

İtalya, turist girişinde daha geride yer alırken gelir sıralamasında 1. sırada yer almaktadır. Onu Fransa ve İspanya takip etmektedir. Yine Polonya 1985 yılı sıralamasına bakıldığında, 1997 yılında 7. Sırada yer alarak turizm gelirinde büyük artış göstermektedir.

Sıralamadaki son on ülkeye bakıldığında Çek Cumhuriyeti, Macaristan, İrlanda ve Portekiz sıralamada yükselirken; Danimarka, Belçika ve İsrail'de düşüş görülmektedir.

Artış hızına bakıldığında, 1996 yılına oranla Türkiye'de gelirler %17'yi aşmıştır. Macaristan'da gelirlerde %14'den fazla artış görülmektedir.

Turizm gelirleri, Avusturya, İsviçre, Çek Cumhuriyeti, Danimarka ve İsrail'de düşmüştür. İtalya, Fransa ve İspanya'da turizm gelirlerindeki düşüş Amerikan Dolarının ulusal para birimlerine karşı güçlü olmasının bir yansımasıdır. Ulusal para birimlerinde uluslar arası turizmden elde edilen gelir bu ülkeler için olumludur. Bu verileri Tablo 10'da görülmektedir.

⁶⁶ Erdoğan Alkin, **Gelir ve Büyüme Teorisi**, Elektronik Ofset, İstanbul 1975, s:109.

Tablo:10-Avrupa’da Turizmde En Çok Gelir Kazanan İlk 20 Ülke

Sıra			Ülkeler	Hasılat (mn US\$)	% değişim	% lik toplam
1985	1990	1997		1997	1997-96	1997
1	2	1	İtalya	30,000	0,1	13,8
3	1	2	Fransa	28,316	0,1	13,0
2	3	3	İspanya	26,595	3,9	12,2
4	4	4	İngiltere	20,569	6,6	9,4
5	5	5	Almanya	16,418	6,5	7,5
6	6	6	Avusturya	12,393	11,4	5,7
28	27	7	Polonya	8,700	3,6	4,0
7	7	8	İsviçre	7,960	10,5	3,7
11	12	9	TÜRKİYE	7,000	17,4	3,2
10	14	10	Rusya Federasyon	6,669	3,0	3,1
9	9	11	Hollanda	6,697	5,5	3,0
8	8	12	Belçika	5,997	1,8	2,8
15	10	13	Portekiz	4,350	2,0	2,0
12	15	14	Yunanistan	3,800	2,1	1,7
14	13	15	İsveç	3,785	3,6	1,7
23	25	16	Çekoslovakya	3,700	9,2	1,7
20	18	17	İrlanda	3,250	8,2	1,5
13	11	18	Danimarka	3,159	7,3	1,4
16	19	19	İsrail	2,800	4,8	1,3
24	22	20	Macaristan	2,570	14,4	1,2
TOPLAM				204,628	0,9	93,8
TOPLAM AVRUPA				218,046	0,7	100,0

Kaynak:Tourism Market Trend. Dünya Turizm Organizasyonu (WTO) 1998

Tablo:11 Bölgelere Göre Uluslararası Turizm Gelirleri Eğilimi
(Ortalama Yıllık Artış Oranı, 1988-1997)

ÜLKE	1988 ve 1997 Arasında Getiri US\$ Milyar	Ortalama Yıllık Büyüme Oranı (%)		
		1988-92	1993-97	1988-97
Afrika	4,1	7,7	8,3	7,3
Amerika	69,3	13,6	7,2	10,0
Doğu Asya/Pasifik	52,7	11,6	12,2	11,8
Avrupa	106,7	10,6	7,6	7,8
Orta Doğu	4,4	3,6	12,1	8,3
Orta Asya	2,3	10,5	11,1	9,3
DÜNYA	239,4	11,4	8,4	9,0

Kaynak : Tourism Market Trends. Dünya Turizm Organizasyonu (WTO) 1998

Tablo 11’de görüldüğü üzere, Doğu Asya ve Pasifik 10 yıllık dönem boyunca en yüksek gelişme oranı göstermiştir. Bunları turizm gelirlerinde dünya ortalama artışlarının üstünde olan tüm bölgeler ve Amerika ile Güney Asya izlemiştir. Orta Doğuda, Mısır’a turizmin canlanmasını yansıtarak 10.yılın ikinci yarısında hızlı gelişmeyi göstermektedir. Bu eğilimler ihtiyatla yorumlanmalıdır, diğer kurlara göre ABD dolarının değeri tarafından etkilenmektedir. Değer olarak turizm gelirleri 1988-1997 arasında 239 milyar USD fazla artmıştır, bunun %44.6’sı Avrupa’ya aittir, bunu Amerika %28.9 ve Orta Asya ile Pasifik %22 ile izlemektedir

Tablo:12-Dünyada Turizmden En Fazla Gelir Kazanan Ülkeler

Ülkeler	Milyar Dolar			
	1997	1998	1999	1999 Sıralama
A.B.D.	75,0	71,2	73,0	1.
İtalya	30,0	29,8	31,0	2.
İspanya	27,1	29,7	25,1	3.
Fransa	27,9	29,9	24,6	4.
İngiltere	20,5	20,9	20,9	5.
Çin	12,5	12,6	14,0	6.
Avusturya	12,3	11,1	11,2	7.
Kanada	8,9	9,3	10,2	8.
Almanya	16,4	16,4	9,5	9.
Meksika	7,5	7,8	7,8	10.
Rusya Fed.	7,1	6,5	7,7	11.
Avustralya	9,3	7,3	7,5	12.
İsviçre	7,9	7,8	7,3	13.
Hollanda	6,5	6,8	7,0	14.
Hong Kong	7,9	7,0	7,0	15.
Tayland	8,7	5,9	6,6	16.
Polonya	8,7	7,9	6,1	17.
Arjantin	5,0	5,3	5,6	18.
G. Kore	5,2	5,8	5,6	19.
Yunanistan	3,7	5,1	5,4	20.
TÜRKİYE	7,0	7,1	5,0	21.
Portekiz	4,2	4,8	4,9	22.
Brezilya	2,6	3,6	4,4	23.
Singapur	7,9	5,1	4,3	24.
Mısır	3,7	2,5	3,8	25.
Çek Cum.	3,6	3,7	3,6	26.
Hırvatistan	2,5	2,7	2,5	30.

Kaynak: Tourism Market Trends. Dünya Turizm Organizasyonu (WTO) 1998

Dünyada turizmden en fazla gelir sağlayan ülkeler açısından incelediğimizde Tablo 12’de en fazla geliri sırasıyla, 1999 yılına göre sırayla 75,0 milyar dolarla ABD, 31,0 milyar dolarla İtalya 25,1’le İspanya ve onu 24,6 milyar dolar ile Fransa izlemektedir. Türkiye bu ülkeler içerisinde 5,0 milyar dolar ile 21. sırada yer almaktadır.

Turizmde harcama yapan ülkeler açısından geliri incelediğimizde, turizme en fazla harcama yapan ülkeler içinde 51 milyar Dolar ile 1996 yılında Almanya 1. sırayı almaktadır. Avrupa’da Almanya’yı İngiltere ve Fransa takip etmektedir. İtalya, harcamada da ilk beşte yer almaktadır. İsveç ve Belçika 1995 yılına oranla 1996 yılında ilerleme kaydetmişlerdir ve hesaplama metodunu değiştirmesi nedeniyle en fazla harcama yapan ülkeler metodunu değiştirmesi nedeniyle en fazla harcama yapan ülkeler grubunda Polonya’da 10. Sırada yer almıştır: Her zaman geleneksel olarak turist alan bir ülke bilinen Türkiye, buna bağlı olarak yüksek harcama grubunda yerini almıştır. 1985’ten beri İspanya’da turist gönderen bir ülke konumuna gelmiştir. Çek Cumhuriyeti ve Türkiye, en yüksek harcama artışını gösterdiği için önemlidir. İtalya, İsveç, Polonya ve İspanya 1995 yılı ile karşılaştırıldığında, 1996 yılında iki kat ilerleme göstermiştir. Rusya Federasyonu, Finlandiya, Danimarka, Almanya ve Hollanda sırasıyla %4-%1 düşüş göstermişlerdir⁶⁸.

⁶⁸ Tourism Market Trends, Dünya Turizm Organizasyonu (WTO), 1998.

Tablo:13 Avrupa’da Turizme Harcama Yapan Başlıca 20 Ülke

Sıra			Ülkeler	Hasılat (mn US\$)	% lik değişim	% lik toplam
1985	1990	1997		1997	1997-96	1997
1	1	1	Almanya	50,815	2,6	24,4
2	2	2	İngiltere	25,445	4,9	12,2
3	4	3	Fransa	17,746	8,7	8,5
7	3	4	İtalya	15,516	24,9	7,5
5	5	5	Avusturya	11,811	1,3	5,7
4	6	6	Hollanda	11,370	0,7	5,5
-	-	7	Rusya Fed.	10,723	7,6	5,2
8	9	8	Belçika	9,895	7,4	4,8
6	8	9	İsviçre	7,479	1,8	3,6
9	7	10	İsveç	6,441	14,6	3,1
20	22	11	Polonya	4,240	13,5	3,0
12	10	12	İspanya	4,919	10,3	2,4
10	11	13	Norveç	4,509	6,8	2,2
11	12	14	Danimarka	4,142	3,2	2,0
14	14	15	İsrail	3,304	5,0	1,6
18	21	16	Çekoslovakya	2,953	80,8	1,4
19	17	17	Portekiz	2,353	9,9	1,1
13	13	18	Finlandiya	2,223	4,1	1,1
15	15	19	İrlanda	2,222	9,5	1,1
17	19	20	TÜRKİYE	1,265	38,7	0,6

Kaynak: Tourism Market Trends. Dünya Turizm Organizasyonu (WTO) 1998

Turizm harcamaları yapan Avrupa ülkeleri arasında en fazla payı 51 milyar dolar ile Almanya almaktadır. İngiltere, Fransa ve İtalya onu takip etmektedir. Türkiye bu sıralama içerisinde %0.6 ile 20 sırada yer almaktadır. Çek Cumhuriyeti ve Türkiye en yüksek harcama artışını gösterdiği için önemlidir. İtalya, İsveç, Polonya ve İspanya 1995 yılı ile karşılaştırıldığında, 1996 yılında iki kat ilerleme göstermiştir. Rusya Federasyonu, Finlandiya, Danimarka, Almanya ve Hollanda sırayla %4-%1 Oranında düşüş göstermişlerdir. (Tablo 13)

2.2.4. Turizmin İç Fiyatlara Etkisi

Fiyat gerek ulusal, gerekse uluslararası piyasada turizm talebini etkileyen en önemli ekonomik faktörlerden birisidir. Fiyat, turist gönderen ülke açısından ele alındığında, gidilen yerin çekim gücü, ulaşma şartları, seyahat öncesi bilgi ve hizmetler, ilişkiler ve o yerin çekim merkezi imajı gibi faktörlerle birlikte turist çeken, ülkeye yönelik talebin belirleyicisi olmaktadır⁶⁹. Turizm faaliyeti dönemlerinde kişi turizm faaliyetlerini yerine getirirken birçok faktörü göz önünde bulundurur. Bu faktörlerin en önemlilerinden birisi de fiyat olarak karşımıza çıkar. Turizm gereksinimine ihtiyaç duyan ülkeler bu gereksinimden ülke fiyat durumuna büyük önem gösterir ve buna göre gideceği yer üzerinde belirleyici etkiye bulunur. Ayrıca uluslararası piyasadaki rekabet şartlarının olması fiyat faktörünün önemini başka bir açıdan ortaya koymaktadır. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında bir değişme olduğunda yani mal ve hizmet fiyatlarında bir düşüş söz konusu olduğunda, bir tarafta tüketim şekli değişecek, diğer taraftan da arz bir miktarda etkilenecek, turist adayları bunun karşısında değişik alternatifler karşılamış olacaklardır.

Turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında ortaya çıkan değişmeler karşısında, turizm talebi etkilenmektedir. Gelir bakımından, turist mal ve hizmetlerinde meydana gelecek bir fiyat artışı, turistin gelirine etkide bulunmasa dahi, reel yönden turistin satın alma gücünün azalacağı ve buna bağlı olarakta turizm talebinde de azalma meydana gelecektir. İkame açısından dikkate aldığımızda ise, turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında artış meydana geldiğinde, turist daha ucuz olan mal ve hizmetleri pahalı olan mal ve hizmetlerin yerine ikame etmeye çalışacak ve bunun sonucunda da talep miktarı da etkilenecektir. Bu duruma bağlı olarak ta, turizm mal ve hizmetlerinde oluşan fiyat artışı sonucunda ülkeye gelmek isteyen turistlerin tercihleri değişecek ve bunlar başka ülkelere kayacaklardır.

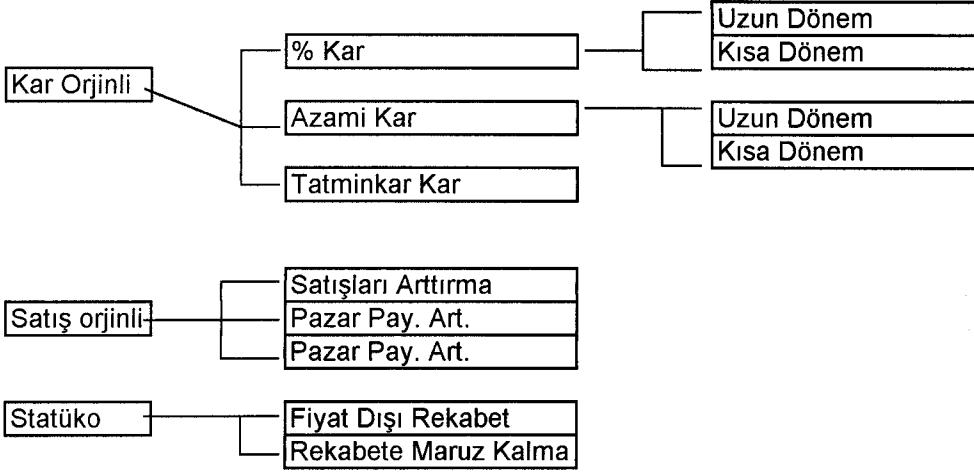
⁶⁹ Adem Şahin, a.g.e, s: 45.

Ancak gerek ulusal, gerekse uluslararası turizm piyasasında turistler fiyat konusunda daima rasyonel davranmaktadır. İç ve dış turizmin talebinin esnekliği bazı hallerde fiyatlardan çok gelirlere bağlı olabileceği gibi, bazı hallerde de gelirden çok fiyatlara bağlı olabilir. Seyahat ve tatil maliyetinin tüketici bütçesindeki payı, fiyatın fonksiyonu olarak tatil yerinin belirlenmesinde etki edecek ve bu payın yüksek olması sonucu talebin fiyat elastikiyetinde artışa neden olacaktır.

Bazı nedenlerden dolayı turizm ve fiyat ilişkisi birbirini etkilemediği görülebilir. Bunlardan birincisi, öncede kazanılmaz bir takım alışkanlıklardan dolayı az çok değişmez bir nitelik taşıyabilir. İkinci olarak, turizm mekanının mesafesi, hizmetteki kalitesi ve kuruluş yeri gibi nedenlere bağlı olarak fazla etkilenmeyebilir. Üçüncü bir etki ise, sosyal sınıflar arasındaki taklitçiliğe bağlı olarak o sınıf mensuplarının gösteriş için turistik tüketime yönelmesi, dördüncü olarakta kişi psikolojik bakımdan devamlı oturmuş olduğu konutunun dışına çıkıyor ve bunun sonucunda da belirli bir parayı harcamayı gözden çıkarmış ise, bu durumlarda turizm-fiyat ilişkisi azalmaktadır.

Turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarının hangi amaç ile belirleniyor olması bir tarafa bırakılarak, turistik mal ve hizmetlerinde meydana gelen ani bir yükselme, turizm talebinin düşmesine ve buna bağlı ikame edilebilecek diğer mallara olan talebin artmasına neden olacaktır. Tablo 14'te muhtemel fiyatlandırma gayeleri görülmektedir.

Tablo:14- Muhtemel Fiyatlandırma Gayretleri.



Kaynak: E. Jeromer Me Carty, Basic Marketing, JB. Richard D. Irwin Inc, Homewood, İllinois, 1975, s: 447,
Zikreden: Münir Kutluata, a.g.e, s: 97).

Rekabet ve ikame imkanlarının fazla olması turistik tüketime aşırı bir esneklik kazandırmaktadır. Çünkü turizm talebi özellikle fiyat değişimleri konusunda son derece duyarlıdır. Turistik mal ve hizmet fiyatlarının değişmesi konusunda, turistik tüketimin gösterdiği reaksiyonu aşağıdaki şekilde formüle etmek mümkündür⁷⁰.

$$Ce = \frac{\frac{Ac}{C}}{\frac{Ap}{p}} > -1$$

Formülde;

Ce: Fiyatlar konusunda turistik tüketim esnekliği

C: turistik tüketim

Ac: Turistik Tüketim Değişme

⁷⁰ Mükerrerem Hiç, **Büyüme Teorileri ve Gelişim Ekonomisi**, Elektronik Ofset, İstanbul, 1976, s: 108

P: Turistik mal ve hizmet fiyatları

Ap: Turistik mal ve hizmet fiyatlarındaki değişme.

Görüldüğü üzere, turistik tüketim talebi, normal talep elastikiyetinde olup turistik tüketimdeki nispi değişimin, fiyatlarda nispi değişme oranı ($C_e > -1$) esnekler.

Turizm talebinde esneklik, dış turizm açısından da benzer özellikler arz eder. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında meydana gelen artış, gelir ve ikame etkisi ortaya çıkaracağından, ülkeye olan turizm talebinin azalmasına ve rakip ülkelere kayması sonucunu doğuracaktır. Talebi belirleyen diğer etkenlerin aynı olması durumunda, sadece artan fiyatlar, reel yönden satın alma gücünü azaltarak, ikame imkanları açısından rakip ülkelerin tercih edilmesine neden olacaktır. Turist gönderen ülke ile turist kabul eden ülkeler, alternatif turist hedefleri arasındaki nispi döviz oranı değiştiği zaman, turistler kendileri için en uygun fiyata sahip ülkeleri tercih etme yoluna gideceklerdir. Diğer değişkenler sabitken, fiyatların gerilemesi, turist gönderen ülkenin uluslararası turizm hizmetlerinde önemli ölçüde artışa sebebiyet verecektir⁷¹.

Eğer fiyat etkeni, turistin kişisel bütçesinde veya tatil yaptığı yerdeki günlük harcamalarda dikkate alınan bir etken ise, fiyatın bir fonksiyonu olarak tatil yerinin seçiminde birçok faktör turistin seçim kararı üzerinde etkili olmaktadır.

Turistik faaliyeti çekici bir hale getirmek düşüncesiyle, milli paranın değerinde ayarlama yoluna gidilebilir. Bu durum milli paranın değerini yabancı para karşısında düşürmekle gerçekleşir. Devalüasyon denilen bu işlem sonucunda, dış turizmin sayı ve harcama olarak miktarının arttırılması amaçlanmaktadır. Bir ülkede devalüasyon ister gerek ekonomik amaçlı gerekse turizm açısından yapılmış olsun bunun sonucunda turizme her zaman olumlu sonuç vermesi düşünülemez. Devalüasyon turizm açısından başarılı olabilmesi için bir takım şartlar gereklidir⁷².

⁷¹ Hasan Olalı-Alp Timur, a.g.e., s. 81.

⁷² Orhan İçöz, a.g.e., s: 17.

- a. Devalüasyon turizmde fiyatların belirlendiği aşamada yapılmalıdır,
- b. Seyahat anlaşmalarının ve konaklama tesisi fiyatlarının ülke parası cinsinden tespit edilmesi gerekir,
- c. İç piyasa fiyatlarını devalüasyon oranında yükselmesi önlenmelidir,
- d. Devalüasyon dış gezileri pahalı hale getireceğinden, iç turizm talebi kısılmaktadır.

Burada turizmin iç fiyatlara etkisini daha iyi açıklayabilmek için turizm enflasyon ilişkisi üzerinde durmakta fayda vardır. Enflasyon cari fiyat seviyesinde toplam talebin toplam arzda fazla olmasıdır. Enflasyona, fiyatlar genel seviyesinin yükselmesi ve paranın değerinin düşmesi olarak ele aldığımızda, turizm sektöründe, sektör ihtiyaçlarını karşılamak için diğer sektörlerden yararlanıyor olması enflasyonist baskıyı arttırır.

Turizmin, ekonomide enflasyonist baskı yaratması değişik nedenlere dayanmaktadır. Bu nedenleri kısaca özetleyecek olursak⁷³:

1. Turizm talebinde oluşan artış fiyat yükselmelerine neden olabilmektedir. Bir ülkeye karşı turizm talebinde artış oluştuğunda ortaya çıkan talep fazlası fiyat artışlarına sebebiyet verebilmektedir. Bir yere olan turizm talebinde ne kadar çok talep fazlası oluşursa, buna bağlı olarak da o yerin fiyatında artışa neden olmaktadır.

2. Turistik mal ve hizmetlerin üretim maliyetlerinin yükselmesi enflasyona sebep olabilir. Turizmin neden olduğu maliyet enflasyonu, turistik mal ve hizmet üretiminde kullanılan üretim faktörlerindeki ücret, kar ve benzer otonom bir artıştır.

3. Dış turizm bilançosunun durumu enflasyonist bir baskıya neden olabilir. Genel olarak turizm hareketlerinin yarattığı milli para gideri, turizmden sağlanan net döviz

⁷³ Muzaffer Uysal, **Türkiye'nin Uluslararası Turizm Talebinin Belirleyicileri**, Turizm Management, December, 1984.

gelirlerinden fazla ise, diğerk bir ifade ile gerçerk döviz kuru birden küçük olduğundan sektörün enflasyonist olduğuk söylenebilir.

4. Fiyat yükselmeleri karma bir nitelik taşıyabilir ve hem talepteki artıştan, hem de maliyetlerdeki yükselmeden ortaya çıkabilir. Talep artışının neden olduğuk fiyat artışları, maliyetleri de etkileyeceğinden maliyet enflasyonuna neden olur.

5. Turizm yatırımları ile turizm talebi arasında zaman bakımından dengesizlik olması, fiyatların yükselmesine neden olabilir.

6. Turistik talep artışının neden olduğuk fiyat yükselmeleri yanında, turizm endüstrisinde çalışanların kısa ve yoğun turizm mevsiminde tüm bir yıl içinde gerekli ihtiyaçlarını elde etme arzuları da suni olarak fiyatlarda bir artışa neden olur.

Sonuç olarak, turizm sektörünün milli gelir içindeki payının artması veya artışın hızlanması ile turizm sektörünün ekonomideki yerinin önem kazanmasına neden olacaktır.

2.2.5. Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi

İç turizm hareketlerinin yarattığı gelirlerin, ülkeye gelen yabancı turistlerin harcamalarının vergilendirilmesi ve ülke dışına giden vatandaşlardan dış seyahat vergisi veya konut fonu gibi adlarla çıkış alınması yanında, turizm ile ilgili faaliyetlerde bulunan işletmelerden alınan vergi, resim ve harçlar devlet geliri üzerinde arttırıcı bir etki yapar. Buna karşılık turizmin gelişmesi ve turistik döviz gelirlerinin arttırılmasıyla amacıyla, devletin gelir elde edebilmek için harcama yapması gerekir sonucunu çıkartabiliriz.

Anlaşıldığı üzere, turizm devlet için bir gelir kaynağı olmaktadır. Turizmden sağlanan gelirler şu şekilde sıralayabiliriz.

1. Devlet turizm sektörü işletmecilerinden veya bunların gelirlerinden, turizm faaliyetleri sonucu elde edilen gelirlerden ve turizm sektöründe kullanılan üretim faktörlerinden direkt vergiler almaktadır.

a) Devlet, kooperatifler, iktisadi devlet teşekkülleri, sermaye şirketleri ve vakıflara ait turistik işletmelerden safi gelirin belirli bir yüzdesini kurumlar vergisi olarak tahsil eder. Buna karşılık şahıs şirketlerinden ise, gelir vergisi alır.

b) Konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinden gelir vergisi, bina vergisi, çalışan personelden sosyal sigorta primleri ve gelir vergisi, satılan tüketim mallarından, yapılan hizmetlerden katma değer vergisi alır.

c) Seyahat acentaları ve ulaştırma işletmelerinden alınan benzer vergiler yanında yurt dışı seyahatlerinde konut fonu için belirli bir ücret alınır.

2. Devletin diğer bir gelir elde ettiği alanda, incommingle outgoing dış turizmden de gelir elde eder. Ülkeye gelen turistlerin harcamalarından alınan vergiler yanında, oyun harçları, liman vergisi, lisanslar, resimler vb. gelirleri elde ederler.

3. İç turizmin yapmış olduğu turistik harcamalarda gelir yaratıcı bir etken olarak karşımıza çıkar.

Turistik tüketim harcamalarının devlet gelirine etkisi konusunda, Kanada'da yapılan bir araştırmada, Victor B.C. şehrinde 1 dolarlık turistik tüketim harcamasının yarattığı devlet geliri incelenmiştir. (Tablo 15)⁷⁴.

Tablo:15 Turistik Harcamaların Yarattığı Devlet Geliri

Turistik Cinsi	Direk	Toplam
Konaklayan	0,136	0,215
Günübirlikçi	0,116	0,192
Bütün turistler	0,134	0,213

Araştırma sonuçlarına göre 1 dolarlık turistik tüketim harcamasının toplam olarak direkt devlet gelirini yaklaşık olarak 22 cent artışa neden olduğu, turist çeşitlerine göre

⁷⁴ Orhan İçöz, a.g.e., s. 56.

farklılık göstermekle beraber bütün turistler için direk ve endirek vergi gelirlerinden 34 cent'e kadar ulaştığı görülmüştür.

Devlet yukarıdaki açıkladığımız sürede elde etmiş olduğu gelirleri turizm sektörünün gelişmesi ve büyümesi için tekrar sektöre aktarma yoluna gitmektedir. Bu aktarma sonucunda⁷⁵;

1. Turizmi geliştirme, kontrol ve yönetme gibi araştırma, reklam, eğitim projeleri ve yönetim görevleri,
2. Belirli turistik faaliyetlerin işletilmesinin sağlanması. Örneğin müzeler, milli havayolları, oyun parklar vb.,
3. Alt ve üst yapı için yapılan giderler,
4. Turizmi geliştirmeye yönelik teşvik ve muafiyet tedbirlerinin getirilmesi.

Yapılan bu işlemlerin devlet açısından da tek bir nedeni vardır. Elde edilen bu gelirlerin tekrar aynı sektöre harcanarak daha fazla gelir ve hizmet etme amacı güdülmektedir. Ayrıca bunlar devletin yapması gereken zorunlu harcamalardır. İlk üç maddedeki giderler doğrudan giderlerdi. Fakat son madde olan dördüncü madde ise, devletin dolaylı giderleri arasındadır ve kısa dönemde değişiklik olabilecek giderlerdir.

Turizmin devlet gelir ve harcamalarına etkisini birlikte ele aldığımızda, turizmden elde edilen net kamu geliri etkisinin hesaplaması oldukça zordur. Turizm sektöründe kullanılan üretim faktörlerini aynı değerlerle ekonominin başka sektörlerinde kullanılması halinde,devletin elde edeceği net gelirler ile dolaylı vergi toplamında, turizmden sağlanan vergi, resim, harçlar ve turizm sektörüne ödenen sübvansiyonların çıkarılması halinde net gelir etkisi bulunur.

⁷⁵ Alp Timur; “Ekonomik Kararların Turizm Açısından Değerlendirilmesi”, AISEC, Türkiye’de Turizm Sempozyumu, İzmir 1980.

Devlet açısından kar-masraf analizinde, kar masrafı oranını 1 olduğunda; turistik kamu gelirinin sadece turistik kamu giderlerini karşıladığı anlaşılır. Oranın 1'den büyük olması halinde net kamu geliri önem kazanacaktır⁷⁶.

2.2. Turizmin Reel Ekonomik Etkileri

Turizmin moneter etkileri, gelir ve gider unsuru olarak kullanılan para hareketlerinde olan etkileri kapsamaktadır. Turizmin bu etkisi yanında, ekonomideki iş hacminin genişletilmesi ve diğer sektörlerin uyarılmak suretiyle canlandırılması, gibi makro ekonomik karakterlerde özellik arz eden ve ticari işlemlerin yoğunlaşmaya yol açan ve bunun yanı sıra ülkede fiziksel ve bürokratik alt yapısını gelişmesine katkıda da bulunmak gibi reel ekonomik etkileri de vardır⁷⁷.

Ülke ekonomisi bakımından turizm döviz sağlama etkisi ne kadar önemli ise, alt yapıya sağladığı katkı, istihdam imkanları ile işsizliği giderilmesi, bölgelerarası dengeli kalkınmanın sağlanması ve diğer ekonomik sektörlere etkisi de turizmin ekonomiye sağladığı önemli katkılardandır. Bu bölümde biz turizmin istihdama, alt ve üst yapıya, bölgelerarası dengeli kalkınmaya ve diğer ekonomik sektörlere etkisini inceleyeceğiz.

2.2.1. Turizmin İstihdama Etkisi

Turizm emek-yoğun üretim tekniğine bağlı bir sektör olarak ekonomimizde istihdam yaratıcı önemli bir alan oluşturur. Turizmde istihdam etkisi turizmin genişlemesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artar. Turizm sektörü bir ülkede ne kadar büyük ise buna bağlı olarak ta istihdam seviyesi de geniştir. Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik tesis yatırımlarının artması işgücü talebini de arttırmaktadır. Turizmin mevsimlik özelliğinin bir sonucu olarakta talebin yoğunlaştığı dönemlerde turistik işletmelerinde işgücü talebi artar, mevsim dışında ise, işgücü talebi azalmakla birlikte yine de bir devamlılık arz eder.

⁷⁶ Alp Timur, "Turizm Sektörü Enflasyon Sorunu", Ege üniversitesi İşletme Fak, Dergi sayı: 1-2.

⁷⁷ Hasan Olalı, Alp Timur, a.g.e, s: 93.

Turizm sektöründe makinalaşma ve otomasyon imkanının çok sınırlı olmasından dolayı, sektörde istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle göre daha fazladır. Sektörde emek-yoğun üretimin hakim olması sebebiyle turistik tüketim harcamaları yüksek oranda doğrudan istihdam etkisi meydana getirmektedir. Turizm sektöründen kaynaklanan ve ona doğrudan bağımlı olan istihdamdır. Konaklama, yeme-içme, dükkanlar, bar ve gece klüpleri, seyahat acentaları, ulaştırma işletmeleri ve turizm organizasyonlarında yaratılan iş alanları bu gruba girmektedir. Gerçekten de istihdam ile turistlerin harcamaları, dolayısıyla da turizm gelirlerinin etkileri, yakın bir ilişki içerisinde⁷⁸.

Turizm sonucu ortaya çıkan istihdam⁷⁹:

1. Turizm sektöründe yer alan tesislerdeki (otel, motel, restoran) turist harcamaları sebebi ile, tesislerde meydana gelen doğrudan istihdam,
2. Turistik harcamalar sonucu ortaya çıkmayan, fakat turizmle alakalı olduğundan turistik arz içinde olan, sektöre girdi veren diğer sektörlerde oluşan dolaylı istihdam,
3. Vatandaşların turizmden elde ettiği gelirleri tekrar kullanma ile meydana çıkan uyandırılmış istihdam.

Turizm harcamalarının istihdam etkisi, turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Diğer bir ifade ile, ülkeye olan turistik talep ne kadar artıyor ise, o ülkeye doğrudan ve dolaylı istihdam etkisi o kadar yüksek olacaktır. Yani istihdam artışı, talep artışına paralellik gösterecektir. Turizm talebine karşı artışa cevap verebilmek için, turizm yatırımlarının arttırılması gerekir.

Turistik tesis yatırımlarının sonucunda ise işgücü talebi artacağından talebin mevsimlik dalgalanma özelliği sebebiyle yoğun mevsimlerde turistik işletmelerinde de işgücü talebi artacaktır.

⁷⁸ Orhan İçöz, a.g.e, s: 78.

⁷⁹ Hasan Olalı, Alp Timur, a.g.e, s: 98.

İstihdam bakımından turizm sektörünün taşıdığı özellikleri şu şekilde sıralamak mümkündür⁸⁰.

1- Turizmin mevsimlik karakterinden kaynaklanan özellikler:

a. Turizm talebini belirli aylarda yoğunlaşması, turistik işletmelerin devamlı personeli çalıştırma yanında, mevsimlik personelde çalıştırma zorunluluğu doğurmaktadır

b. Mevsimlik olmasından dolayı eksik istihdama neden olmaktadır.

c. Turistik işletmelerde istihdam edilen personel sayısında, mevsimlik talep değişimlerinden kaynaklanan aşırı dalgalanmalara rastlanır⁸¹.

d. Turistik kapasitenin yüksek olduğu dönemlerde, kalifiye işgücüne olan talebin artması, işgücünün turistik işletmeler arasında mobilitesini artırır.

e. Turizm mevsiminde tam istihdama yaklaşılmakta, fakat mevsimden sonra istihdamın azalması toplumsal açıdan maliyet yaratmaktadır⁸².

2. Gelişmekte olan ülkelerde, turizm sektörü diğer sektörlerden işgücü transfer ettiği için kalitesiz işgücüne istihdam imkanı sağlar. Yani turizm sektöründe yüzdesi yüksek oranda kalitesiz işgücü istihdam edilmektedir.

3. Turistik işletmelerin büyüklüğü, istihdam edilecek personel sayısını etkiler.

4. Kamu ve endüstriyel kuruluşların emek piyasasındaki rekabeti oranında ücretlerde bir yükselme olur.

5. Turizm sektöründe çalışan kadın personel sayısı diğer sektörlerle oranla daha fazladır.

⁸⁰ Orhan İçöz, a.g.e, s: 88.

⁸¹ Mithat Zeki Dinçer, a.g.e, s: 70.

⁸² Adem Şahin, a.g.e, s: 53.

6. Sektörde istihdam edilen eğitime tabi tutulmuş personel sayısı ülkeler, bölgeler ve işletme türlerine göre farklılık göstermektedir.

7.Sektördeki özel çalışma koşulları, uzun çalışma saatleri, hafta sonu ve diğer tatillerdeki yoğun çalışma şartları, sektörde çalışanların aile teşkilini zorlaştırdığı gibi, sosyal bakımdan da zorluklar ortaya çıkarmaktadır.

Turizm istihdamı sonucunda karşımıza çıkan diğer bir sonuçta, göç üzerindeki etkisidir. Turizm yavaş yavaş geliştiği için, işlerin çoğu o turistik yöredeki kişiler tarafından talep edilir. Herhangi bir kırsal alandaki turizmin gelişiminden önce, şehirlere göç varsa, turizmi ortaya çıkardığı işler şehirlere olan gücü yavaşlatacaktır. Turizm sektörü genişledikçe ve buna bağlı olarak turistik tesislerin sayısı arttıkça ve özellikle kitle turizmi geliştikçe, özellikle kitle turizmi geliştikçe, göçmenler yerel iş gücünden gittikçe artan bir kısmını oluşturmaya başlar. Bu durum, özellikle daha önce az ya da hiç turistik faaliyetin görülmediği nüfusça az yoğun bölgelerde büyük projeler devreye sokulduğu zaman ortaya çıkar. Bunu bir örnekle açıklarsak, Tunus sahil şeridi, istihdam imkanları arttıkça önemli bir göç oluşmasına sebep olmuş, aynı zamanda yerel halkta yeni iş imkanlarına cevap vermeye başlamıştır. Sousse’de, çiftçi ve tarım işçileri turizme yönelerek, kendilerinin yerine başka yerlerden gelen göçmen işçiler almıştır. Aynı şekilde, turizmin büyük çapta geliştiği İspanya’da birçok işi göçmenler yapmaktadır.

Turistik harcamaların meydana getirdiği dolaysız ve dolaylı istihdam etkisinin hesabının belirlenmesi üzerinde duracak olursak, bu teknikler, daha çok turizmin dolaysız istihdam etkisini hesaplamaya uygundur⁸³.

R. Bird – F. Miller ve W.B. Keeling turizmin istihdam etkisini basit bir yöntemle hesaplamaya çalışmışlardır.

$$\text{Turizmin Meydana Getirdiği İstihdam} = \frac{\text{Turistik İşletme Hacmi (*)}}{\text{Toplam Satışlar}} \times \text{Toplam Çalışanlar Sayısı}$$

⁸³ Hasan Olalı, Alp Timur, s: 102.

(*) Sınırlı iş hacmi: Turizmle ilgili belli projelendirme ve inşaat yatırımında meydana gelebilecek istihdam imkanlarıdır.

X liralık bir proje ve inşaat yatırımlarda iş hacmi = Bir günde çalışacak düz ve kalifiye işçi ortalaması x İnşaatın ortalama süresi

Sürekli iş hacmi (1 günlük) = Bir günde işletmede çalışan düz ve kalifiye işçi adedi toplamı.

Turizmin dolaylı ve dolaysız istihdam etkilerini birlikte ele alındığı genel istihdam etkisinin hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmaktadır. Formül genel istihdam çarpanı formülünün turizmi uygulanması sonucu elde edilmektedir⁸⁴.

$$\sum_{i=1}^n X_i A_{zi} + \left[\sum_{i=1}^n X_i V_i \left(\frac{1}{1 - L \sum_{i=1}^n X_i V_i Z_i} \right) \right] \sum_{i=1}^n X_i A_{zi}$$

Formülde;

İ: Tüketici tipleri,

X: Tüketici Harcama kalıbını,

A: Bir ünitelik turistik harcamanın meydana getirdiği doğrudan istihdam etkisini

V: Her kategori harcamanın meydana getirdiği geliri

Z: Turistik yöre halkının gelirlerini harcama oranını,

L: Tüketicinin eğilimini

$\sum x_{iazi}$: İkinci aşamada harcamaların meydana dolaylı istihdam etkisini ifade etmektedir.

⁸⁴ Hasan Olalı; **Otel İşletmeciliği ve Yönetimi**, Ege Üniversitesi Matbaası, İzmir 1973, s: 547.

(*) İstihdam çarpanı: İlk kez R.F. Kahn tarafından ortaya atılmıştır⁸⁵.

$$K^1 = \frac{N}{\Delta N}$$

Formülde;

k^1 : Doğrudan istihdam artış oranı

N: Toplam istihdam

ΔN : Doğrudan istihdam artışı

Turizmin Bölgesel istihdama etkisinin hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmaktadır. Söz konusu formül H. Archer tarafından yapılmıştır.

$$\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n Q_{ij} K_{ij} A_i + \left[\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n Q_{ij} K_{ij} V_i \left(\frac{1}{1 - L \sum_{j=1}^n X_j Z_j V_j} \right) \right] \sum_{i=1}^n X_i B$$

Formül:

J: Turistik konaklama tesislerinin cinsi (1...n),

İ: Tüketicie hizmet eden kuruluşların cinsi (1...n)

Q: Her cins konaklama tesisi kullananların harcama oranları

K: Her kategori turist tarafından harcanan tüketici kuruluşlarında yapılan harcamaların oranını;

A: Her harcamada turistik harcamanın meydana getirdiği doğrudan istihdam

B: Üniteye yöre halkın harcamalarının meydana getirdiği bölgesel istihdam,

⁸⁵ Brian H. Archer "The Economic Impact Of Tourism, University of Wales", 1973. (Çeviri: Hasan Olalı)

L: Tüketim eğilimini,

X: Tüketim harcama kalıplarını

Z: Yöre halkının bölgede harcanan gerilirin oranını ifade eder.

Belli bir bölgedeki turistik istihdamın toplam istihdam içindeki payı, diğer bir ifade ile etkinlik faktörü şu şekilde hesaplanabilir⁸⁶.

$$\text{Etkinlik Faktörü} : \frac{\%X}{\%Y}$$

%X: Herhangi bir bölgede turizm sektöründe çalışan işçi sayısının o bölgedeki toplam işçi sayısına oranı,

%Y: Ülke çapında turizm sektöründe çalışan işçi sayısının ülkedeki işçi sayısına oranını ifade etmektedir.

Yukarıdaki formüllerin uygulanabilmesi ve sonuçların gerçeği ifade edebilmesi için, formüldeki değişkenleri elde edeceğimiz veri kaynaklarının sağlıklı olmasına bağlıdır. Turizmin ekonomik istihdam etkisini ve yapısını, hangi temel ekonomik değişkenlerin (milli gelir, kamu tüketimi, özel tüketim gibi) etkisiyle ve ne ölçüde değişeceği konusunda yapılmış araştırmaların ve bu tür araştırmalar yapmaya elverişli verilerin bulunması durumunda hesaplama sonuçları doğru ve geçerli sonuçlar vermektedir.

Sonuç olarak, turizm sektörünün istihdam özelliği geliştirmekte olan ülkeler açısından büyük önem taşımaktadır. Çünkü ülkelerde sermaye yetersizliği işsizlik problemleri birlikte yaşanmaktadır. Ayrıca teknoloji ve know-how eksikliği, kalifiye personel sıkıntısı da dikkate alındığında turizm yatırımları gerilemekte olan ülkeler açısından dokta bir kurtarıcı niteliğindedir.

⁸⁶ Hasan Olalı, Alp Timur, a.g.e, s. 104-109.

2.2.2. Turizm Bölgelerarası Dengeli Kalkınma Bakımından Etkisi

Turizm, ülkenin ekonomik bakımdan önemli bir yere sahip olmasının yanında, ülke içindeki bölgelerdeki dengesizliği ortadan kaldırma açısından da önemli bir yere sahiptir. Turizmin en baştaki özellikleri, tabiat ve iklimin yarattığı, tarih, folklor, uygarlık ve kültürün işlediği, değerler bütününe büyük ölçüde bağımlılık arz etmektedir. Turizm endüstrisinin ana hammadde bunlardır. Adı geçen zenginlikler ancak turizm sayesinde “ekonomik mal” niteliğinde korunabilir⁸⁷. Bu durumda, endüstriyel faaliyet yönünden yeterli kaynak ve gelişme imkanına sahip olmamasına rağmen, zengin bir turizm faaliyeti sonucunda turistik yönden kalkınmaları yurt ekonomisi içinde dengeli bir biçimde gelişmeleri mümkündür. Bu faaliyet sonucunda ilgili bölgenin refah bakımından yükselmesine neden olacaktır.

Ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme, bölgelerarası farklılıklarını en aza indirme amacını taşımaktadır⁸⁸. Turizmde ülke ekonomisinin kalkınma ve sosyal gelişmesine önemli ölçüde katkıda bulunmasında dolaylı turizmde bölgelerarası farklılıkların en alt düzeye indirgenmesinde önemli bir etkidir.

Turizm faaliyetlerini geliştirmek amacıyla yapılan yatırımlar, yatırımın yapıldığı bölgeye diğer bölgeden kaynak transferi yapılmasını sağlamaktadır. Bu kaynak transferi ekonomik faaliyetleri canlandırmakta ek gelir ve istihdam imkanları yaşatmaktadır. Turizm sektöründen gelişmemiş bölgeye yapılan yatırımın sağladığı karlılık yetersiz bile olsa, toplumsal açıdan söz konusu bölgeye ve topluma yararı büyük boyutlarda olabilmektedir⁸⁹.

Bir yörenin turizm bakımından gelişebilmesi için ilk olarak, turizmden bağımsız unsurlar şeklinde ele alabileceğimiz, bölge ile ilgili tabi şartlara bağlıdır. Bölgenin konumu, arazi şekli, görünüşü, bitki örtüsü, ormanları, su kaynakları, iklimi, çeşitli

⁸⁷ Adem Şahin, a.g.e. s: 56.

⁸⁸ Feridun Ergin; Çarpan Yahut Çoğaltan, Ak İktisat Ansiklopedisi, Cilt 1, Ak Yayınları, Semet Matbaası, İstanbul 1983, s. 181.

⁸⁹ Adem Şahin, a.g.e., s: 58.

değerler, olaylar ve mevcut alt yapı söz konusu tabii şartlar içerisinde değerlendirilmektedir. Aynı şekilde turizme bağımlı unsurları da bilmek gerekir. Bunlar, kamu idarelerinin turizme bağımlı üretimleri, ulaştırma koşulları, konaklama birimleri, turizmle ilgili özel mallar ve hizmetler üreten ve pazarlayan kuruluşlar, pazarlama ve tanıtma kuruluşları ve turizmi destekleyen kuruluşlar turizme bağımlı unsurlar meydana getirmektedir.

Bölge kalkınması bakımından en önemli husus, mevcut envanteri sanayi ve diğer iktisadi faaliyet kollarının gelişmesinde müsait olmayan bölgelerde, turizmi bir alternatif olarak kabul etmenin mümkün olup olamayacağını araştırmak, şayet olabiliyorsa, bölgeye katkının en fazla olabileceği şekilde gelişmesini sağlamaktır⁹⁰.

2.2.4. Turizmin Alt ve Üst Yapı Üzerindeki Etkisi

Turistik talebi karşılama amacıyla uygun duruma getirebilmek için, altyapı ve üstyapı gibi genel hizmetlerin hazır durumda olası gerekir. Bu şartların uygun olması durumunda, altyapı ve üst yapı yeteri düzeyde gelişmiş ise, turizmde buna paralel olarak gelişme gösterir.

Ekonomik yönden alt-yapı faaliyetleri görünmeyen hizmet olarak karşımıza çıkmakla birlikte, kamu sektörü tarafından hem ekonominin gelişmesi, hem de çarkın bundan yararlanması amacıyla gerçekleştirilir. Genellikle alt yapının kamu, üst yapının da özel sektör tarafından yapılması prensip olarak kabul edilmekle beraber, çok sık olmasa da devletin alt yapı yatırımlarını özel sektör bıraktığı ve onları finanse ettiği uygulamalarda olmaktadır. Kitle turizminde ise, alt yapı ve üst yapıya göre gelişme göstereceğinden, alt yapı ve üst yapı yeteri düzeye gelene kadar bireysel turizmle kitle turizminin birlikte yürütüldüğü görülür⁹¹.

⁹⁰ Mithat Zeki Dinçer, a.g.e, s. 84.

⁹¹ Alp, Timur – Hasan Olalıl, a.g.e, s: 113.

Mikro seviyede ele alındığında, bir yatırım kararında, yatırımın yapılacağı alanın altyapı özellikleri arasında direkt bir ilişki bulunmaktadır. Turizm yatırımlarının alt yapı bağımlılığı oldukça fazladır⁹².

Alt yapı yatırımlarının iki biçimde ele alabiliriz⁹³.

- Genel altyapı (Temel kamu hizmetleri kapsamında su, ulaştırma, enerji, kanalizasyon, haberleşme gibi imkanlar).
- Turistik alt yapı.

Genel alt yapı bağımsızdır. Ama turizmin gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Bir bölgede turizmin en iyi şekilde gelişebilmesi için alt yapı imkanlarının tam ve eksiksiz olması gerekir: turizm büyümesinde büyük etkiye sahip olan ve aynı zamanda turizmden bağımsız alt yapı imkanlarından; enerji kaynakları, ulaşım, su, haberleşme araçları, sağlık imkanları ve diğer alt yapı imkanlarının seviyesi oldukça önemlidir.

Turizmin alt yapıya etkisini fiziksel ve kurumsal altyapı olarak iki başlık altında incelenebilir⁹⁴.

Turizmin fiziksel altyapı üzerindeki etkisi bir yerleşim yerinde devamlı şekilde oturan kişilerin yararlanmış olduğu, su, kanalizasyon, enerji, ulaşım, temizlik ile ilgili tesisler ve araçlar, otoparklar, spor alanları, enerji ve haberleşme sistemleri benzeri tesislerden oluşmaktadır. Turizm açısından bu yörelere gelen turistler bu alt yapı imkanlarını kullanırlar. Yani bu fiziksel altyapı hem yerleşik kişiler hem de yöreye gelen turistler tarafından kullanılmaktadır. Bu bakımdan fiziksel altyapısı eksik olan bölgelerin turizm açısından gelişmesi düşünülemez. Turizmin fiziksel alt yapıya etkisini ulaştırma ve turizm mahallindeki alt yapı diye de ayırabiliriz.

⁹² Hasan Olalı – Alp Timur, a.g.e, s: 45.

⁹³ Alp Timur – Hasan Olalı, a.g.e., s: 117.

⁹⁴ Adem Şahin, a.g.e, s: 62.

Ulaştırma da turizm açısından büyük önem arz etmektedir. Ulaştırma imkanları sadece turizm amaçlı değil, zorunlu bir yapı olarak karşımıza çıkar. Ama ulaştırma hangi amaçla yapılırsa yapılsın turizm açısından büyük öneme sahiptir. Ulaştırma sayesinde turizm hareketlerin hızlanmasına, turistlerin büyük bölge gitmelerine ve turizme geniş halk kitlelerinin katılmasında büyük kolaylık sağlar. Bir yerleşim merkezinde turizmin gelişmeye başlamasının ön şartı ulaşılabilirlik ve turizm olayının yarattığı turizm talebine cevap verebilmesidir. Ulaştırma yönünden turizmle alakası ulaştırma alt yapı ve araçları arasında turistlerin ihtiyaçlarına cevap veren gezinti yolları, özel ulaşım araçları (teleferik, lift, fayton vb.) gibi kapasitelerin varlık nedeni ise, turizm talebini etkilemektedir.

Turizm mahallindeki altyapı ise, içme ve temizlik suyu, kanalizasyon, fosseptik, ısıtma, aydınlatma ve çeşitli kullanımlar sağlayan enerji, şehir ve site için yollar, otoparklar, garaj, terminal, spor tesisleri, müze, sıhhi tesisat, PTT, WC. ve plajlar, büfeler, hatıra eşya satıcıları, haberleşme sağlayan sistemler ile ulaşım sistemlerine ait alt yapı turizm arzına imkan sağladığı gibi, bunların iyileştirilmesi ve turizmin aradığı standartlara ulaştırılması gerekir.

Turizmin kurumsal alt-yapıya etkisi ise, kamu kuruluşlarının turizm olayı için gerçekleştirdikleri mal ve hizmetler ve üretime katkıda bulunan araç ve tesisler, turizm kurulması alt yapısını oluşturmaktadır. Bunlara örnek olarak, turizm danışma büroları, çevreyi koruma ve güzelleştirme hizmetleri, turizm personeli yetiştiren eğitim kurumları gibi.

Turizmin gelişmesinde diğer bir önemli faktörde üst yapıdır. Alt yapı imkanlarının tüm sektörler yararlandığı için, nispeten sektörden bağımsız bir karakter kazanmalarına sebep olmaktadır. Alt yapıyı var olarak kabul edersek, turizmde talebin belli bir bölgede alıkoyması turistik üstyapıya bağlıdır⁹⁵.

Turizmin üst yapıya etkisi araştırılırken, doğrudan turizm amaçlı olmayan turistik üst yapı birimlerinin faaliyetlerinde tamamlayıcı rol oynayan, ikinci derece üst yapıya

dikkate almak gerekmektedir. İkinci derecede üst yapı çeşitlerini şu şekilde sınıflandırılabilir⁹⁶.

1. Ulaşım sistemi

2. Taşıt bakımı ve tamir istasyonları,

3. Jeo-ekonomik varlıklar alanındaki ikincil üst yapı, (kıyı, dağ, kayak ve termal turizmle ilgili donanımı, araç, hizmet personel)

4. Tarihi nitelikteki varlıklar alanındaki ikincil üst yapı.

5. Boş zamanları değerlendirmeye yönelik donatım ve düzenlemeler,

6. Sağlıklı, güvenlik ve günlük yaşantı ile ilgili ikincil üst yapı.

İkincil üst yapının etkin olabilmesi için birinci derecede üst yapının mevcut olması lazımdır. Birinci ve ikinci derece üst yapının birlikte gelişmesi, yörenin tam bir turistik merkez haline geldiğinin ölçüsü olarak ta kabul edilir.

Gelişen turizmle birlikte, birincil ve ikincil üst yapının büyümesi sonucu, konaklama tesislerinin kapasite kullanım oranı artmıştır. İkincil üst yapının gelişmesi ve buna bağlı olarak harcamaların artmasıyla birlikte;

-Yeni harcama alanlarının açılması,

-İkmal üst yapının gelişmesi ile turizm mevsiminin uzaması,

-Üst yapının gelişmesi sonucu istihdam imkanlarının artması,

-Konaklama komplekslerin kurulup, bu yolla her türlü ihtiyacın yeni tesiste karşılanmasının, harcama arttırıcı etkisinden yararlanma.

⁹⁵ Adem Şahin, a.g.e, s: 62.

⁹⁶ Alp Timur – Hasan Olalı, a.g.e, s. 118.

-Ülkenin tabii ve tarihi kaynaklarına yakın üst yapıların kurulması söz konusu kaynakların daha iyi değerlendirilmesi sağlanabilecektir⁹⁷.

Anladığımız kadarı ile ister alt yapı, ister üst yapı olsun etkileri ortaya tam olarak koymak oldukça zordur. Burada biz turizmin alt yapı ve üst yapıdaki gelişmelere bağlı olarak gelişen bir sektör olduğunu söyleyebiliriz.

2.2.3. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi

İç ve dış turizm hareketlerinde oluşan gelişmeye paralel olarak, diğer sektörlerde de buna bağlı olarak bir canlanma ve hareketlilik ortaya çıkar. Turizmin çarpan ve istihdam yaratıcılığı özelliği ile diğer sektörlerde sürükleyici bir rol oynar. Turizm sektörü, turistik ihtiyaçların karşılanmasında ekonominin bütün sektörlerinden yararlandığı gibi, bazı sanayi sektörlerini de içine almaktadırlar, bazılarını da kendi ihtiyaçlarına göre şekil vermektedirler. Bir kısmını da yeniden meydana getirmektedir. Ayrıca tarım sektöründen de turizm önemli ölçüde yararlanmaktadır. Turizm hareketleri her aşamada diğer sektörler üzerindeki etkisinde bazı değişikliklere uğramıştır. Bu bölümde turizmin tarım, sanayi ve hizmet sektörü üzerindeki etkilerini incelenecek.

Turizmin tarım sektörü üzerindeki en önemli etkileri gelir ve istihdam üzerinde görülmektedir. Turizmin gelişmesine bağlı olarak, tarım sektöründe üretim kalitesinin artmasına, turizmin gelir etkisinin artmasına, standardizasyonun sağlanmasına ve en önemlisi de ürünlerin kaliteli bir hale getirilmesine neden olur.

Yerli halkın tarımsal ürün talebi yanında, iç ve dış turizmin yarattığı ek talep ve turizm mevsimindeki kısa süreli bölgesel fiyat artışları tarım sektörünün toplam hasılasını arttırdığı gibi, turistik yiyecek ve içecek işletmelerinin işlenmiş tarım ürünler ile turfanda meyve-sebze talepleri, bu faaliyet alanlarında bir canlanmaya neden olur⁹⁸. Ayrıca, turizmde istifade edilen tarım ürünlerinin turistin aradığı özellikleri taşıması gerekir, bu

⁹⁷ Ziya Eralp; **Genel Turizm**, Ankara Üniversitesi. Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara, 1983, s. 135.

⁹⁸ Hasan Olalı-Alp Timur. a.g.e, s:111

yüzden de kalite açısından dünya standartlarına ve kalitesine yaklaşma çabaları artar. Tarımsal ürünlere yönelik direk turistik tüketim harcamaları yanında, turizmden gelir elde edenlerin harcamaları da dolaylı gelir etkisini ortaya çıkarır. Milli tarım ürünleri piyasasında meydana gelen talep kaymaları bir dereceye kadar turizm talebi tarafından giderildiğinden, dolaylı gelir etkisi tahmin edildiğinden fazla olacaktır⁹⁹.

Tarım arazisini, çiftliğini, turizmin belli bir ölçüde gelir sağlamak için turizmin hizmetine sunan köylüler, bunları kiralayarak veya satarak hem gelir elde ederler hem de o yörenin turistik tanıtımına katkıda bulunurlar. Tarımla uğraşan bu kişiler bunların sayesinde gelir elde edecek ve sonucunda da refah düzeyleri artacaktır.

Turizmin tarım sektörü üzerindeki en önemli etkileri gelir ve istihdam üzerinde görülmektedir. Turizmin tarım sektörü üzerindeki gelir yaratıcı etkisi iki bakımdan incelenebilir¹⁰⁰.

1. Turistik bölgelerde artan turizm talebine bağlı olarak, turistin yeme-içme ihtiyacını giderme amacıyla tarım ürünlerinde meydana gelen artış sonucu tarım sektöründeki kişilerin ürünlerini daha iyi değerlendirme ve gelirlerin artırma fırsatlarının ortaya çıkması,

2. Turistik amaçlı arazilere sahip olan yöre halkı, bu arazilerin kamp alanı olarak turizmin hizmetine sunulması sayesinde ek bir gelir elde etme imkanına kavuşacaktır.

Turizmin, tarım sektörüne etkisi, istihdam açısından ise, tarım sektörünün mevsimlik olmasından dolayı, bunun sonucu oluşacak mevsimlik işsizlik ve atıl kapasitenin, turizmin yarattığı istihdam imkanları ile giderilmiş olacaktır. Turizm mevsiminde yöre halkına iş imkanların sağlaması, mevsimlik işsizliği azalttığı gibi, çiftlik turizminde ve tarım alanlarında yer alan kampinglerde turistik hizmetlerin orada çalışanların tarafından görülmesi ek bir gelir imkanı verecektir.

⁹⁹ Hasan Olalı, “Turizmin Sağladığı Dışsal Yararlar”, Dokuz Eylül Üniv. İ.İ.B.F. Dergisi, Yıl: 1, Kasım 1983, s.

¹⁰⁰ Adem Şahin, a.g.e, s. 66.

Turizmin tarım sektörü üzerindeki olumlu etkileri yanında olumsuz etkileri de mevcuttur. Bu olumsuz etkiler, turizm faaliyeti içinde açılan kamping alanları sonucunda tarım alanları daralmaya ve çalışanların yaşam biçimlerinin değişmesine neden olmaktadır.

Turizmin sanayi sektörü üzerindeki etkileri ise daha çok tüketim malı ve ara malı üreten sanayiler açısından görülmektedir. Fakat turizmin yatırım malları üzerindeki etkisi zayıftır.

Turizm sektörünün sanayi sektörüne etkisi, sanayi sektörü kendi içinde üç gruba ayırarak incelenebilir¹⁰¹:

1. Tüketim malı üreten sanayiler üzerinde turizmin etkisinin fazla olduğu görülür. Turistik ihtiyaçların yönlendirdiği talebe uyum sağlaması amacıyla, gıda ve içki sanayilerinde üretilen malların turistik standartlara uygun olmasına çalışırken, çoğu defa yanlış turistik tüketime yönelik üretimde bulunulduğu da gözlemlenir.

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

3. Yatırım malı üreten sanayilerin üzerinde ise, turizmin etkisi oldukça azdır. Sadece ulaştırma araçları, üreten sanayilerde turizmin gerektirdiği bazı değişiklikler yapılması söz konusu olur.

Turizmin sanayi sektöründeki diğer bir etkisi de inşaat sanayi üzerindedir. Turistik yatırımların artmasına paralel olarak inşaat malzemeleri sanayinde bir canlanmaya yol açacak ve buna bağlı olarak ta inşaat sektöründe istihdam edilen personelin gelirlerinde bir artış olacaktır.

¹⁰¹ Alp Timur – Hasan Olalı, a.g.e., s. 111.

Sanayi sektörünün emek ve faktör mobilitesi kuvvetli olmasından dolayı, endüstriyel gelişme, kaynaklar ve üretim faktörlerinde rekabeti arttırdığı için, turistik bölgelerde sanayi sektörü ile turizm arasındaki mobilitesi de arttırmaktadır. Bu durum sonucunda, sektörler arası direk ve endirekt ilişkilere söz konusudur. Örneğin, endüstriyel gelişmeye bağlı olarak ortaya çıkan talep artışı bazı sektörlerde ilave işgücü istihdamına yol açar. Aynı zamanda ek istihdamın daha yüksek harcama gücü sağlaması ile turistik faaliyetlere de bir yansıma olur¹⁰².

Turizmin sanayi sektörü içindeki etkisi, daha çok turistik yatırımların büyümesi ile birlikte, yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde görülür¹⁰³. Bu etkiler şu hallerde özetlenebilir:

1. Turistik amaç için arazi düzenleme, yeni yol yapımı ve benzeri altyapı yatırımlarının, modern araç ve gereçlerle gerçekleştirilmesi, söz konusu ağır sanayi ürünlerine olan talebi artırır.

2. Konaklama tesislerinin yapımında her çeşit inşaat malzemesi, teçhizat ve tefriş ile ilgili mefruşat kullanılacaktır. Bununla ilgili temel malları üreten sanayilerden alınan girdiler, söz konusu sanayi kollarını hareketlendirecektir.

3. Bilgisayar kullanımının artması, turizm sektöründe uygulama alanı bulunduğu nispette bu alana olan talepte artacaktır.

4. Turistik harcamalar içinde inşaat giderlerinin büyük paya sahip olması sebebiyle yatırım harcamalarının en önemi etkisi inşaat sanayi dalında görülecektir.

5. Turizm harcamaları, karayolu, deniz ve hava limanları gibi altyapı imkanlarının hazırlanması ya da genişletilmesi ile, sanayi ve ticaret sektörlerinin ulaşımdan kaynaklanan problemlerinin çözümüne katkıda bulunarak milli gelir düzeyinin artmasına yardımcı olacaktır.

¹⁰² Alp Timur – Hasan Olalı, a.g.e., s. 111.

¹⁰³ Orhan İçöz, a.g.e, s: 113.

6. Turizm sektörü iş ve üretim hacminin artmasına neden oluyor ise, buna bağlı olarak istihdam oranında da artış sağlayacaktır.

7. Turizm sezonunda, özellikle tarıma dayalı sanayilerde üretim artışı olacaktır.

8. Konaklama tesislerinin inşaatında, orman ve seramik sanayi ürünleri çok miktarda kullanıldığından, bu sanayilere olan talepte artış meydana gelecektir.

Turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkisine değinecek olursak, içinde bulunduğu hizmetler sektörünün de önem kazanması ve gelişmesine sebep olmaktadır. Bu hizmetler turizmde, küçük sanatlarla ilgili, günlük tüketimle ilgili, bazı lüks tüketime yönelik, sağlık ve güvenlik ile ilgili, tatil ve turizme yönelik hizmetleri kapsamaktadır.

Turizmin gelişmesi, turizme yönelik yatırımların artması, turistik hareketlerin büyümesinde bağlı olarak ekonomide meydana gelen olumlu gelişmeye paralel olarak hizmet sektöründe turizmde önemi gün geçtikçe artmaktadır.

Turizmin hizmet sektörünün etkisini beş şekilde ele alabiliriz¹⁰⁴.

1. Cari tüketim ile ilgili, hizmet üretim sektörünü geliştirir (Ekmek, et, manav, bakkal vb.)

2. Donatım satanları ile ilgili hizmet sektörünü geliştirir (elektrikçi, boyacı, demirci, inşaat işçiliği gibi).

3. Konforla ilgili hizmet üretim sektörünü geliştirir (Moda evleri, spor malzemeleri, parfümeri, gazeteci, çiçekçi, pastane, çay salonu gibi).

4. Yardım ve güvenlik hizmetler ile ilgili hizmet üretim sektörünü geliştirir.

5. Lüks hizmetlerle ilgili hizmet üretim sektörünü geliştirir (Kuyumcu, gece kulübü, sauna, rehber monitörler, antikacılar gibi).

¹⁰⁴ Alp, Timur – Hasan Olalıl, a.g.e, s: 113.

Belirttiğimiz üzere turizmin ekonomi üzerine etkisi çok kapsamlı olarak karşımıza çıkmakta ve ekonomik göstergeler üzerinde önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bölümde genel olarak turizmin ekonomik etkileri üzerinde durduk, bir sonraki bölümde ise, turizmin Türkiye ekonomisi üzerindeki yeri ve önemi belirlenmeye çalışılacaktır.



3. BÖLÜM: TURİZMİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ (1985-1999)

3.1. Türkiye’de Turizm Sektörünün Gelişimi

Türkiye’de turizm sektörünün gelişmesi diğer sektörlerde olduğu gibi iki ayrı dönem halinde incelenebilir. Birinci dönem Türkiye’de devletin ekonomik ve sosyal hayata müdahalesinin olduğu 1963 yılına kadar olan (1920-1960) dönemi kapsarken, 1963 yılından başlayarak günümüze kadar gelen dönem de ikinci dönemi kapsamaktadır. Bu dönemler plan öncesi dönem ve planlı dönem olarak adlandırılmaktadır. Plan öncesi dönem devletin ekonomik ve sosyal hayata müdahalesini plansız ve programsız yapıldığı ve devletin müdahalesinin olmadığı dönem olarak da açıklanabilir. Bu plan öncesi döneme turizm açısından baktığımızda, turizm plan öncesi dönemde, diğer sektörlerde olduğu gibi fazla üzerinde durulmamış ve diğer sektörlerle oranla da daha düşük bir alaka söz konusudur. Bu plansız dönemde, turizmle ilgili kurumların teşkilatlanması ve temel yatırımlar gerçekleştirilmemiştir.

1963 yılından başlayan planlı dönemde de, devletin ekonomik ve sosyal hayata müdahalesi Beş Yıllık Kalkınma Planı ile sistematik hale getirilmiştir. Beş Yıllık Kalkınma Planları Türkiye ekonomisi bakımından 1963 yılı ile başlayan ve günümüze kadar devam eden dönemin planlı dönem şeklinde anılmasına vesile olmuştur.

Türkiye’de Plan dönem öncesi turizm faaliyetlerini kısaca değerlendirecek olursak; plan öncesi dönemde turizmle ilgili bir ilk hareketler 1923’te Reşid Saffet Atabeinen ve bir grup aydın tarafından kurulan “Seyyahın Cemiyeti” ile başladığı kabul edilmektedir. Turizmin kamu yönetimi içerisinde yer almasını sağlayan resmi teşebbüsler 1934 yılında çıkarılan “İktisat Vekaleti Teşkilatı ve Vazifeleri Hakkında 2450 sayılı Kanun” ile başlamıştır. Bu kanun sonucunda turizmle ilgili işler, İktisat Vekaleti Dış Ticaret Dairesine bağlı “Türk Ofisine” bırakılmıştır. Turizm faaliyetleri 1939’da yeni kurulan Ticaret Vekaleti’ne, 1940’da Basın Umum Müdürlüğü’ne 1943’te Basın Yayın Umum Müdürlüğüne ve 30 Haziran 1949 tarih ve 5392 sayılı Kanun ile kurulan, Basın

Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğüne bağlı “Turizm Dairesine” bırakılmış, adı geçen kuruluşlar o dönemde turizm politikamızın yürütücüsü olmuşlardır¹⁰⁵.

Milli turizm politikasına temel oluşturması amacıyla “Turizm Ana Programı” hazırlanmıştır¹⁰⁶.

1950 yılındaki turizm faaliyetleri 4 grupta ele alabiliriz¹⁰⁷.

1. Birbirini takip eden kanunlarla, hem tutarlı bir turizm politikasının şekillenmesine, hem de politikanın uygulanabilmesi için gerekli kurum ve araçların tesisine imkan hazırlanmıştır,

2. İkinci Dünya Savaşından sonra batı ile işbirliği ve ekonomik liberalleşme hareketi hızlanmış, NATO üyeliği gibi sebeplerden dolayı Türkiye’ye yönelik insan akımı olmuş ve bunun sonucunda Türkiye’nin turistik imkanlarının daha çok tanınmasına katkıda bulunmuştur,

3. Turistik Yatırımlar için önce İller Bankasında Kurulan fon ile sonradan Turizm Bankasına tahsis edilen kaynakların yetersiz kalışı, turistik yatırımların önemini ve ülke kalkınmasına olumlu etkisini gittikçe daha iyi kavramaya başlayan merkezi idareyi, ek finansman kaynakları aramaya zorlamıştır,

4. Yol, liman, hava meydanı gibi altyapı yatırımlarında sağlanan hızlı artış, ulaştırma ve haberleşme, sistemlerinin iyileştirilmesi hususunda gerçekleşen gelişmeler, büyük şehirlerin imarı arkeolojik kazılara daha fazla önem verilmesi, tarihi değerlerin restorasyonu gibi faaliyetler, turizm endüstrisinin özellikle uzun vadede gelişmesinde olumlu etki yapmıştır.

Planlı dönemdeki turizm sektörünü, kısaca 1963-1980 dönemleri arasında inceleyip 1985 sonrasını ayrıntılı şekilde ele alınacaktır. Bu dönemi; uygulamaya konan

¹⁰⁵ DPT, II. B.Y.K.P. “Turizm Sektörü Raporu”, yay. No: DPT 567 / İPD 228 Ankara, 1968, s. 17.

¹⁰⁶ İsmet S. Barutçugil, **Turizm Ekonomisi ve Turizm Türkiye Ekonomisindeki Yeri**, s: 70.

¹⁰⁷ Menduh Yaşa, **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ekonomisi (1923-1978)**, 6. Baskı, İstanbul 1984, s: 417-418.

Beş Yıllık Kalkınma Planları incelendiğinde turizm sektörü ile ilgili hususları şu şekilde özetlenebilir

1. Turizm sonucunda elde edilen döviz miktarını arttırmak ve ödemeler bilançosu açığının kapatılmasından yararlanmak,
2. Ülkeye gelen turist sayısının arttırılmasını sağlamak,
3. Turistlerin ortalama kalış süresini uzattırmak,
4. Turistlerin ortalama harcamalarının arttırılmasını sağlamak,
5. Turizmde öncelikli yöreleri belirlemek, altyapı ve fiziki planlama faaliyetlerini hızlandırmak,
6. İç turizmi de geliştirmek, bu amaçla özellikle çalışanlara tatil imkanı sağlamak,
7. Kitle turizmine uygun konaklama ve ulaştırma yatırımlarını teşvik etmek,
8. Tanıtma faaliyetlerine ağırlık vermek,
9. Fiyat politikası tespit etmek,
10. Kamunun alt yapıyı, özel kesimin de üst yapıyı gerçekleştirmesini sağlamak,
11. Teşvik ve kredi politikasını yönlendirmek,
12. Tabi varlıkların korunmasını sağlamak,
13. Yabancı yatırımları özendirmek,
14. Ana tur güzergahlarının düzenlenmesini sağlamak,
15. Turizmde eğitim politikasını belirlemek,
16. Turizm istatistiklerinin tam ve doğru oluşmasını sağlamak,

Bu yukarıdaki maddeler çok az değişiklik hemen hemen bütün kalkınma planları içerisinde yer almaktadır. Bu maddeler kalkınma planlarının temel amaçlarını da oluşturmaktadır.

Turizmde 1980 yılına gelindiğinde, Türkiye’de turizm potansiyelinin tam olarak kullanılmadığı ve buna bağlı olarak ta ekonominin turizmden fazla bir fayda sağlamadığı görülür. Bunun sonucunda 1980 yılında turizm kalkınmada özel öneme sahip sektörler arasına alınarak “Turizm Teşvik Çerçeve Kararnamesi” çıkarılmıştır. Bu kararname sonucunda turizmde teşvik dönemi başlamıştır. Bu teşvik sonucu, bazı hedef ve ilkeler belirlenmiştir¹⁰⁸.

1. Kamunun turistik altyapıyı, özel sektörün ise turistik üstyapıları gerçekleştirmesi ve uygun sayıya getirmesi,
2. Turizmde yabancı sermaye oranını arttırması,
3. Turizmde seyahat acentaları ve organizasyon geliştirilmesi,
4. Turizme yeni yerlerin kazandırılması,
5. Ülkemize gelen turist sayısını ve gelen yabancıların yapmış oldukları ortalama harcamaların artırılması. Bu da ürün çeşitliliği sonucu sağlanabilir.

Tablo:16- Turizm Sektöründe Gelişmeler

	1985	1989	1993	1999
Yurda Gelen Yabancı Sayısı	2.614.924	4.459.151	6.575.638	7.464.015
Yurtdışına Çıkan Vatandaş Sayısı	1.806.163	2.464.318	2.800.460	4.632.876
Turizm Gelirleri	1.482.000	2.556.529	3.959.000	5.000.000
Turizm giderleri	323.600	520.000	934.000	1.405.900

Kaynak: Turizm Bakanlığı – DPT (Verilerine göre çizilmiştir)

Tablo 16’de Türkiye’de turizm sektöründeki gelişmeler, gelen yabancı sayısı, çıkan vatandaş sayısı, turizm gelirleri ve turizm giderleri olarak görülmektedir. Bu tabloda dönem, 1985-1997 yılları arasını kapsamaktadır.

¹⁰⁸ Sami Denker, “Turizmin Türkiye’ye Ekonomik Önemi: Turizm Serbest Bölgeleri ve Serbest Turizm İşletmeciliği”, T.C. Başbakanlık Yayınlanmasi Çalışma Şubat 1997, s. 15.

3.2. Türkiye Turizm Politikası ve Turizm Politikasının Hedefleri

1963-1967 yıllarını kapsayan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile turizm politikasının temel elemanlarını oluşturan dengeler, araçlar ve amaçlar arasında bir ilişki kurularak turizm alanında izlenecek politikalar belirlenmiştir.

Tablo:17- Kalkınma Planlarında Turizmle İlgili Bazı Kavramların Sürekliliği

Turizm İle İlgili Konular	I. Kalkınma Planı 1963-1967	II. K.P. 1968-1972	III.K.P. 1973-1977	1978 Programı	IV. K.P. 1978-1983	1984 Programı	V.K.P. 1985-1989	VI.K.P.Y 1990-1994
Ödemeler Dengesi ve Ekonomik Tedbirler	x	x		x	x		x	x
Özel Sektör		x	x	x	x		x	
Yabancı Sermaye					x		x	
Teşvik Kredi Fon Konuları	x	x	x	x		x	x	x
Turizm arzı, tesisler altyapı ve kapasite konuları	x	x	x	x	x	x		x
Turizm talebinin yapısı ile ilgili politikalar	x					x	x	
Turizm faaliyetlerinin mevsimlere dengeli dağılımı		x	x	x				
Fiziki planlama ve mekana yansıyan politikalar		x	x	x	x	x	x	x
Sosyal Turizm (ucuz ve kredili tatil)			x	x	x		x	x
Tarihi çevre korunması			x					
Milli Parklar			x					
Doğal çevre korunması							x	x
Kıyı korunması ve planlama			x	x	x			
II. Konut Yapımı				x				
Tanıtım propaganda	x	x	x	x		x		
Turizm eğitimi	x	x	x		x			x
Turizm araştırmaları	x							
Turizm İstatistikleri				x			x	
Turizm Organizasyonları	x							

Kaynak:İnci Ataç-RÖSCH, Turizm Planlaması Ülke Çapında Alınan Politika Kararlarının İncelenmesi, Planlama, Sayı:24, 1988, Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı.

Tablo 17’de Kalınma Planlarını incelediğimizde, planların büyük çoğunluğunda ele alınan ortak konuların;

- 1- Ödemeler dengesi ve ekonomik tedbirler,
- 2- Özel sektör yatırımlarının yönlendirilmesi,
- 3- Teşvik kredi,
- 4- Fiziki planlama,
- 5- Tanıtım ve propaganda,
- 6- Turizm eğitimi, olarak görülmektedir.

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planının temel amacı; ödemeler bilançosunun kapatılmasında büyük öneme sahip olduğundan Türkiye’nin turizm talebinden yararlanmak, zengin tabii ve tarihi kaynaklardan faydalanmak, gerekli yatırımları yapmak, tanıtım faaliyetlerine ağırlık vermek ve hatıra endüstrisini canlandırmak, temel amaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha önceden de belirttiğimiz gibi, diğer başka bir amaçta turistler kalma ve harcama tutumlarının arttırılması sağlanmasıdır. Bu kalkınma planında hemen hemen turizm için gerekli işler yapılmış fakat beklenen ölçüde turist gelmesi sağlanamamıştır.

1968-1972 yılları arasını kapsayan İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde turizm ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından tam olarak yararlanılması; özellikle dış turizm gelirleri, yabancı turist sayısı ve ortalama tüketimlerin arttırılması ve iç turizmin geliştirilmesi; turistik potansiyeli yoğunlaştırılacak turizm yatırımlarının kitle turizmine dönük olması ve yatırımların kredi yolu ile, mali, hukuki tedbirlerle desteklenmesi; sektörde uygulanacak fiyat politikasının milletlerarası rekabet şartlarına göre düzenlenmesi, turistik tanıtma ve reklam politikasına yeni bir yön vermesi temel amaç olarak görülür.

1973-1977 dönemini kapsayan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında ise, turizm yatırım ve işletmeciliğinde dış ve iç turizm talebine uygun biçimde özel sektörün esas alınması, yatırımlarda kamu sektörünün destekçi olması, kıyıların, turistik ve milli park niteliğindeki alanların toplum yararına kullanılması, turizm sektörü kendi ihtiyacının Turizm Bankası yanı sıra genel banka sisteminden karşılanması imkanları yaratılması ve turizm hızla geliştiği bölgelerde arazi kullanım ve tesis altyapı ilişkilerinin düzenlenmesini kapsar.

Alınan bu tedbirlere rağmen turizm sektöründe istenilen gelişme tam olarak gerçekleştirilememiştir. Birinci, İkinci, Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planlarında turizm bakımından belirlenen genel hedeflere ulaşamamıştır.

1979-1983 yılları arasındaki Dördüncü Beş Yıllık kalkınma planında hemen hemen her programda tekrarlanan ilkeler ve maddelere girilmiştir. Bu planda turizmin hızlı şekilde gelişmesinin sağlanması ve buna bağlı olarak ta turizmden sağlanan döviz gelirinin artırılması amacı güdülmüştür.

1985-1989 yılları arasını kapsayan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma döneminde sektörde yeniden düzenleme amacı güdülmüştür.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Döneminde;

- Turizmde gerçek bir turizm bilinci yaratılabilirse,
- Turizm konularında, turizm politika ve planlamasında yetkiler belirli bir kamu yönetimi teşkilatında toplanabilirse,
- Turistik yatırımlar, dağıtılmayarak öncelik bölgeleri belirlenecek kaynaklar bu yörelerde yoğunlaştırılırsa,
- Devlet ve bazı teşebbüs kesiminin faaliyet alanları uygun bir biçimde tespit edilebilirse,

- Turizm sektöründe yatırım yapacak olanlara devlet bazı ciddi kolaylıklar sağlayarak aktif biçimde destek olursa,

- Turizm alanında çalışanlara ciddi bir eğitim ve öğretim verilebilirse, Türkiye turizmden çok şeyler kazanabilecektir amaçları bu dönemde ön planda tutulmuştur.

1990-1994 yılları arasını kapsayan dönemde sektörde, kış, av ve su sporları ve festival, sağlık, gençlik, golf, vb. turizmi cazip hale getirilmesi için teşvik politikaları gerçekleştirmek, turizm sektöründe doğrudan ve dolaylı hizmet verenlerin yeterli düzeye getirilmesi, turizm alt ve üst yapısının geliştirilmesine önem verilmesi, charter taşımacılığı geliştirilerek yerli seyahat acentalarına tur operatörlüğü teşvik edilecek, faaliyet mevsimini uzatıcı önlemler almak, toplumun en uygun ve sağlıklı şartlarda tatil yapmasını sağlamak ve turistik tesis işletmeciliğini geliştirecek küçük kapasiteli tesisler ve aile işletmeciliği teşvik edilmesi üzerinde durulur.

Tablo 18: Turizm Sektöründe Gelişmeler (1984-1994)

	1984	1988	1989	1994	V. Plan Dönemi	VI. Plan Dönemi
Yurda Gelen Yabancı Sayısı	2,117,094	4,172,727	5,000,000	7,400,000	18,8	8,2
Yurtdışına Çıkan Vatandaş Say.	2,071,189	2,114,780	2,220,000	2,800,000	1,4	4,8
Turizm Geliri	548	2,355	2,910	5,514	39,6	13,6
Turizm Gideri	277	358	440	1,026	9,7	18,5

Kaynak: DTP - Turizm İstatistikleri Bülteni 1997

Tablo 18’de Beşinci ve Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planlarında, turizm sektöründeki gelişmeler görülmektedir. Görüldüğü üzere bu dönem içerisinde, gerek gelen yabancılar, gerekse gelir ve giderler 1984-1985 yılları arasında artan bir trend izlemiştir.

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında, rekabet gücü yüksek ve verimli turizm ekonomisinin geliştirilmesi, doğal ve kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğin sağlanması, yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması, mevcut üst yapılardan daha etkin yararlanılması ile doğal sermayenin korunması, öncelikli bölgelerde mevcut; ikincil konutların pazarlamasına yönelik organizasyonlar gerçekleştirmek, küçük ölçekli devlet modelinin uygulanmasını yaygınlaştırma amaçları ele alınmıştır.

Türk Turizm politikası üzerinde kısaca durduktan sonra Türk Turizm politikasının temel hedeflerin değinecek olursak, Türk turizm politikasının temel amacı turizm faaliyet ve hizmetleri tam ve istenilen düzeye getirilmesi temel amaçtır. Bu faaliyet ve hizmetlerin yerine getirilirken üç prensip önemi karşımıza çıkar:

Birinci prensip; Turistler ve yerli halk için en uygun sosyal şartların sağlanması. Bu şartların sağlanması için aşağıdaki unsurların yerine getirilmesi gerekir¹⁰⁹.

1. Seyahat için gerekli olan pasaport ve vize işlemlerinin kolaylaştırılması,
2. Ülkeye gelen turistlerin yapmış oldukları alışverişte fiyatların ve kalitenin uygun nitelikte olmasının sağlanması,
3. Alternatif turizm faaliyetlerin geliştirilmesi,
4. Ülke içindeki tüm kitlelerin tatil yapma imkanlarına kavuşturulması,
5. Turistik bölgelerde turizme uygun bir yaşam ve ekonomik ortamın yaratılması gibi hedefler söz konusu edilebilir.

İkinci Prensip, Rekabetçi ve Etkin Turizm Ekonomisi Oluşturmak.

Turizmin temel amacı ülkeye döviz sağlaması ve ödemeler dengesi açıklarının kapatılması ve istihdam yaratmasıdır. Bu amaç için aşağıdaki faaliyetten yapılması gerekir¹¹⁰.

¹⁰⁹ Hasan Olalı, **Turizm Politikası ve Planlaması**, Ege Üniversitesi İdari ve Ticari Bilimler Fakültesi Yay. İzmir

1. Ülke turizminin dış pazarlamasının geliştirilmesi
2. Mevcut olan turistik yapı donanımından en etkin biçimde yararlanılması,
3. Turistik alt ve üst yapının geliştirilmesi
4. Turizm endüstrisinde mal ve hizmetlerin fiyatlarında istikrar sağlanması,
5. Turistik büyümenin bölgelerarası gelişmişlik farklarını giderecek şekilde düzenlenmesi.

6. Turizmin kalite bakımından uluslar arası düzeye çıkarılması,
7. Turizmin olumlu istihdam etkisinden yararlanılmasının sağlanması,
8. Yerli ve yabancı turist sayısının ve turizm gelirlerinin arttırılması.
9. Turizm sektörünün milli gelir içindeki payının yükseltilmesi.

Üçüncü olarak ta; Doğal ve Sosyal Varlıkların Korunmasını Sağlamak:

Doğal yapısı ve Sosyal Varlıklara gereken önem verilmesi ve korunması için bazı politikalar söz konusudur. Bunlar;¹¹¹

1. Turizm için gelecekte kullanılması tasarlanan deniz kıyılarının doğal ve tarihi zenginliklerin kirlenmesini ve tahribatını önlemesi.

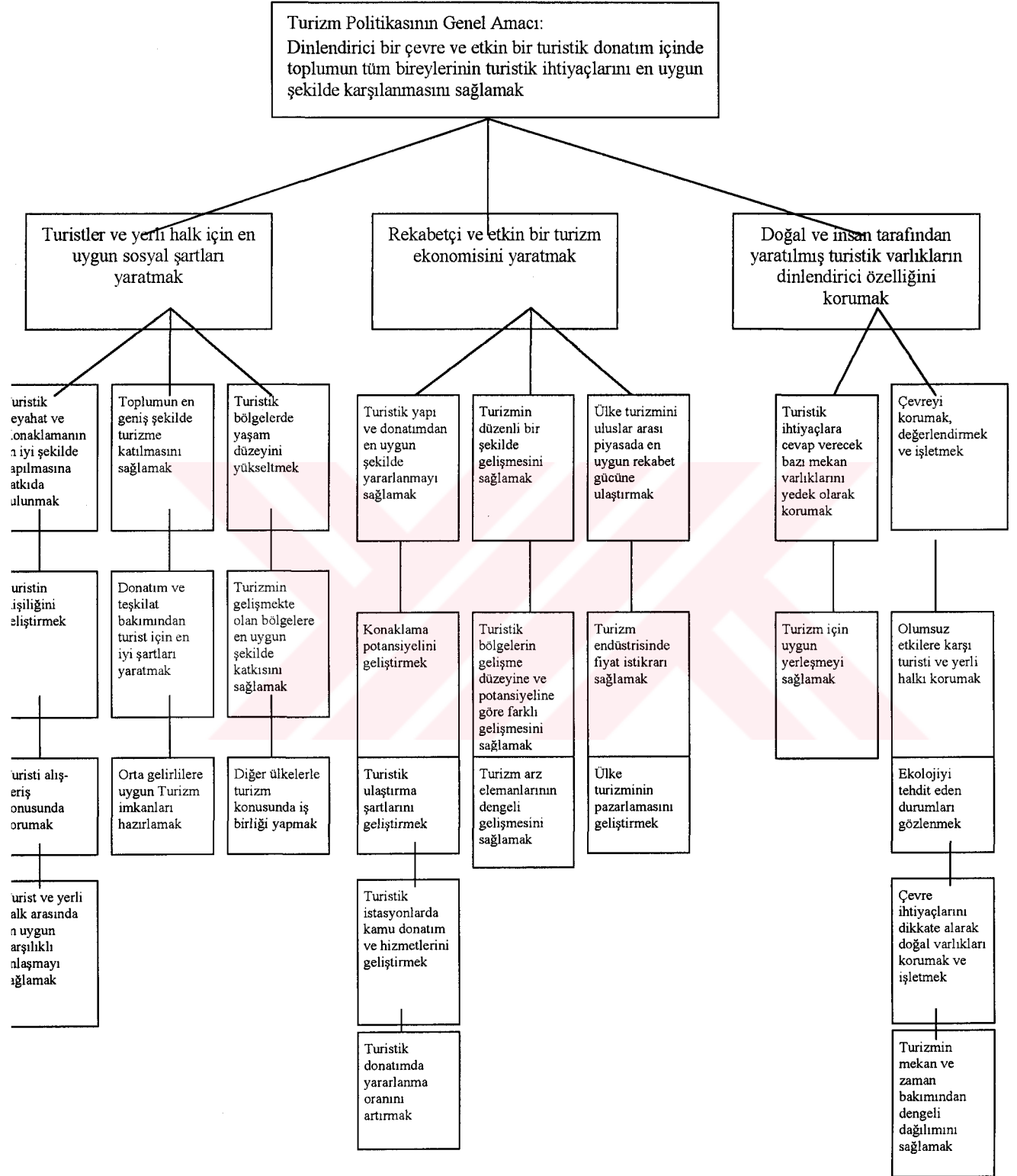
2. Milli parklar kurulması,

3. Yerleşim yerlerinin, konutların, kamu tesislerinin, sanayi tesislerini, eğlence ve ticaret merkezlerinin nerelere ne biçimde yapılacağının belirlenerek, arazi ihtiyaçlarının ayrılması,

¹¹⁰ Sami Denker a.g.e., s. 21, Olah Turizm Politikası Planlaması, 48, Mahmut Sümer, Dış Tanıtım ve turizm T.İ.B. Yayınları, Ank, 1983, s. 320.

¹¹¹ Fatih M. Ünlüsoy, "Ekonomik Boyutları ile Turizm-Çevre İlişkileri", Banka ve Ekonomik Yorumlar, Yıl. 27, sayı 7, Temmuz 1990, s: 50.

Şekil 7 - Turizm Politikasının Amaçları



Kaynak: Conception Suisse du Tourisme, Commission Consultative Federale pour le tourisme.

4. Ekolojik dengeler korunması,

5. Türkiye Turizm haritasının çıkarılması,

6. Ekolojik yönden aşırı duyarlı alanlarda doğa ve kültürel turizm geliştirilmesi.

Şekil 7’de Türk Turizm politikasının amaçları ayrıntılı bir şekilde incelenebilir. Görüldüğü üzere turizm politikasının genel amacı çerçevesinde şekilde, turizm politikasının temel amaçları gösterilmeye çalışılmıştır.

3.3. Turizmin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisi

Sektörler bazında incelendiğinde turizm son 25 yıl içerisinde gelişme gösteren ana sektörler arasında yer almaktadır. Fakat ülkemiz turizm gelirlerinden istenilen sonuçları alamamaktadır. İspanya, Malta, Yunanistan ve Fransa gibi Akdeniz ülkelerinin gerisinde kalmaktadır. Turizmin ülkemiz açısından çok büyük önemi vardır. Özellikle de ülke ekonomimiz açıdan büyük öneme sahiptir. Hızla kalkınmak isteyen Türkiye’nin karşılaştığı ekonomik güçlüklerin aşılmasında turizm gelirlerine duyulan ihtiyaç her geçen yıl artmaktadır. Ülkemizde turistik faaliyetler sonucu elde edilen gelir hem yatırım maları ithalinin gerektirdiği dövizin sağlanmasında, hem de dış ticaret dengesi açıklarının kapatılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Turizmin son yıllarda yarattığı doğrudan ve dolaylı etkilerle Türk ekonomisinde büyük bir güç haline gelmiştir.

3.3.1. Ödemeler Dengesine Etkisi

Türkiye ekonomisinin son yıllarda karşılaştığı en önemli sorunlardan bir tanesi de ödemeler dengesizliğidir. İhracat artışının sağlanamaması ve artan ithalat nedeniyle ödemeler dengesi açığı devamlı olarak artmıştır. Bu gelişmelerin neden olduğu döviz darboğazının aşılmasında ithalatta kısma yoluna gidildiğinde piyasada durgunluk oluşacaktır, bu da yatırımları ve istihdamı olumsuz yönde etkileyeceğinden, ihracatın artırılması veya döviz getiren diğer kaynakların geliştirilmesi gerekmektedir. Bu aşamada turizm ödemeler dengesini olumlu yönde etkileyeceğinden önem kazanmaktadır.

Ödemeler bilançosunda görünmeyen kalem içerisinde yer alan turizm gelirlerinin Türkiye için iyi bir seçenektir. Turizm gelirinden elde edilen döviz maliyetinin, ihracat ürünlerinden elde edilen döviz maliyetlerine göre oldukça düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca GATT anlaşmasının imzalanmasıyla ihracattaki teşvikler sınırlandırılmıştır. Turizm teşvikleri için ise, böyle bir olasılık daha ihtimali çok düşüktür. Turizmde tüketim, üretimin olduğu yerde gerçekleştiğinden, ihracatçı ülke için navlun ve benzeri ihracat giderleri de söz konusu olmamaktadır. Buradan çıkaracağımız sonuç, turizm geliri uluslararası ticarette petrolden sonra ikinci sırayı yer almıştır. Bunun sonucunda bütün dünya ülkelerinde turizm beklentileri gün geçtikçe artmaktadır¹¹².

Türkiye'nin dış turizm gelirleri ve giderlerinin dış ödemeler dengesindeki payına gelince, dış turizm gelir giderlerinin dış ticaret dengesindeki payının küçük olması, dış ödemeler dengesini de yansıtmakta ve turizmin dış ödemeler dengesine payının da düşük oranda kalması sonucunu vermektedir. Dış ödemeler dengesinin, döviz girdi ve çıktısını gösteren global sayılar sermaye hareketlerinin yarattığı döviz transferi ile denkleştirildikten sonra bulunan sonuçlar dış turizm gelir ve giderleri ile oranlandığında, bu durumu görebiliriz.

1985-1989 yılları arasını kapsayan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı turizmin ödemeler dengesine etkisi bakımından, dış turizm net döviz gelirlerinin arttığı görülmektedir. Bu artışa bağlı olarak da turizmin bağlı olduğu diğer yan sektörleri de dolayısıyla etkilemiştir. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma planında temel amaçlar, dış turizm gelirin arttırmak, yabancı turist sayısını arttırmak temel amaç olarak gözükmektedir. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında bir önceki plan döneminde yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu olumlu sonuçlar ile devam etmiştir. 1985-1989 yılları arasında genel olarak turizmde artış söz konusudur. Fakat 1986 yılında Çernobil faciası sonunda turist sayısında düşüş olmuştur. Bu düşüş sonucunda turizm gelirleri 1.2 milyar \$ kalmıştır. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma dönemine kadar turizmden beklenen sonuçlar tam olarak sağlanamamıştır. Ama Beşinci Beş Yıllık Kalkınma döneminde ilk kez hedeflenen gelirin

¹¹² M. Sami Denker, a.g.e, 78.

üzerinde bir gelir elde edilmiştir. 1988 yılında gelir 2.3 milyar \$ civarında seyrederken daha sonra 1990'da 3.2 milyar \$'a yükselmiştir. (Tablo 21). Yatak kapasitesindeki artış, turistik yatırımlara tanınan kredi ve teşvik imkanları, turizm gelirinin artmasını sağlamıştır.

1990-1994 yılları arasını kapsayan Altıncı Beş Yıllık kalkınma Planında turizm arzını çeşitlendirme amaçlanmış, charter taşımacılığı ve yeni seyahat acentaları desteklenmesi amaçlanmıştır. 1990 yılında 3.2 milyar \$ olan turizm geliri, 1991 yılında 2.6 milyar \$ seviyesinde olmuştur. 1991-1992 yılları arasındaki körfez krizi sonucu Türkiye turizm gelirlerinde önemli bir düşüş olmuştur.

1996-2000 yılları arasını kapsayan Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planına gelindiğinde mevcut durum, son 10 yıl içerisinde Türk turizmine uluslararası turizm geliri içindeki payı binde 3'ten yüzde 1.4'e yükselmiştir. Bu plan döneminde amaç rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisinin geliştirilmesi, doğa ve kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğin sağlanması ve yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması sektörün temel amaçlarıdır. Ayrıca mevcut üst yapılardan etkin bir şekilde yararlanılması ve doğal sermayenin korunması temel esas olarak ortaya çıkar. 1996 yılında turizm geliri 5.7 milyar \$ seviyesinde iken 1997 yılında bu miktar 8.1 milyar dolar ve 1998 yılında ise 8,5 milyar \$ yükselme ve buradan turizmin sektöründen sağlanan gelirin yıllar itibariyle artış görüldüğü gözlenmektedir.

1985-1998 yıllarında dünya turizminde önemli atılımların yapıldığı bir dönemi kapsamaktadır. Türkiye bu atılımdan payını almış 1985 yılında yakaladığı bu artışı düşürmeyerek bu oran 1998 yılına gelene kadar bazı açıklıklara rağmen artış şeklinde devam etmiştir. Bu oran 1985'te 1.4 milyar \$ iken turizm geliri 1998 yılında geliştiği 8.5 milyar \$'a yükselmiştir (Tablo 19)

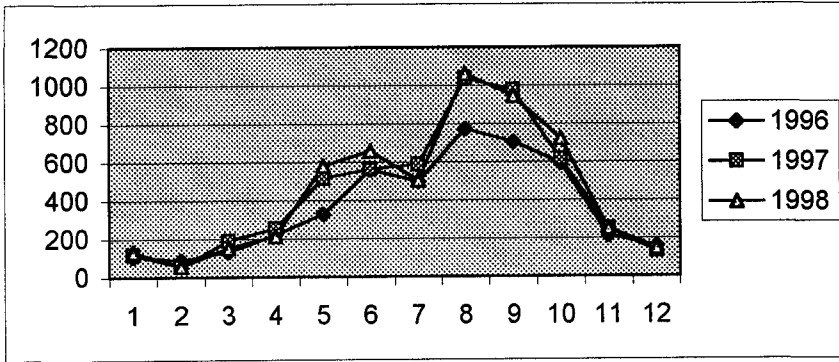
Tablo: 19- Türkiye’de Turizm Gelir ve Giderleri

Yıllar	Gelir (1000 US\$)	Gider (1000US\$)	Denge (1000US\$)
1985	1.482.000	323.600	1.158.400
1986	1.215.000	313.570	901.400
1987	1.721.117	447.739	1.273.378
1988	2.355.295	357.966	1.379.329
1989	2.556.529	565.000	1.991.529
1990	3.225.000	520.000	2.705.000
1991	2.654.000	592.000	2.062.000
1992	3.639.000	776.000	2.863.000
1993	3.959.000	934.000	3.025.000
1994	4.321.000	866.000	3.445.000
1995	4.957.000	911.000	4.046.000
1996	5.762.000	1.265.000	1.697.000
1997	8.088.549	1.716.000	6.372.549
1998	8.500.000	1.754.000	6.250.000
1999	5.000.000	1.480.000	4.200.000

Kaynak: DPT, Temel Ekonomik Göstergeler (1985-1989-1994-1999).

Tablo:20- Ödemeler Dengesi (Net Turizm Gelirleri (Net)-Milyon ABD Doları) Aylık Değerler.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1996	109	89	133	220	330	560	499	773	706	594	212	160
1997	118	53	190	253	516	563	585	1036	975	612	252	133
1998	131	56	151	213	581	658	506	1061	947	721	250	148



Kaynak: DİE, (DİE Verilerine Göre Çizilmiştir).

Şekil 20’de 1996, 1997, 1998 yılları arası ödemeler dengesi aylık değerleri verilmiştir. Görüldüğü üzere Aralık 1998’de turizm geliri 148 milyon dolara düşmüştür.

3.3.2. İstihdama Etkisi

Turizmin diğer bir önemli etkisi de istihdama üzerindeki etkisidir. Gelişmekte olan ülkelerin çoğu gelişmesini sanayileşme ile karşılaşmaktadır. Fakat incelendiğinde, gelişmekte olan ülkelerin sanayileşme ile istihdam sorununu çözememektedirler. Ülkemizde nüfus artışının oldukça fazla olması ve sonucunda fazla işgücü oluşacağından, işsiz sayısında önemli ölçüde fazladır. İşte ülkeler istihdam sorunun azaltmak amacıyla sanayileşmeden farklı olarak turizm sektörüne yönelmişlerdir. İstihdam olanakları yaratmak sanıldığı kadar kolay olmamaktadır, özellikle de artan şekilde işgücünden daha fazla tasarruf eden yeni teknolojinin kullanılması, gelişen ülkelerde istihdam konusunda yeni sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu yönden altyapı yatırımları ve konut yapımı yanında çeşitli yönleriyle önem kazanan turizm, geniş istihdam imkanları sağlamaktadır.

Bilindiği üzere turizm sektörü emek yoğun bir sektördür. Başka bir deyişle turizm sektöründe istihdam yoğunluğu fazladır. Bu nedenle turizm bir istihdam aracı olarak karşımıza çıkar. Özellikle Türkiye’de işsiz sayısının 3 milyonu aştığı bir ülkede istihdam açısından turizmin büyük önemi vardır. Turizmin ülke ekonomisine sağladığı üç temel istihdam imkanı söz konusudur¹¹³.

- Turizm sektöründe turistlerin ihtiyaçlarına doğrudan doğruya cevap veren personel ki buna doğrudan istihdam (otel, motel, restoranlarda çalışan personel),

- Turistik arzını destekleyen yan sektörde oluşan dolaylı istihdam,

- Halkın turizm faaliyeti sonucunda elde etmiş olduğu geliri tekrar harcaması sonucu oluşan ek istihdam olup, buna turizm çarpanını etkileri sonucu ortaya çıkan uyarılmış istihdam diyebiliriz.

¹¹³ C. Macit Berberoğlu, “Ekonomik Gelişmede Turizm”, Eskişehir Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Eskişehir, Cilt IV, sayı 2.1998, s: 210.

Türkiye’de turizm sektöründeki istihdamı tam olarak ifade etmek oldukça güçtür. Ancak 1000 yataklı bir konaklama tesisinin 3000 kişilik istihdam imkanı hazırlayacağı hesaplanmaktadır¹¹⁴. Turizmin ülkemizde istihdama ne kadar katkı sağladığı kesin rakamlarla belirlenememektedir. 1992 yılında işsizlik ve eksik istihdam nedeniyle atıl durumda bulunan işgücü oranının yüzesi 15.9 olduğu ülkemizde, istihdam açısından turizmin geliştirilmesinin ayrı bir önemi olduğunu söyleyebiliriz. Ülkemizde bir kişiye iş imkanı sağlayabilmek için en düşük yatırım maliyeti turizmdir. Turizmde düşük maliyetli bir yatırımla, oldukça fazla istihdam sahası, daha az maliyetle açılmaktadır. Bunun sonucu olarak kısa vadede istihdam katkısı bakımından en uygun yatırım alanı turizm olmaktadır, öyle ki turizm sadece işletme açısından değil, yatırım aşamasında da çok sayıda iş imkanı sağlayacaktır. Ayrıca turizm işletmesinin fiziki büyüklüğü ve yıldız sayısı arttıkça istihdam edilen personel sayısı ve buna bağlı olarak istihdam oranı artacaktır.

Türkiye’de turizm sektöründe istihdam çeşitli alanlara dağılmıştır. Bunlar, otel, restoranlar, seyahat acentaları, bakanlık ve turizm rehberleri olarak sayabiliriz. Bunların turizm sektörünün istihdama değin oranları Tablo 21’de görülmektedir.

Tablo: 21- Turizmde İstihdam (1985-1989)

Yıllar	Otel ve Restoran	Seyahat Acentası	Bakanlık	Turizm Rehberi	Toplam
1985	65.563	1.426	9.257	1.202	107.508
1986	100.580	1.470	9.532	1.239	112.821
1987	110.336	1.889	9.600	1.262	123.087
1988	129.796	2.408	2.594	2.068	137.866
1989	134.034	2.790	1.647	4.229	142.700

Açıklamalar ve Kaynaklar

1. 25 no’lu iş kolunda çalışanlar – Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (17 Ocak 1990 gün 20405 sayılı Resmi Gazete).
2. Seyahat acentalarının zorunlu olarak çalıştırmak zorunda oldukları minimum kişi sayısı- Turizm Bakanlığı.
3. Merkez-Taşra Teşkilatları dahil yurtdışı Turizm Bakanlığı 1985 yılında itibaren kültür kesimi çalışanlar dahil,
4. Bakanlıkça veya özel kursla yetiştirilen rehber sayısı-Turizm Bakanlığı

¹¹⁴ Şadi Sarun, “Türk Turizminin Sorunları ve Yönetmel Önemle” Yeni İl Dünya Ağustos, 1983, sayı 46, s. 30.

1993 yılında işsizlik ve eksik istihdam sonucu, atıl durumda olan işgücü oranını %14.4 olduğu (Tablo 22),Türkiye istihdam açısından turizm geliştirilmesinin ayrıca bir önem arz ettiği görülmektedir¹¹⁵. Çeşitli turistik tesislerden oluşmuş 1000 yataklı bir turizm işletmesinde 3000 kişilik bir istihdam gerektiği söylenebilir.

Tablo: 22- 1993 Yılı Atıl Durumdaki İşgücü Oranı

	1993 Tahmini
Toplam İşsiz Sayısı	1,406
İşsizlik Oranı (%)	7,0
Eksik İstihdam Sayısı	1,500
Eksik İstihdam Oranı	7,4
Toplam Atıl Durum	-
İşgücü Oranı	14,4

Kaynak: 130, 1993 Yılı Basında Türkiye Ekonomisi Araştırma Dairesi Yayın No: 1993-4, s. 135, Mart 1983

Daha önceden de belirttiğimiz gibi turizm ekonomimizde, başka sektörlerle göre aynı istihdam hacmini daha az yatırımla sağlayan bir sektördür. Ülkemizde 1 kişiye iş yaratmak için hangi sektörlerle ne kadar yatırım gerektiğine dair DPT tarafından yapılan araştırmalardaki bulgular 1985 yılı bazı tahmini fiyatları ile aşağıdaki görülmektedir. Tablo 23’de görüldüğü üzere bir kişilik iş yaratmak için gereken yatırım miktarı en düşük seviyede olan turizm sektörüdür.

Tablo:23- İş İmkânı Yaratmak Amacıyla Hangi Sektörde Ne Kadar Yatırıma İhtiyaç Vardır. (1 Kişi)

Yatırım Konusu	Bir kişilik iş yaratmak için gerekli yatırım miktarı (Milyon TL)
Ham petrol ürünleri	240,8
Kimyasal gübre	91,6
Enerji	65,0
Demir Çelik	45,0
Çimento	40,8
Un ve Unlu mamüller	20,8
Motorlu Taşıtlar	12,6
Dokuma	12,1
Elektrikli Aletler	9,9
Ayakkabı Sanayi	3,3
Turizm	1,5

Kaynak: DPT - Temel Ekonomik Göstergeler 1985.

¹¹⁵ 1993 Yılı Program Destek Çalışmaları, DPT.

Turizm faaliyetlerinin devamlılığı süresince sağlanan istihdam yanında yatırım aşamasında da istihdam yaratmaktadır. Tablo 24’e bakıldığında yapılan bir işleme yatağın hem yatırım döneminde hem de işletme döneminde doğrudan istihdam etkisi yarattığı gözlenmektedir. Turizm gerek yatırım gerekse işletme aşamasında insan gücünden yararlanıldığı görülür. Turizm işletmelerinde esas işlev, gelen turistleri ağırlamak olduğuna göre bu kişisel hizmetin makinalaşması ve otomasyona dönüşme olanağının nispeten düşük olmaktadır.

Tablo 24: Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin İstihdam Kapasitesi (Kişi)

Yıllar	Toplam Yatak	Ek Yataklık Kapasitesi	Yatırım Aşamasında İstihdam	İşletme Döneminde İstihdam	Toplam İstihdam
1985	141,070	17,729	8,865	70,535	79,400
1986	147,204	6,134	3,067	73,602	76,669
1987	61,389	14,085	7,043	80,691	87,687
1988	177,381	10,092	8,046	88,691	96,737
1989	195,437	23,780	11,890	97,719	109,609
1990	228,300	27,141	13,570	114,150	127,720

Kaynak: Turizm Bakanlığı. Turizm İstatistikleri Bülteni 1997.

Türkiye’de turizmin istihdam yaratması bakımından konaklama işletmelerinin yeri büyüktür. Konaklama tesislerinin sayısı arttıkça, bu alanda istihdam edilen personel sayısı da hızla artış gösterecektir¹¹⁶. Konaklama tesislerindeki istihdam açısından incelediğimiz istihdam edilen personeli yatak başına düşen personel açısından değerlendirmede ilişkiyi Tablo 25’de görebiliriz.

¹¹⁶ M. Sami Denker, a.g.e., s. 87.

Tablo:25. Turizm Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri ve Muhtemel İstihdam.

	Yatak Sayısı	Muhtemel İstihdam Etkisi	Yatak Başına Personel İstihdam Oranı (%)
OTELLER			
5 yıldızlı	38,216	22,547	0,59
4 yıldızlı	42,341	16,337	0,38
3 yıldızlı	50,861	14,241	0,28
Tek yataklı	8,162	2,041	0,25
MOTELLER			
1. sınıf moteller	2,175	14,834	
2. sınıf moteller	3,073	3,862	
TATİL KÖYLERİ			
1.Sınıf Tatil Köyü	40,567	805	0,02
2.Sınıf Tatil Köyü	10,437	1,444	0,14
PANSİYONLAR	9,066	1,813	0,20
Oberjler	150	30	0,20
Özel Belgeliler	3,283	2,429	0,74
Diğerleri	6,855	1,367	0,20
TOPLAM	325,515	121,417	0,32

Kaynak: Akın İlkin, Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi TOBB, s. 31,1991.

Türkiye’de seyahat acentalarının istihdama katkısı oldukça önemlidir. Seyahat işletmelerinde eğitim görenlerin konaklama işletmelerine göre daha yüksek oranda olduğu görülmekte; fakat önemli sorun mesleki yönden eğitim görmüş personelin azlığından ortaya çıkmaktadır¹¹⁷. Seyahat acentalarının personel sorunları içinde sırayı %43’le eğitim, ikinci sırayı %33 ücret ve üçüncü sırayı da %23’lük sosyal sorunlar oluşturmaktadır¹¹⁸. Seyahat acentalarının geliştirilmesi ve buna bağlı olarak istihdamın artması için eğitime, ücrete ve sosyal sorunların üzerinde durulması ve bunların istenilen düzeye getirilmesi gerekmektedir.

Son zamanlarda turizm gibi hizmet sektörlerine önem verilemesi ve hızlı gelişmesi sonucunda işsizlik üzerinde olumlu bir etki yaptığı söylenebilir. Fakat turizm sektöründe istihdam oranının belirli mevsimlerde artması turizm sektöründe bir sorun

¹¹⁷ M. Zeki, Dinçer, a.g.e, s. 153.

ortaya çıkarmaktadır. Görüldüğü üzere turizm Türkiye de oldukça geniş bir istihdam sağlamaktadır.

3.3.3. Milli Gelir Üzerindeki Etkisi

Turizm olayı milli gelir yapısı içinde yer almakta ve milli ekonomide geniş bir gelir etkisi göstermektedir. Ülkeye gelen turistleri yapmış oldukları harcamalar (yeme, içme, eğlence, konaklama, alışveriş) bir gelir olarak ortaya çıkmakta ve bu da milli gelire etkide bulunmaktadır. Turizmin Türkiye ekonomisindeki yerini belirlemek için turizm gelirlerinin gayri safi milli hasıla içindeki payını incelemek gerekir. Turizm gelirleri ülkemizde GSMH olan katkısı, turistlerin yapmış oldukları harcamalar ile turistlere hizmet verebilmek amacıyla yapılan giderler arasındaki fark olarak karşımıza çıkar. Ülkemizde turizm sektörünün gayri safi milli hasılaya olumlu yönde etkisi 1983 yılında çıkarılan turizm teşvik tedbirleri ve kalkınmada öncelikli sektörler arasına alınmasından sonra payın yükseldiği görülür. Ülkemizde turizmin ekonomide büyük bir yere sahip olmasından dolayı, turizm sektörüne büyük ölçüde önem verilirse GSMH içindeki payda artacaktır.

¹¹⁸ Necdet Hacıoğlu, “Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü”, Uludağ Üniversitesi. Basımevi, Bursa, 1989, s. 37.

Tablo:26.Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (Cari Alıcı Fiyatlarıyla)

	Turizmi GSMH İçindeki Payı			
	G	S	M	H
Yıllar	Milyon TL		Milyon \$	Milyon \$
1985	35,350,318,4		52,592,6	1,482,0
1986	51,175,759,0		57,820,7	1,215,0
1987	75,019,388,1		87,142,2	1,721,1
1988	129,175,103,7		91,640,6	2,355,3
1989	230,369,937,1		109,017,5	2,356,5
1990	397,177,547,1		150,060,7	3,225,0
1991	634,432,097,0		147,367,5	2,654,0
1992	1,103,740,422,9		153,627,5	3,639,0
1993	1,997,322,597,4		178,714,7	3,959,0
1994	3,903,300,704,3		132,825,9	4,321,0
1995	7,644,206,056,4		165,519,4	4,957,0
1996	15,125,091,739,0		183,577,0	5,962,1
1997	29,694,889,144,0		194,605,0	8,088,5

Kaynak: DİE. Turizm İstatistikleri Bülteni 1997.

Tablo 26 incelendiğinde turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 1984 yılından sonra uygulanan hibe teşviklerinin etkisiyle, turizm yatırımlarındaki artış, turizm gelirlerinde de artışa neden olmuştur. Turizm gelirlerinin gayri safi milli hasıla içindeki payının 1985 yılında 2.8 yükseldiği 1988 2.6'ya yükseldiği görülmektedir. Körfez Krizinin patlak vermesi sonucu turizm olumsuz yönde etkilenmiştir. Bu risk ortamında da turizm gelirleri GSMH içindeki oranı gerilemiştir. Bunun sonucunda 1990 yılında 2.1, 1991 yılında 1.8'e kadar gerilemiştir. Bu olumsuz etkinin ortadan kalkmasıyla 1992 yılında 2,4'6e yükselmiştir. Bu oran 1995 yılında 3.0, 1997 yılında ise 4.2'ye kadar yükseldiğini görmekteyiz. Turizm sektörünün ülke içindeki meydana gelen olumsuz şartlarda etkilendiğini bu tabloda kolay bir şekilde görebiliriz. Bu yüzden turizm ülke içindeki meydana gelen olaylarda bağımsız değildir.

Turizm gelirlerinin GSMH'ya oranı 1985 yılından sonra hızla gelişmiş ve artmıştır. 1989 yılında Türkiye turizm gelirlerinin GSMH oranı bakımından OECD ülkelerinden Portekiz, İspanya, Yunanistan'ın ardından altıncı sırayı almıştır.

Turizm gelirlerinde çoğaltan etkisi söz konusudur. Örneğin ülkemiz için 1 dolarlık bir harcama ortalama olarak 3-4 dolarlık gelir artışı sağlamaktadır¹¹⁹.Turizm sektörünün milli gelir etkisini daha iyi anlayabilmek için, Türkiye’nin turistik gelir çoğaltanına değinmekte fayda vardır. Turistlerin yapmış oldukları turistik tüketim harcamalarını gelir olarak elde edenlerin, elde etmiş oldukları bu gelirleri tekrar harcamaları sonucu ortaya çıkan direk, endirek ve uyarılmış gelir etkilerinin, diğer bir ifade ile turistik gelir çoğaltanını turistik tüketim harcamalarına etkisi, endeks ve uyarılmış gelir etkisini oldukça yükseltir. Bu etki, özellikle turistlerin konaklama ve yiyecek-içecek harcamalarına oranla, diğer turistik mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaların daha fazla olması halinde daha da artmaktadır.

Tablo:27. Turizmde Çoğaltan Etkisi

Yıllar	Turizm Gelirleri (Milyon US\$) (*)	Milli Gelir Artışı (Milyon US\$) (**)
1985	1,482,0	5,765,0
1986	1,215,0	4,726,4
1987	1,721,1	6,695,0
1988	2,355,3	1,162,1
1989	2,556,5	9,944,8
1990	3,225,0	12,545,3
1991	2,654,0	10,324,1
1992	3,609,0	14,155,7
1993***	3,959,0	15,400,6
1994	4,321,0	16,808,7
1995	4,955,0	19,275,0

(*) Çarpan Türkiye için 3.89

(**) Milli Gelir Artışı Turizm Gelirleri ile Çarpan Katsayısının Çarpımından elde edilmiştir.

(***) 1993’den sonraki rakamlar Temel Ekonomik Gösterge 1996 DPT

Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, Turizm Bakanlığı, , s. 94, 1992.

Turizm çoğaltanın ne kadar artırılabilirsek Türkiye ekonomisi bakımından yeri ve önemi büyük ölçüde artacaktır. Ayrıca turistik çoğaltan ile turist çeşitlerine göre de değişmektedir. Örneğin, en düşük direk uyarılmış ve toplam çoğaltan katsayısına sahip

¹¹⁹ Serdar Altınok, “Türkiye’de Turizm ve Turizm Yatırımları”, Kontur Dergisi, Aralık 1998-Şubat 1999 Konya, s. 17.

olan turistler, sektörler arası gelir yaratıcı etkiye sahip olduklarından yaratılan toplam gelirin %66,6'sını oluşturarak ekonomiye en faydalı turist tipini oluşturmaktadırlar¹²⁰. Gününbirlikçilere göre geceleme yapan turistler, turistik mal ve hizmetlere daha fazla ihtiyaç duyduklarından harcadıkları her dolar daha fazla ekonomik aktivite yaratmaktadır.

3.3.4. Gelir ve Giderler Üzerindeki Etkisi

Turizm ekonomisinde yapılan faaliyetler sonucunda bir gelir elde edilmesi temel amaç olarak karşımıza çıkar. Turizm gelir getirici yönü bakımından götürücü yönü de bulunmaktadır. Ülkeye gelen turist gelirleri ile gelir elde edilirken, bu gelen turistlere yapılan hizmet ve mal harcamalar ile ülke vatandaşlarının başka ülkelere gitmeleriyle gider söz konusu olmaktadır. Turizmle ilgili olarak döviz girdisinden söz edilirken gelirle gider arasındaki net farktan söz edilmektedir¹²¹.

Turizm sektörünün ana hedefleri daha önce de belirttiğimiz gibi, uluslararası potansiyel turizm talebini devamlı olarak Türkiye'ye çekerek turist sayısını ve dış turizm gelirlerini arttırmak ve turistlerin ülkemizde kalış sürelerini ve harcama oranlarını arttırarak ekonomik yönden daha fazla gelir sağlamak hedefini amaç edinilmiştir. Tablo 28'de Turizm gelirlerinde program hedefleri ile gerçekleşen turizm gelirleri görülmektedir.

¹²⁰ Hasan Olalı, Alp Timur, a.g., s. 71.

Tablo:28. Program Hedefleri İle Gerçekleşen Turizm Gelirleri (1985-1997)

(1.000.000 \$)

Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gelir	Değişim Oranı (%)	Gerçekleşme Oranı (%)
1985	510,0	1,482,0	76,4	290,6
1986	1,150,0	1,215,0	-18,0	209,8
1987	1,225,0	1,741,1	41,7	260,1
1988	1,160,0	2,355,3	36,8	310,2
1989	2,675,0	2,556,5	5,5	291,2
1990	3,306,9	3,225,0	26,1	97,5
1991	3,757,9	2,654,0	-17,7	70,6
1992	4,270,5	3,609,0	37,1	85,2
1993	4,853,0	3,959,0	8,8	81,6
1994	5,514,0	4,321,0	9,1	78,4
1995	4,000,0	4,957,0	14,7	110,3
1996		5,962,1	20,3	-
1997	-	8,008,5	35,7	-
1998	-	7,177,000	-	-
1999	-	5,000,000	-	-
2000	12,000	-	-	-

Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, 1997.

Yılları hem gelir hem de gider yönünden, yıllık program hedefleri ile gerçekleşen hedeflerin incelemesi yapıldığında, gelir yönünden 1985 yılından sonra hemen hemen bütün yıllarda planlanan gelirden de daha fazla gelir elde edildiği görülmektedir. Ayrıca 1984 yılından sonra uygulanan dışa açık sanayileşme politikasına bağlı olarak ta turizm gelirlerinde bu dönemden sonra önemli ölçüde artışlar olmuştur. 1989 yılına gelindiğinde Çernobil kazası turizmi önemli ölçüde etkilerken, 1989 yılında planlanan hedefin altında bir gelir elde edilmiştir. Bunun 1990 yılında az da olsa etkisi görülmüş ve o dönemde de istenilen gelire ulaşılamamıştır. 1991 yılında ise Körfez Krizi patlak vermiş ve 1991 yılında da turizm gelirleri planlanan hedeflerin altında kalmıştır. Bu olayların etkisinden sonra 1992-1998 yılları arasında turizm gelirlerinden beklenen hedeflerin üstünde gelir sağlanmıştır. 2000 yılında ise, turizmden hedeflenen gelir 12.000 milyon dolar olarak belirlenmiştir.

¹²¹ Ali Ceylan, Ahmet İpekyun; **Turizm Türkiye ve Bursa Ekonomisindeki Yeri**, Bursa, Ticaret ve Sanayi Ticaret Odası Yayınları No:20, Kasım 1985 Bursa, s:21.

Tablo:29. Program Hedefleri ile Gerçekleşen Turizm Giderleri (1985-1997) 1.000

(1.000.00 \$)

Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gelir	Değişim Oranı (%)	Gerçekleşme Oranı (%)
1985	166,3	323,6	16,9	144,6
1986	197,1	313,6	-3,1	159,1
1987	235,0	447,7	42,8	190,5
1988	281,4	358,0	-20,0	127,2
1989	338,,0	565,0	57,8	167,2
1990	521,2	520,0	-8,0	99,8
1991	617,4	592,0	13,8	95,9
1992	731,3	776,0	31,1	100,1
1993	866,2	934,0	20,4	107,8
1994	1,026,0	866,0	-7,3	84,4
1995	900,0	912,0	5,3	98,0
1996	-	1,265,0	38,7	101,0
1997	-	1,716,0	35,7	-
1998	-	1,754,000	-	-
1999	-	1,480,000	-	-
2000	1,850,0	-	-	-

Kaynak: Turizm İstatistikler Bülteni 1999.

Turizm gelirlerini Tablo 29’da görüldüğü gibi, 1980 yılından sonra kambiyo mevduatında yapılan değişiklikler sonucu, yurtdışına çıkışların serbest oluşu ve yolcu beraberinde götürdüğü döviz miktarının arttırılması sonucunda turizm giderlerinde önemli ölçüde artış olmuştur¹²². Bu gelişmenin ardından 1985 yılında 323.6 milyon dolara yükselmiş ve belirlenen hedefin epey üzerinde gider gerçekleşmiştir. Bu oran 1986 yılında 3.1 oranında bir azalma göstermiştir. 1990 yılında hedeflenen miktarın gerçekleşme miktar bir tahmin çok yakındır. 0,8’lik bir oran olarak karşımıza çıkıyor. 1994 yılına gelindiğinde hedeflenen giderin altında bir gider oranı tutturulmuştur. 1997 yılında gerçekleşen gider oranı 1.716.0 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2000 yılının gider hedefi ise, 1.855.0 milyar dolar olarak belirlenmiştir.

Avrupa’da turizm çeken belirli bölgeler ele alındığında,Tablo 30’da görüldüğü gibi, turizmde Türkiye’nin turizm gelirleri bakımından önemli bir yere sahip olduğu ve bu ülkelerle (Yunanistan, İspanya, Portekiz) turizm gelirleri yönünden yakın oranlar

görülmektedir. Turizm geliri yönünden diğer saydığımız Avrupa ülkeleri ile rekabet edebilecek düzeydedir.

Tablo 30: Uluslararası Turizm Gelirleri (Milyar Dolar)(1994-1997)

Yıllar	1995	1996	1997	1998	1999
Ülke					
Türkiye	4,9	5,9	7,0	7,1	5,0
Yunanistan	4,1	3,7	3,7	5,1	5,4
Portekiz	4,3	4,2	4,2	4,8	4,9
İspanya	25,3	28,4	27,1	29,7	25,1

Kaynak. Tourism Market Trends, World Tourism Organization (WHO), 1999

Program hedefleri ile gerçekleşen turizm gelir-gider dengesini Tablo 31’de rahatlıkla gözlemleyebiliriz. 1988, 1993 ve 1997 yılında programlanan hedef gerçekleşen dengenin altında kalırken, diğer yıllarda ise programlanan hedefin üzerinde gerçekleşmiştir.

Tablo:31. Program Hedefleri ile Gerçekleşen Turizm Gelir-Gider Dengesi (1985-1999)

Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gelir	Değişim Oranı (%)	Gerçekleşme Oranı (%)
1985	250,0	1,158,4	105,7	463,4
1986	650,0	901,4	-22,2	138,7
1987	750,0	1,273,4	41,3	169,8
1988	1,090,0	1,997,3	56,8	183,2
1990	2,504,0	2,705,0	35,8	108,0
1991	2,560,0	2,062,0	-23,8	80,5
1992	3,300,0	2,863,0	98,8	86,8
1993	2,950,0	3,025,0	5,7	102,5
1994	3,700,0	3,455,0	14,2	93,4
1995	3,600,0	4,045,0	17,1	112,4
1996	4,900,0	4,697,0	16,1	95,9
1997	5,000,0	6,372,5	35,7	115,3
1998	6,250,0	7.177,000	-	-
1999	-	5.000.000	-	-

Kaynak: Turizm İstatistikler Bülteni 1997.

Gelen yabancıların sayısına bağlı olarak, yabancı başına ortalama harcama ve turizm gelirlerini arttırdığı Tablo 32’te görülmektedir. Gelen yabancıların sayısı hem ortalama harcaması hem de turizm geliri olumlu etki yapmaktadır. Bu durumda tabloda,

¹²² M. Sami Denker, a.g.e., 39.

1985 yılında yabancı başına ortalama harcama 566,7 \$ olarak görülmekte ve bu oran 1990 yılına kadar artan bir yapıda devam etmiş ve yine 1991 yılında Körfez Krizi nedeniyle turist sayısına bağlı olarak 519,7\$'a gerilemiştir Bu krizin ortadan kalkmasıyla yabancı başına düşen ortalama harcama yükselen bir grafikte devam etmiş, 1994 yılında 674,0 \$'a ve 1997 yılında da 876.0 \$'a yükselmiştir.

Tablo 32. Turizm Gelir- Gider Dengesi ve Ortalama Harcama (1985-1997)

Yıllar	Gelir (1.000\$)	Gelen Yabancı Sayısı	Yabancı Başına Düşen Ortalama Harcama (\$)
1985	1.482.000	2.614.924	566,7
1986	1.215.000	2.391.085	508,1
1987	1.721.117	2.855.546	562,7
1988	2.355.295	4.172.727	667,5
1989	2.556.529	4.459.151	570,3
1990	3.225.000	5.389.308	621,3
1991	2.654.000	5.517.897	519,7
1992	3.639.000	6.500.638	533,0
1993	3.959.000	5.570.638	668,1
1994	4.321.000	6.670.618	674,0
1995	4.957.000	7.726.886	684,0
1996	5.962.000	8.614.085	748,0
1997	8.088.549	9.689.004	876,0
1998	7.177.000	9.752.000	
1999	5.000.000	7.464.000	

Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni 1997

Turizmin ülkemizde gelir ve gider yönünden aylar itibariyle dengesi bir şekilde dağılmamaktadır. Bu da turizm gelir giderlerinde aylara dağılım itibariyle dengesizliğe neden olmaktadır. Turistlerin geliş yoğunluklarının belirli aylarda toplanması, normal olarak turizm gelirlerinde o aylarda artış göstermektedir. Bu durum Tablo 33'te görülebilir. Tablo 33'te bu durumu gelir yönünden incelersek; haziran, temmuz, ağustos ve eylül ayları diğer aylara nispeten turizm gelirlerinin yoğunlaştığı aylardır. Örneğin 1999 yılında şubat ayında turizm geliri 186 milyon dolar iken aynı yıl içinde fakat ağustos ayında turizm gelirinin 863 milyon dolara ulaştığı açıkça görülmektedir. Bu da gösteriyor ki ülkemizde turizm geliri sadece yaz aylarında artış gösterdiği görülmektedir. Ülkemizde turizm gelirinden daha fazla yararlanmak için turizmin bütün aylara yayılması ile ilgili çalışma ve politikalar belirlenmesi gerekecektir.

Tablo:33. Turizm Gelirlerinin Aylara Göre Dağılımı (Milyon Dolar)

AYLAR	Y I L L A R						
	1996	1997	1996-97 değişim %	1998	98-97 değişim %	1999	99-98 değişim %
Ocak	174	212	21,8	261	23,1	196	-24,9
Şubat	175	175	0,0	229	30,9	186	-18,8
Mart	206	312	51,05	318	1,9	224	-29,6
Nisan	307	416	35,5	420	1,0	255	-39,3
Mayıs	439	707	61,0	718	1,6	422	-41,2
Haziran	687	794	15,6	869	9,4	508	-41,5
Temmuz	704	854	21,3	729	-14,6	618	-15,2
Ağustos	886	1169	31,9	1169	0,0	863	-26,5
Eylül	800	1054	31,8	1041	-1,2	696	-33,1
Ekim	705	715	1,4	827	15,7	696	-16,4
Kasım	329	358	8,8	357	-0,3	313	-12,3
Aralık	238	236	-0,8	239	1,3	225	-5,8
Toplam	5650	7002	23,9	7,177	2,5	5,202	-27,5

Kaynak: www.die.gov.tr. 1999

Türkiye’de turizm gelirlerinin yaz döneminde yoğunlaşmasının sebebini birkaç madde halinde sıralarsak;

- İklim koşulları ve doğal çevre
- Ekonomik ve sosyal çevre
- Tatil izinleri
- Psikolojik faktör
- Turistik ürünler

Türkiye turizm geliri ile ihracattan elde edilen gelir (Tablo 34) incelendiğinde 1985 yılında %18,6 iken 1989 yılında %22.0 oranına çıktığı görülmektedir. Tablo 34’i incelediğimizde 1994 yılında bu oranın %23.9’a ulaştığını görmekteyiz. Burada bu oranın devamlı şekilde artmadığı bazı yıllarda düşüş kaydedildiği tablodan görülmektedir. Bunun

sebebi 1986-1987 yıllarındaki Çernobil faciası ile 1991 yılındaki Körfez Krizinden kaynaklanmaktadır.

Tablo:34. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçinde Payı (1985-1997) 1.000.000\$

Yıllar	İhracat	Turizm Geliri	Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Payı (%)
1985	7,958,0	1,482,0	18,6
1986	7,456,7	1,215,0	16,3
1987	10,190,0	1,721,1	16,9
1988	11,662,11	2,355,3	20,2
1989	11,625,0	2,556,5	22,0
1990	12,960,0	2,225,0	24,9
1991	13,593,0	2,654,0	19,5
1992	14,715,0	3,639,0	24,7
1993	15,354,0	3,959,0	25,8
1994	18,106,0	4,321,0	23,9
1995	21,636,0	4,957,0	22,9
1996	23,082,1	5,962,0	25,8
1997	26,246,0	8,088,5	30,8

Kaynak: Turizm İstatistik Bülteni 1997.

3.3.5. Yabancı Turist Girişlerinin Etkisi

Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin ülke ekonomimiz katkısı bakımından önemli bir yere sahiptir. Çünkü Türkiye hareketlerinden turizm ekonomisinde en fazla payı dış turizm hareketlerinden sağlamaktadır. Bu yüzdendir ki gerek ödemeler dengesinde, gerek milli gelirde gerek istihdamda ve gerekse turizm faaliyeti sonucu ortaya çıkan gelir ve giderlerde dış turizm hareketlerinin belirleyici bir rol oynamaktadır.

Ülkemize gelen yabancılar, turizm gelir ve giderlerde üzerindeki etkisi Tablo 35'te görülmektedir.

Tablo:35. Turizm Gelir-Giderleri ve Yabancı Turist Girişi

Yıllar	Yabancı Gelişleri	Toplam Gelir	Turizm Giderler
1985	2.614.924	1.482.000	323.600
1986	2.391.085	1.215.000	313.570
1987	2.355.546	1.721.117	447.739
1988	4.172.727	2.355.295	357.866
1989	4.459.151	2.556.529	565.000
1990	5.389.308	3.225.000	520.000
1991	5.517.897	2.654.000	582.00
1992	7.076.096	3.639.000	776.000
1993	6.500.638	3.959.000	934.000
1994	6.670.818	4.321.000	366.000
1995	7.726.886	4.957.000	912.000
1996	8.614.085	5.962.100	1.265.000
1997	9.689.004	8.088.543	1.716.000
1998	9.752.000	7.177.000	1.754.000
1999	7.464.000	5.000.000	1.480.000

Kaynak: 1997 Turizm İstatistik Bülteni

Tablo 35’de de görüldüğü üzere 1985 yılından başlayarak 1997 yılına kadar, ülkemize gelen yabancı girişlere bağlı olarak turizm gelirlerinde de artış olduğu görülmektedir. 1997 yılında ise, yabancı girişlerine bağlı olarak turizm gelirlerinin en fazla olduğu yıldır. Bu da ülkemize yabancı turist gelirlerinin artan bir şekilde devam ettiğini göstermektedir. Sonuç olarak, yabancı turist girişleri arttıkça buna bağlı olarak da turizm gelirlerinin arttığını söyleyebiliriz. Aynı şekilde yabancı turist gelişlerine bağlı olarak turizm giderlerinin değiştiğini tablo 35’ten gözlemleyebiliriz.

Ülkemize gelen yabancı turistlerin belirli aylarda toplanması ülke ekonomisi açısından büyük bir kayıp olarak karşımıza çıkar. Bu kaybı önlemek içinde turizmi belirli aylara değil de tüm aylara yayma amacı güdülmelidir. Ülkemize gelen bu yabancı turistler belirli aylarda yoğunlaşırken Tablo 36’da izleyebiliriz. Tabloda görüldüğü üzere yabancı turist sayısı temmuz, ağustos ve eylül aylarında yoğunlaşmıştır. Örneğin 1999 ocak ayında bu oran 358,000 iken, ağustos ayında bu oran 1.077.000 olduğu görülmektedir.

Turizmde ekonomik etkinliğini arttırmak için yabancı turist girişlerinin bütün aylara dağılması temel amaçtır.

Tablo:36. Türkiye’ye Gelen Turistlerin Aylara Göre Dağılımı (*1000 kişi)

	Y I L L A R		
Aylar	1997	1998	1999
Ocak	300	350	358
Şubat	315	371	370
Mart	555	478	409
Nisan	640	642	426
Mayıs	1.020	987	690
Haziran	1.045	1039	781
Temmuz	1.208	1145	931
Ağustos	1.427	1377	1077
Eylül	1.207	1164	873
Ekim	949	1034	797
Kasım	540	502	433
Aralık	500	371	319

Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni 1997.

3.3.6. Turistik Yatırımların Etkisi

Türkiye’de son yıllarda turizm sektörüne özellikle kıyı bölgelerinde yoğun yatırımlar yapılmış. Fakat bu yatırımların büyük kısmı uzun süre atıl kalmıştır. Alt yapı bakımından Avrupa’nın en genç ve modern ülkesi sayılan Türkiye ancak son birkaç yıldır turizmde beklentilerine yakın sonuçlar elde etmeye başlamıştır. Özellikle 1985 yılında gelişen alt ve üstyapı yatırımları servis standartlarının komşu ve Akdeniz kuşağındaki ülkelere oranla daha üstün olması, doğa güzelliklerimizin bozulmamış olması, beklentilerin elde edilmesini sağlamaktadır. Türkiye son yıllarda hızla gelişen bir trend yakalamıştır.

Dünyadaki üçüncü büyük pazar olan, dünya turizm pazarında ilk 20 ülke arasında 19’ncu sırada buluna Türkiye’nin payı oldukça yüksektir. Türkiye Turizm devi ülkeler arasında şimdilik yer almamakla beraber gelen turist sayılarını hızla arttırmakta ve Avrupa ülkeleri içinde turizmi en çok arttıran ülkeler arasında üçüncü sırada yer almaktadır. 1997 yılında ülkemize gelen yabancı sayısı bir önceki yıla oranla yüzde 12.8

artışla 8.6 milyon kişiden 9,7 milyon kişiye, yurt dışına çıkan vatandaş sayısı ise yüzde birlik bir artışla 4.3 milyon kişiden 4,5 milyon kişiye yükselmiştir¹²³.

Turizm yatırımlarının teşvik edilmesine yönelik yeni düzenlemenin Haziran 1980’de yapılmasına karşılık, yatırımları hızlı bir şekilde harekete geçiren düzenlemelerin, bir başka anlatımla, maddi teşvik ve unsurlarının 1984 ve 1985 yıllarında tamamlanmıştır. 1985 yılında “Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör” kapsamına alınan turizm sektörü yatırımları, niteliği itibarıyla yatırımların gerçekleşmesinde ağırlıklı önceliğe sahip olan, kaynak kullanım destekleme primi (KKDP) ile Teşvik Primi (TP) nin, bir başka anlatımla, “hibe” nitelikleri teşvikin Eylül 1985’den itibaren uygulanması ile hızlı bir artış eğilimine girmiştir.

Turizm yatırımları 1983-1990 döneminde sürekli reel artış eğiliminde olmuştur. Yatırımların artış hızında 1990-1991 yıllarında görece bir azalma olmuştur. Bunun nedeni Körfez Krizidir. Sabit sermaye yatırımlarının temel sektörler itibarıyla 1985-1998 döneminde gösterdikleri genel gelişme eğilimi incelendiğinde, sadece turizm yatırımlarının reel artış gösterdiği görülür.

Sabit Sermaye Yatırımları: Sabit sermaye yatırımları, bir ekonomide mal ve hizmet üretimini arttırmak ve özellikle gelecek dönemlerde tüketim olanaklarını arttırmak gayesiyle, üretim faktörlerinin belli bir dönem içinde reel sermayenin arttırılması, düzenlenmesi, muhafazası için kullanılmasıdır.

Sabit sermaye yatırımlarına aşağıdaki unsurlar dahil edilmektedir¹²⁴.

I. Makine ve Teçhizat

a. Ana Fabrika ve teçhizat

b. Yardımcı işletmeler makine ve teçhizat

- Taşıma giderleri

¹²³ Merkez Bankası Süreli Yayınlar İnternet Sayfası “Otel ve Restaurantlar” Yazı Dizisi 1998, s. 1.

¹²⁴ Adem Şahin; a.g.e., s. 121.

- Montaj giderleri
- Patent giderleri
- İşletmeye alma gideri
- Taşıtlar
- İthalat ve gümrükleme

II. İnşaat

- Bina ve bina dışı inşaat
- Arazi geliştirme

Bu toplam harcamalara aşağıdaki harcamalar ağırlıklı olarak dağıtılmıştır.

- Etüd ve proje gideri,
- Genel giderler,
- Beklenmeyen gidereler,
- Demirbaşlar.

Tablo:37. Sabit Sermaye Yatırımları ve Oransal Payı (1998 Fiyatlarıyla Milyar TL)

Yıllar	Sabit S. Yatırım	%
1985	274.5	1.3
1986	523.1	2.2
1987	647.1	2.6
1988	788.3	3.3
1989	864.6	4.2
1990	1.060.0	3.9
1991	1.558.0	3.9
1992	963.0	3.5
1993	1160.4	2.2
1994	21223.1	2.2
1995	44481.29	2.4
1996	82862.32	2.3
1997	232088,0	3.6

Kaynak:Merkez Bankası

Tablo 37’de sabit sermaye yatırımlarını görebiliriz. Görüldüğü üzere 1985-1987 yılları arasında yatırımlar reel olarak artış göstermektedir. 1985 yılında sabit sermaye oran %1.3 iken 1989 yılında 4.2’ye çıkmıştır. 1990-1991 yılları arasındaki körfezdeki kriz sabit sermaye yatırımlarını da etkilemiş ve bu oran 1991 yılında 3.9’a gerilemiştir. Bu oranlar 1993 yılını 2.2 ve 1997 yılına geldiğimizde ise artış %3,6 kadar yükseldiği gözlenmektedir.

Tablo:38- Sabit Sermaye Yatırımlarının Sektörel Dağılımı (yüzde)

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Tarım	0,9 (9,4)	11,5 (7,1)	-0,9 (6,5)	24,2 (7,6)	-7,4 (7,2)	-6,3 (6,8)	11,0 (6,6)	4,3 (6,9)
İmalat Sanayii	0,0 (24,1)	6,6 (22,0)	0,0 (19,8)	-16,2 (15,8)	-5,6 (15,1)	-8,6 (14,0)	55,2 (19,1)	-2,9 (18,7)
Ulaştırma-Haberleşme	- (21,3)	31,9 (23,9)	8,1 (23,3)	9,62 (24,2)	-19,7 (19,7)	-2,8 (19,4)	31-7 (2,4)	8,0 (24,0)
Enerji	- (15,7)	8,8 (14,6)	16,2 (15,3)	-8,6 (13,3)	-0,1 (13,5)	5,6 (14,4)	-19,7 (10,1)	-7,9 (9,4)
Konut	- (12,9)	16,2 (12,8)	31,8 (15,2)	39,7 (20,2)	28,1 (26,3)	6,0 (28,2)	-4,1 (23,7)	-11,6 (21,1)
Turizm	- (1,0)	57,3 (1,3)	90,6 (2,2)	23,7 (2,6)	23,8 (3,2)	21,8 (4,0)	11,9 (4,0)	-0,6 (4,0)
Eğitim-Sağlık	- (2,8)	36,0 (3,2)	11,1 (3,2)	26,2 (3,8)	2,1 (4,0)	10,0 (4,3)	29,5 (4,8)	-2,3 (4,8)
Diğer	- (12,8)	37,2 (15,1)	6,6 (14,5)	-8,3 (12,5)	-16,7 (11,0)	-17,9 (8,9)	21,9 (9,3)	16,7 (11,1)

Not: *Parantez içindeki sayılar sektörün sabit sermaye yatırımları içindeki payını, diğeri ise, sektör artış hızını göstermektedir.

Kaynak: Temel Ekonomik Göstergeler 1984-1991, DPT.

Tablo 38’de de görüldüğü üzere sabit sermaye yatırımlarının sektörel dağılımı incelendiğinde sabit sermaye yatırımlarının temel sektörler itibarıyla 1984-1991 döneminde gösterdikleri genel gelişme eğilimi incelendiğinde, sadece turizm yatırımlarının her yıl reel artış gösterdiği izlenmektedir. Toplam sabit sermaye yatırımları içerisinde 1984 yılında yüzde 1.0 paya sahip olan turizm yatırımları, 1991 yılı sonu itibarıyla yatırımlar içindeki payını yüzde 4.0’a yükseltmiştir. Gelecek programlarda ise sektörün yatırım payını koruyacağını söyleyebiliriz.

Turizmde özel ve kamu sermaye yatırımlarını incelediğimizde, özel sabit sermaye yatırımlarının, kamu sabit sermaye yatırımlarına göre daha fazla olduğu görülmektedir (Tablo 39). 1985 yılında kamu sabit sermaye yatırımları %0,8 iken, özel sabit sermaye yatırımları aynı tarih itibariyle %2,2 olarak gözükmemektedir. 1997 yılında ise, kamu sabit sermaye oranı %1,9 iken özel sabit sermaye oranı %2,5 olarak gözükmemektedir.

Tablo 39: Turizm Kamu ve Özel Sabit Sermaye Yatırımları Oranı (1998 Fiyatlarıyla Milyar TL)

Yıllar	Kamu	%	Özel	%
1985	99,0	0,8	175,5	2,2
1986	239,1	1,7	283,9	3,2
1987	226,3	1,7	420,8	3,8
1988	180,6	1,6	607,6	4,8
1989	151,9	1,5	832,7	6,4
1990	140,0	1,2	920,0	5,9
1991	184,0	1,5	874,7	5,8
1992	175,0	1,4	747,0	4,9
1993	2447,6	1,7	9156,7	2,4
1994	3824,6	2,0	17388,5	2,3
1995	8468,02	2,5	36313,27	2,4
1996	16336,5	2,5	65925,82	2,3
1997	24819,5	1,9	124407,0	2,5

Kaynak: DPT, 1980'den 1990'a Makro Ekonomik Politikalar, Türkiye Ekonomisindeki Gelişmelerin Analiz ve Bazı Değerlendirmeler, 1990, s:35, DPT.

Yabancı Sermaye Yatırımları: Yabancı sermayenin Türkiye ekonomisinde olumlu etkilerine bağlı olarak, kendini turizm sektöründe de göstermektedir. Türkiye de yatırımlarla karşılaşılan kaynak güçlüğünden dolayı yabancı sermayenin yatırımlar açısından büyük önemi vardır. Fakat bu önemin bilinmesine rağmen ülkemizde yabancı sermayeye karşı olumsuz tavır söz konusudur. Türkiye'de turizm sektörü 1980 yılına kadar varlığı pek hissedilememiştir, bunun en önemli sebeplerinden bir tanesi turizm sektörüne yatırımların az olması ya da turizm sektöründeki yatırımların gerçekleştirilmesinde karşılaşılan kaynak yetersizliği olmuştur. İşte turizm yatırımlarının gerçekleşmesinde kullanılan kaynak sorunun ortadan kaldırmada yabancı sermaye alternatif bir çözüm olmuştur.

Türkiye’de yabancı sermayenin ekonomik etkileri üzerinde durmadan, yabancı sermaye olarak ifade edilen kıymetleri sıralarsak;

- Makine, teçhizat, alet ve bu mahiyetteki mallar, makine aksamı ve malzeme ile DPT’nin kabul ettiği diğer mallar,

- Lisans, patent, marka, “know-how” ile teknik yardım anlaşmalarından doğan ödemeler,

- Yabancı sermaye gelirleri ile özel dış kredilerin ana para ve faiz ödemeleri;

- Yurt dışına yerleşmiş kişi ve kuruluşların Türk Parasının Kıymetini koruma mevzuatı çerçevesinde bloke edilen paralardır.

1980 yılı başında yabancı sermaye konusunda teşkilat ve mevzuat yönünde yapılan düzenlemeler olumlu sonuçlar alınmış ve Türkiye’de yabancı sermaye yatırımlarının her geçen gün payı artmaktadır. Turizm sektöründe yabancı sermaye yatırımları diğer sektörlerdeki oranla karşılaştırıldığında Tablo 40’da görüldüğü üzere imalat sanayiindeki yabancı yatırımlardan sonra ikinci sırayı hizmet sektörü almış ve hizmet sektörü içinde turizm sektörü birinci sırayı almaktadır. Turizm sektöründeki 117 firma 710.9 milyar lira yabancı sermaye ile girmiştir. Turizm alanında toplam sermaye ise 1.853.648 milyar liradır. Bu durum tablo 17’de görülmektedir. Firma sayısına bakıldığında ticaret sektöründeki firma sayısında sonra, 117 firma turizm sektörü ikinci sırada yer almaktadır.

Tablo 40: Yabancı Sermaye Kuruluşlarının Sektörel Dağılımı

Sektör	Firma Sayısı	Mevcut Yabancı Sermaye	Toplam Sermaye
Turizm	117	910,979	1,853,648
Bankalar	35	473,910	1,085,712
Taşıt Araçları İmalatı	12	417,693	966,276
Ticaret	742	335,048	605,484
Kimya Sanayii	44	283,822	369,219
Elektronik Sanayii	31	246,626	378,324
Yatırım Finansmanı	16	231,592	259,587
Gıda Sanayii	71	244,074	407,860
Demir-Çelik Sanayii	11	192,961	1,041,600
Tarım	23	182,336	187,012
Sigortacılık	28	122,0008	266,538
Madencilik	32	110,636	126,107
Taşıt Araçları Yan Sanayii	23	107,584	226,325

Kaynak: Turizmin İktisadi Kurulu Yayıncılık Ankara, Mayıs 1992.

Turizm sektöründe izin verilen yabancı sermayeyi incelediğimizde ise, Tablo 41’de 1985 yılında 16 iken 1998 yılında 113’e ulaştığını görüyoruz. 1988 yılında yabancı sermaye miktarı ise, 132.6 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır. Bu oranlar 1990 yılına kadar yüksek bir trendde devam etmiş 1991 yılına gelindiğinde Körfez Krizi sonucu yabancı sermaye izin adedi ve izin verilen yabancı sermaye miktarında azalma olmuştur. 1992 yılında tekrar artmış, 1993, 1994, 1995 yıllarında bir azalma meydana gelmiş ve tekrar 1996 yılında artış kaydedilmiştir.

Tablo 41: 1985-1996 Yılları Arası Turizm Sektöründe İzin Verilen Yabancı Sermaye

Yıllar	İzin Adedi	İzin Verilen Yabancı Sermaye (Milyon Dolar)
1985	16	14,08
1986	40	46,02
1987	77	132,67
1988	113	157,18
1989	132	255,62
1990	152	267,60
1991	119	243,10
1992	138	108,10
1993	121	107,2
1994	73	57,0
1995	84	174,8
1996	1713	124,5

Kaynak: Turizm El kitabı, Türkiye Kalkınma Bankası 1990 DPT Temel Ekonomik Göstergeler, 1993-1996. (Kasım sonu itibariyle)

Yabancı sermaye yatırımlarının Türkiye ekonomisindeki etkileri, transfer ettiği para yanında, teknoloji, araştırma-geliştirme, üretim yönetim teknikleri ve sunduğu istihdam imkanları ile ülke gelişiminde sosyo-ekonomik bir boyut kazanmaktadır¹²⁵. Yabancı sermaye yatırımlarının Türkiye ekonomisine etkisini gelir yönünden incelersek, yabancı sermayenin ekonomideki gelir etkisi daha çok yatırımlar için yapılan harcamalar yoluyla gerçekleşir¹²⁶. Yani, ekonomide yapılan bir yatırım harcaması ekonomik fertleri için yeni gelir yaratacaktır. Bu gelirler fertlerin bir kısmını tasarruf edip bir kısmını da tüketim harcamalarına harcayacaktır. Böylece yatırım harcamaları ekonomik dağılacaktır. Yabancı sermaye yatırımları turizm sektöründeki ve sektörü besleyen diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin gelirlerinin artmasına sebep olacaktır. Turistik yabancı sermaye yatırımlarının turizm sektörüne yapmış olduğu etkiye direkt gelir etkisi, sektörü besleyen diğer sektörlerle yapmış olduğu etkisine de dolaylı gelir etkisi denir.

Turizm amaçlı yabancı sermaye yatırımlarının Türkiye ekonomisine katkısını maddeler halinde sıralarsak¹²⁷;

1. Yabancı Sermaye kullanımı diğer bir çok sektöre oranla daha yüksek olan risk oranının paylaşılmasını sağlar.
2. Yabancı sermaye yatırımlarının getireceği ek kapasite ve hizmetlerle ülkemiz döviz gelirli artar, aynı zamanda yatırım ve hizmetler için kendi dış kaynaklarını kullanmış olduklarından Türkiye'nin döviz çıktısı da azalır.
3. Yabancı sermaye turizmde kapasitenin daha etkin ve verimli şekilde kullanılmasını sağlar.
4. Yabancı sermayenin turizm alanındaki faaliyetleri rakip ülkelerin turist potansiyeli durumunda olan ülkelerde yapacakları olumsuz propagandaları önemli ölçüde önler. Bu günümüzde yaşanan olaylara bakıldığında önemli bir etkiye sahiptir. Çünkü

¹²⁵ TOBB İktisadi Rapor 1990, Semih Ofset Matbaa, Ankara, 1990, s. 307.

¹²⁶ Yüksel Ekinci – Arzu Ekinci; “**Turizm Amaçlı Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türkiye Ekonomisine Etkileri**”, Türkiye Kalkınma Bankası, Turist Yılığı, 93, s. 78.

ülkemize, yakın turistik ülkelerin sayısının fazla olması ve Türkiye'ye karşı bu devletlerin tarihten bu yana gelen düşmanlıkları turizm sektörünü de etkilemekte ve ülkemiz aleyhine bu ülkeler olumsuz yönde propaganda yapmaktadırlar.

5. Turizm sektörü emek-yoğun üretim tekniğine dayandığından yabancı sermaye yatırımı, istihdam imkanlarını genişletir. Bunun sonucunda ülkede işsizlik için bir alternatif olarak karşımıza çıkar.

6. Turizm sektöründe yabancı sermaye diğer sanayi sektörlerinin aksine faaliyet döneminde yeni ve önemli ithalat zorunluluğu ve buna bağlı olarak döviz ihtiyacı yaratmaz. Çünkü, turizm sektörü esas itibariyle hizmet üretmeye yönelik faaliyetlerden oluştuğundan dışa bağımlı bir sektör niteliği taşımaz.

7. Turizm sektörü sadece konaklama açısından değil, ulaşım özellikle hava ulaşımı açısından ele alınmalıdır. Hava ulaşımının maliyetinin yüksek olması yabancı sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır.

Yapılan yasal düzenlemelerden sonar 1980-1996 Eylül döneminde 17.8 milyon dolarlık yabancı sermayeye izin verilmiş. Fakat girişler 9 milyon dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Turizm sektöründe 1980 yılında yalnızca bir adet yabancı sermayeli turizm şirketi var iken bu gün bu rakam 347'ye ulaşmıştır. Bugün ülkemizdeki 335.000 adete ulaşan yatak kapasitesinin yabancı sermayeli şirketlere inşa edilen bölümü 50.000 yani %15'dir. Turizm sektöründeki yabancı sermaye, sermaye miktarı, çeşitli kaynaklardan derlenen bilgilere göre azami 600 milyon dolardır ve toplam girişlere göre %6 seviyesindedir. 1985-1990 döneminde bu değer ortalama %12'nin altına inmemiştir¹²⁸.

Sonuç olarak Türkiye'de turizm sektörünün etkinliğini arttırmak için yabancı sermaye yatırımlarının büyük önem verilmesi ve bu yatırımlara olumsuz şekilde yaklaşılması gerekir. Çünkü bu yapıda gelen yabancı sermaye ekonomik etkilerinin

¹²⁷ L. Bilkan, Turizm Forumu, 29-30 Kasım, 1996, s. 65.

yanında sektör için gerekli olan teknoloji transferini de gerçekleştirmektedir. Günümüzde turizm sektöründe yabancı sermaye yatırımları gün geçtikçe artmaktadır. 2000 yıllarda hedeflenen amaçlara ulaşılabilmesi için ciddi boyutta yabancı sermaye girdilerine ihtiyaç vardır ve bunun sağlanması için çalışmalar yapılması gerekir.

Turizm Teşvikleri: Teşvik belgesi, yatırımların karakteristik değerlerini ihtiva eden, bu değer ve tespit edilen şartlara uygun olarak gerçekleştirilmesi halinde üzerinde yazılı bulunan teşviklerden yararlanma imkanı veren, kalkınma planına uygun olarak ve ülke ekonomisi için genel anlamda faydalı olduğu devlet planlama teşkilatınca kabul görmüş yatırımlar için yatırımcılara verilen bir belgedir.¹²⁹

Daha öncede belirttiğimiz üzere, turizm sektörünün “Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör” kapsamına alınması ve teşvik sisteminin tanıdığı tüm imkanlardan yararlanması 1985 yılı sonunda bir bütün olarak gündeme gelmiştir. Tablo 42’da görüldüğü üzere, turizm yatırımlarında 1986 yılında, cari fiyatlara yüzde 181,3 gibi çok hızlı bir sıçrama olmuştur.

Tablo 42: Turizm Yatırımları

Yıllar	Cari Fiyatlar (milyar TL)	Artış (%)	1988 Fiyatlarıyla (Milyar TL)	Artış (%)
1985	72,7	...	274,5	...
1986	204,5	181,3	523,1	90,5
1987	371,6	51,7	635,7	21,5
1988	787,2	111,8	785,6	23,5
1989	2547,1	86,5	954,8	21,5
1990	2508,5	68,7	1068,9	11,9
1991	4155,2	59,3	1094,1	2,3

Kaynak: Temel Ekonomik Göstergeler 1985-19971, DPT.

1982 yılında çıkarılan ve 1983 yılında revize edilen “Turizm Teşvik Yasası”nın getirdiği teşvik önlemlerinin yanı sıra turizm yatırımlarına yönelik “hibe” şeklindeki teşviklerinde, Genel Teşvik Tablosu çerçevesinde sektöre kullandırılması, 1986-1989

¹²⁸ Hasan Olalı, Alp Timur, a.g..e, s. 130-131.

¹²⁹ T.C. Turizm Bankası, A.Ş. Turizm Yatırımlarına İlişkin Teşvik Tedbirleri ve Uygulama Esasları, Ankara.

döneminde yatırımlarda izlenen çok hızlı gelişmenin temel nedenidir. Kısacası 1985-1989 döneminde, Turizm Teşvik Yasası'nın yatırımların, döviz kazandırıcı hizmetlerin ve işletmelerin teşvik edilmesine ilişkin kararın yabancı sermaye yasasının, 32 sayılı Türk parasını koruma kararının ve kurumlar vergisi ile katma Değer vergisine ilişkin yasanın tanıdığı teşviklerin tümünden bir arada yararlanmak gibi çok önemli bir yatırım fırsatını yakalayan turizm sektörü, bu fırsatı çok iyi değerlendirmiştir.

Turizm sektörünün 1985 yılı programında “Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör” kapsamına alınması ve 1986 yılı içerisinde hibe türü teşviklerle yatırımların desteklenmesi sonucu, teşvik için başvuran firma sayısında ve yatırımlarda büyük ölçüde artışlar gözlenmiştir. 1985-1994 yılları arasında uygulanan teşvik tedbirleri aşağıda izlenebilir;

1. Gümrük Muafiyeti,
2. Yatırım İndirimi,
3. Özel önem taşıyan sektör ile kalkınmada öncelikli yörelerde çalışanlarının ücretlerinin vergilendirilmesinde indirim,
4. Yatırım Finansman Fonundan yararlanma,
5. Vergi, resim, harç istisnası,
6. Döviz tahsisi,
7. Bina inşaat harç istisnası,
8. Faiz farkı indirimi,
9. Kaynak Kullanım Destekleme İndirimi, Teşvik Primi, Yatırım Mali İmalatçısı teşvik kredisi,
10. Rıhtım Resmi Muafiyeti,

11. K.D.V. ertelemesi,
12. İthal hakkı,
13. Ulaştırma altyapıları resmi muafiyeti,
14. Teşvik Kredileri,
15. SSK zorunlu tasarruf, konut edindirme fonu ve enerji teşviki,
16. Arsa ve Arazi Tahsisi,
17. İlave istihdam teşviki,

Bunlar içerisinde turizm yatırımcılarının en çok tercih ettikleri teşvikler kredi yatırım indirimi, gümrük muafiyeti, KKDP, teşvik primi, vergi, resim ve harç istisnasıdır¹³⁰ (Tablo 43). Yatırım maliyetini en aza indirmek yoluyla turizm sektörünün cazip hale getirilmesini amaçlayan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile 1985 yılından sonra uygulamaya konulan K.K.D.P., sektöre büyük ivme kazandırmıştır. Turizm kalkınmada özel önem taşıyan sektör içerisine alınması, 1985'ten sonra konaklama tesisi yatırımına bakılmadan teşvik edilmiştir. Kamunun bu dönemde sektörü teşvik ederken gözettiği hedef yatak kapasitesi artırılması olmuştur¹³¹

Tablo 43: Turizm Yatırımlarında Yatırımcıların Tercih Ettikleri Teşvikler

	Teşvik		(1)/(2)
	Alan (1)	Kullanıcı (2)	
Yatırım İndirimi	47	39	0,83
Gümrük Muafiyeti	42	33	0,80
KKDP (Kaynak Kullanım Destek Primi)	46	37	0,81
Teşvik Primi	30	25	0,83
Vergi Resim Harç İstisnası	32	26	0,80
Kredi	9	9	1,00
Diğer	16	14	0,87

Kaynak: ESDA

¹³⁰ Turizm Yatırımcıları Derneği, “**Turizm Yatırımlarının Ekonomiye Katkıları**”: 1992, Ankara, s: 89.

¹³¹ Turizm Yatırımcıları Derneği, a.g.e., s:89.

1985-1996 yılları arasında verilen teşvik belgelerinin sektörel dağılımı Tablo 43’de verilmiştir. Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de 1985 yılı ile 1989 yılı arasında verilen teşvik belgelerinin sayısında sürekli artış olmuş, daha sonraki yıllarda bu azalışa dönüşmüştür. Tabloda da görüleceği üzere en çok imalat ve ulaştırma sektörlerine teşvik belgesi verilmiştir. Turizm sektöründe ise 1985 yılında yatırım teşviklerinde yüzde 35’lik bir pay alırken bu oran her yıl artmış ve 1985’de 18,57’ye ulaşmıştır.1989 yılı itibariyle düşme eğilimine girmiştir. 1987 yılından sonra toplam yatırımlar reel olarak gerilemesine rağmen, turizm yatırımlarının artmaya devam etmesi, bu sektöre verilen önemin bir göstergesidir¹³².

Tablo 44: Yatırım Teşvik Belgelerinin Sektörel Dağılım (Oransal)

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Tarım	1,1	0,7	2,3	1,1	2,6	10,6	1,5	1,3	1,1	1,0	0,4	1,9
Madencilik	3,9	5,9	7,6	2,0	2,7	2,7	3,6	2,9	2,8	2,0	0,6	10
İmalat	26,0	39,1	37,5	49,2	48,3	68,8	62,6	66,3	69,5	60,1	87,6	75,2
Enerji	42,8	3,9	9,4	9,3	1,9	4,3	4,3	2,2	5,6	4,9	2,4	4,0
Hizmetler	26,2	50,4	43,2	38,4	44,4	28,0	28,0	27,3	21,0	32,0	9,1	18,0
Ulaştırma	20,6	30,4	19,0	17,2	14,3	9,0	9,0	10,2	11,0	14,7	6,2	11,8
Turizm	3,5	6,0	12,2	16,8	18,5	4,0	4,0	3,4	2,9	3,1	0,9	1,2
Diğer hizmetler	2,1	14,0	12,0	4,4	11,6	15,0	15,0	13,8	7,1	14,2	1,9	5,0
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Yatırım Tutarı (Milyar TL)	3,531,4	5,347,0	6,837,4	11,653,4	19,376,2	22,628,9	38,131,3	51,230,1	229,242,9	214,032,6	2,187,010,7	1,618,535,1

Kaynak: Temel Ekonomik Göstergeler 1993-1996, DPT.

Turizm teşvikine paralel olarak yatak kapasitelerinde, konaklayanların sayısı ve geceleyen sayısı önemli ölçüde artmıştır. Bunun sonucu olarak turizm gelirlerinde ve bunu bağlantılı olarak ekonomide bir canlanmak olmuştur.

Sonuç olarak, özellikle 1985 sonrasında 1986-1989 dönemi teşvik yapısında sağlanan imkanlarla turizm yatırımlarının, hızlanan bir enflasyonist süreç karşın, reel olarak hızla genişlediği ortaya çıkmaktadır. Bu hızlı büyümenin sağlanması amacıyla “hibe” türü teşvikler ağırlıklı olarak harekete geçirilmiştir. Turizm sektörü, kullandığı bu yoğun teşvikler ile 1991 sonu itibariyle turizm belgeli yatak kapasitesini yüzde 203, Türkiye’ye gelen turist sayısını yüzde 232, turizmden elde edilen turizm gelirini de yüzde

¹³² Erdinç Tentar, “Türkiye’de Turizm Sektörü Gelişimi”, Anadolu Üniversitesi. Afyon İİBF Yıllık, Eskişehir, 1990, S. 125.

546 artırmıştır. GSMH içindeki sektörün payı, 1990 sonunda yüzde 36.8 artarken, en büyük ve istikrarlı büyüme hızı da turizm sektöründe gerçekleşmiştir¹³³.

Turizm sektörü 1998’li yıllara gelindiğinde Türkiye Ekonomisi önde gelen bir sektör olarak yerini almıştır. Son derece dinamik bir gelişme ile GSMH bileşkeler içerisinde ve ekonominin dış dengesinde önemli bir paya sahip olan ve bu payı sürekli ve düzenli olarak arttırmak için, turizm teşviklerinin artırılması ve teşviklerin yeteri derecede kullanma yoluna gidilmesi gerekir.

Krediler: Turizm yatırımlarının ivme kazanmasında, başlangıçta kuşkusuz Turizm Bankası kredilerinin ağırlığı büyük olmuştur. Turizm sektörüne yönelik kamu kredilerinin (önce Turizm Bankası, sonra Türkiye Kalkınma Bankası) turizm yatırımlarına oranı 1985’ten itibaren hızla artmıştır.

T.C. Turizm Bankası, kuruluşundan itibaren ülke ekonominin gelişime yardımcı olmak amacıyla, bir taraftan öncü örnek tesisler kurmak, diğer taraftan da turizm yatırım ve işletmelerinin finansman ihtiyaçlarını karşılamak üzere kendi imkanları çerçevesinde gerekli kredilendirme çabalarını sürdürmüştür. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında yer alan tedbirlerden Turizm Bankası’nın doğrudan yatırım yapması yerine fonların kredi olarak kullandırılması hedefi paralelinde, banka kaynaklarının ve faaliyetlerinin sektörün finansmanına yöneltme çabalarına başlamıştır. T.C. Turizm Bankası 1985 yılının ikinci yarısından itibaren hedef ve politikalarında değişiklik yaparak, bizzat doğrudan yatırım yapma politikasından vazgeçmiş devam eden yatırımları en kısa sürede tamamlamayı hedeflemiş, işletmecilik faaliyetlerini yeniden organize etme çabaları başlatmış ve kaynaklarını sektör yatırımlarının finansmanına yöneltmiştir. Ayrıca kaynak yetersizliği problem çözüm olarak, yeni kaynak temini çabaları başlatılmıştır ve kredilendirme faaliyetleri başlatılmıştır. Tablo 45’de 1985-1989 yılları arası kredilendirme faaliyetleri görülmektedir.

¹³³ Asuman Ayözcan-Oğuzhan Önen, “Türkiye Kalkınma Bankası, Türkiye’deki Turizm Sektöründeki Gelişmeler ve Türkiye Kalkınma Bankasının Rolü”, Araştırma ve Planlama Müdürlüğü, Ankara 1995, s:105.

Tablo 45: 1985-1989 Yılları Kredilendirme Faaliyetleri

Yıllar	Tahsis Tutarı (Milyon TL)	Ödeme Tutarı (Milyon TL)	Kredi Tahsis Edilen Yatak Sayısı
1985	18,188,87	5,945,9	9,305
1986	80,744,3	28,440,0	15,046
1987	301,390,6	103,067,3	28,641
1988	583,579,5	289,425,3	27,455
1989	263,716,3	224,837,8	16,056

Kaynak: DPT.

1990-1994 yılları arasını kapsayan plan dönemindeki temel amaç olarak, Türkiye Kalkınma Bankasının genişleyen faaliyet hacminin gerektirdiği kaynak ihtiyacının sağlanmasıdır. Türkiye Kalkınma Bankasında 1990-1994 döneminde gerçekleştirilen kredi faaliyetlere ilişkin bilgiler Tablo 46’de görülmektedir. Tabloda kredilendirme faaliyetleri en fazla 1988 yılında gerçekleştirilmiştir.

Tablo 46: 1990-1994 Yılları Kredilendirme Faaliyetleri

Yıllar	Tahsis Tutarı (Milyon TL)	Ödeme Tutarı (Milyon TL)	Kredi Tahsis Edilen Yatak Sayısı
1990	472,6	337,4	15,667
1991	269,1	252,2	3,040
1992	430,2	190,9	6,510
1993	1,937,8	582,4	20,632
1994	1,714,5	1,003,5	10,407

1992-1994 döneminde turizm rehabilitasyon kredileri dahildir.

Kaynak: DPT

1991 ve 1992 yılı krediler hariç sürekli artış içerisinde iken 1991 yılında Dünya ve Türkiye açısından zorlu ekonomik şartların hakim olduğu bir dönem ve Körfez Savaşının oluşturduğu ekonomik problemler, seçim ekonomisi şartları, enflasyonist baskılar, ekonomiyi olumsuz yönde etkilemiştir. Buna bağlı olarak ta Kalkınma Bankası da bu ekonomik durumdan etkilenmiştir. Yatırım eğilimi genelde azalmış, turizm yatırımcıları ve işletmecileri Körfez Krizinden önemli ölçüde zarar gördüklerini beyan etmişler. Banka kullandırılan kredileri geri ödeyememe sorunu ortaya çıkmıştır

Tablo 47’de ise, 1994-1998 yıllarını kapsayan plan döneminde turizm sektörüne tahsis edilen kredileri görebiliriz. 1994 yılı toplam tahsis tutarı 1,479 iken 1998 yılında ise

bu oran 26 olarak görülmektedir. Tablodan ayrıca toplam tahsis edilen tutar ile yapılan ödeme arasında büyük farklar oluştuğunu görebiliriz.

Tablo 47: Türkiye Kalkınma Bankasıncı Turizm Sektörüne Tahsis Edilen Krediler (Milyon TL)

Yıllar	Toplam Tahsis Tutarı	Yapılan Ödeme
1994	1,479,000	1,000,000
1995	1,543,000	396,000
1996	47,000,000	617,000
1997	24,000,000	267,000
1998	26,000,000	14,000,000

Kaynak: 1998 Destekleme Çalışmaları, Sosyal ve Ekonomik Sektördeki Gelişmeler DPT.

Sonuç olarak, devlet turizmden yüksek oranda gelir sağlayabilmek için belirli harcamalar yapması gerekir. Devletin bu harcamalardan bir tanesi de kredilerdir. Ülkenin turizm gelirlerinden yüksek oranda yararlanabilmesi için, gerekli oranda kredi musluklarını açması gerekir.

3.4. Türkiye’de Turizm Sektörünün Ekonomideki Rolünü Arttırmaya Yönelik Politikalar

Turizmin Türkiye ekonomisine katkısı tartışılmaz. İşte bu noktada Türkiye’nin turizmin ekonomideki etkinliğini artırabilmesi için bazı tedbirler ve fedakarlıklarda bulunması gerekir. Bu tedbirler, pazar politikasına , planlamanın etkin bir şekilde yapılmasına, yatırımların etkin bir şekilde kullanılmasına ve turist gelişlerinin belirli mevsimlere değil de dört mevsimi kapsayacak şekilde yaygınlaştırılması temel amaç olarak görülmesi gerekir. Ayrıca turistik reklam ve propaganda sayesinde ülkeye gelen milyonlarca turist o ülke hakkında edindiği intibalar da turizmin ekonomideki rolünü artırması açısından büyük önem taşımaktadır. İşte bu kısımda, turizmin ülkemiz ekonomisindeki rolünü arttırmaya yönelik politikalar ve tedbirler üzerinde durulacaktır.

3.4.1. Türk Turizminde Pazar Payı ve Pazar Politikası

Turizm pazarlaması, turizm işletmelerinin üretmiş olduğu mal ve hizmetlerin doğrudan ya da turizm araçları ile turistlere akışını sağlamak ve aynı zamanda yeni

ihtiyaçların yaratılması için yapılan faaliyetlerdir¹³⁴. Turizmle ilgili mal ve hizmetlerin bunları talep edenlere ulaştırılmasının sağlanmasıdır. Bu tanımlamalardan hareketle turizm pazarlamasının belli başlı özelliklerini ortaya koyarsak¹³⁵;

- Turizm pazarlaması, turistlerin seyahatleri sırasında ihtiyaç duydukları mal ve hizmetlerin satış ile ilgili eylemlerdir,

- Turizm işletmelerinin üretmiş olduğu mal ve hizmetler, turistlere doğrudan satılabileceği gibi, turizm araçları ile satılabilir,

- Turizm pazarlaması, turizm işletmelerinin üretmiş olduğu mal ve hizmetlerin satışı yanında, yeni ihtiyaçların araştırılması, yeni çekici yerlerin keşfedilmesi yeni istek ve arzuların yaratılması ile ilgili çabaları kapsar.

Turizm işletmeleri endüstri ilişkilerine göre büyük farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkları kısaca şöyle özetlemek gerekirse, endüstri işletmeleri, somut malların pazarlarken, turizm sektörü ekonomik bakımdan değerlendirilmesi güç olan güneş, deniz ve iklim gibi soyut değerler pazarlamaktadır. Endüstri mallarının genellikle retildeği ve tüketildiği yer farklıdır, fakat turistik ürünler retildeği yerde tüketilmektedir. Turistik rnler pazarlamasında, çekici yerler, ulaşım, konaklama yiyecek, içecek, eğlence ve ek hizmetlerin mükemmelliği yanında, altyapı yatırımları ve çevrenin mükemmelliği son derece önemlidir. Endüstri işletmelerinin üretmiş oldukları mallar önce üretilir sonra satılır; turistik ürünler ise önceden satılır (seyahat acentaları aracılığı ile) ve sonra da üretime başlar. Turistik mal ve hizmetler, endüstri mallarına göre daha lüks bir özellik arz etmektedir. Turist tüketim, turistin sürekli yaşadığı veya çalıştığı yerde ayrılması ile başlar ve geldiği yere dönünceye kadar devam eder. Turizm işletmelerinin, pazar yönünden istenilen düzeye gelebilmesi için dış talep çok önemlidir. Yani dış turizme bağlı olarak pazar belirlemektedir. Turizm işletmelerinde, satışları arttırmak, turistlerin konaklama işletmelerinde kalış sürelerini azaltmak, personelin davranış ve tavırlarına

¹³⁴ Dündar Denizer, **Turizm Pazarlaması**, Yıldız Matbaacılık, Ocak 1992, s. 32.

¹³⁵ Dnar Denizer, a.g.e., s:32.

bağlıdır. Bu yüzdendir ki turizm pazarlamasında pazarlama görevini yürütenlerin hareketlerinin uygun olması gerekir.

Çağımızda sosyal, ekonomik ve kültürel alanla meydana gelen değişmeler, özellikle sanayileşmiş batı ülkelerinde talep miktarını arttırmıştır. Bu gelişmeler paralelinde ülkelerin mevcut turistleri cezp edici gayretleri yoğunlaşmakta, benzer turizm ürünleri pazarlayan ülkeler arasında kıyasıya bir rekabet yaşanmaktadır. İşte bu rekabet ortamı içerisinde en iyi karı elde etmek için turizm pazarlamasının önemi ortaya çıkmaktadır. İyi ve etkin bir turizm politikası bu rekabet ortamında başarılı şekilde çıkılmasını sağlayacaktır.

Türkiye'nin böyle bir durumda dış turizmden beklenen verimi alması ve turizm ürünlerinin pazarlamasında etkinliğini arttırması için, pazarlama, promosyon planlamasını geleneksel doğrultudaki düşünce tarzından, subjektif kararlardan ve yeni promosyon tekniklerinin kullanılmasına, karşı duyulan isteksizlikten arındırılması gerekmektedir. Geçmişte uygulanan promosyon artık günümüzdeki hızlı gelişmelere uygun olarak turizm talebinin, tüketici tercihleri ve dağıtım promosyon teknikleri karşısında yeterli olmadığı bir gerçektir. O halde yapılacak en büyük iş, bu değişken koşullara uygun yeni bir anlayışla yeni programlar yapılmaya gidilmelidir.

Bu anlayışla, belirli bir yöntem dahilinde daha çok pazar araştırması verilerine ve daha nitelikli personel ve yöneticilik büyük gereksinimler vardır. Etkin bir pazar politikası için uzman ve tecrübeli personel ve yöneticiler büyük iş düşmektedir. Esasen sistematik programlama, değişen pazar koşullarını altında nasıl etkin olacağına çözüm bulmayı amaçlamaktadır. Bu anlayışa uygun olarak turizm olayı sistem bütünlüğü içinde değerlendirilmelidir. Buna paralel olarak promosyon faaliyetlerinde Türkiye'nin turizm ürünleri bakımından arz verileri dikkate alarak mevcut ve potansiyel turiste ulaşmanın, onu yönlendirmenin yolları belirlenmelidir. Promosyon tanımlanmış yöntemleri, etkin haberleşme ortamlarının ve araçlarının seçimi ve kitlelere hitap şekli, en uygun zaman seçimi bütçenin koşullara uygun olarak belirlenmesi ile bir bütün olarak belirlenmesi

gereklidir. Bütünlük içinde yürütülecek promosyon planları, uluslararası turizm pazarlarındaki koşullara ve hedef turist tiplerine göre şekillendirilmelidir.

Ülkemizde Turizm Bakanlığının örgüt yapısının özelliği dolayısıyla turizm pazarının ve ürünlerin pazarlaması konusunda dolaysız bir faaliyet yoktur. Kaldı ki, teorik olarak bakanlığın pazarlayacağı bir üretimde mevcut değildir. Son yıllara kadar tanıtma ve pazarlama etkinliklerinden anlaşılan sadece genel tanıtıcı yayınların tüketici veya enformasyon isteyen kişilerin eline geçmesi gösterilen çabadan ibarettir. Bununla birlikte yakın geçmişte genel enformasyon efektif turizm talebine dönüşmesi için Bakanlık, pazarlayıcı firma ve kurumlara daha geniş çapta destek sağlama çabası içinde görülmektedir. TUGEV genel sekreteri Özen Dallı, Turizm Bakanlığı, yurt dışına pazarlamada temsilcisi bulunduğu 16 ülkede organize turizmin yönlendirilmesi için seyahat organizatörleri ile kişisel turizm yönlendirilmesi için ise, doğrudan enformasyon ve dolaylı pazarlama çalışmalarında bulunduğunu belirtmiş ve bugün için Türkiye'ye gelen turistlerin ancak, %43'ünü etkileyebilen bir tanıtma örgütüne sahip olduğunu belirtmiştir. Gerçekten Türk turizminin arz ve talep yönleriyle ve örgütsel yapısının bütünü ile yeni bir değerlendirmeye gidilmesi çok yönlü, güç fakat zorunlu bir iştir¹³⁶.

Turizm pazarlamasının eksiksiz olarak sağlanması için, turizm pazarlamasında promosyon büyük önemi vardır. Promosyon arz imkanlarını tüketiciye götürme işlemidir. Promosyon açısından ülkemizde yapılan işleri, otelcilerin kendi başlarına ve turizm bakanlığı ile işbirliği halinde yapmış oldukları faaliyetler olarak ikiye ayırabiliriz¹³⁷. Birincil faaliyetler ikinci faaliyetlere göre başarısız olmuşlardır. Çünkü otel ve bölge tanıtımı genel tanıtımdan ayrı tutulmaz ve her iki etkinliğin birbirini tamamlayıcı tarafları vardır. Bakanlık; promosyon konularında otelci, Türk acentalar ve yabancı acentalar arasında gerekli işbirliğini devamlı olarak sağlanmaktadır. Ancak bazen tarafların bu desteğe ihtiyaç duymadıkları ve Bakanlıktan bağımsız hareket ettikleri de görülmektedir. Türkiye'de promosyona katkısı olan yabancı acenta sayısı 1990'da 700 civarında

¹³⁶ Özen Dallı; "1. Tanıtma Şurası Tebliği", T.C. Turizm bakanlığı Tanıtma Genel Müd. Ankara, 1992, s. 210

¹³⁷ Özen Dallı, a.ge., s. 213.

olmuştur. Acentaların daha büyük sayıda turist getirmeleri için gerek arz gerekse de talep organizasyonu yönünden yeni düzenlemeler yapılmalıdır. Oteller ve konaklamacıların yatay koordinasyonu ile ulaştırmanın uygun fiyat politikası, carter organizasyonları ile önce düşünülmesi gereken önlemler olarak karşımıza çıkar.

Turizm pazarlamasında enformasyonunda yeri büyüktür. Enformasyondaki amaç, üzerinde bilgi verilmek istenilen konuyu imajını yaymak ve konuyla ilgi ve sempati duyulmasını sağlamaktır. Enformasyon bir ülke veya bölge hakkında genel bilgi vermektir. Bu yüzden enformasyona dökümanını çok iyi hazırlaması gerekir. Bu görevi ülkemizde Turizm Bakanlığı yurt içi ve yurt dışı büroları ile bu görevi yerine getirmeye çalışır. Fakat ülkemizde yurt dışı bilgi arşivleri ile enformasyon faaliyetleri yetersizdir ve bu yetersizliğin en büyük sebebi bu konuda çalışan kişilerin yeterli düzeyde olmamasıdır. Bu açığın Türk turizmi açısından en kısa zamanda giderilmesi gerekir.

3.4.2. Planlamanın Önemi:

Turizmde planlananın amacı, turizm geliştirilmesi ve turizmden elde edilen gelirin en yüksek düzeye çıkarılmasıdır. Turizm planlaması günümüzdeki önemi gün geçtikçe artmaktadır. Çünkü turizmde beklenen geliri elde edebilmek için belirli plan çerçevesinde işlerin yürütülmesi gerekir. Turizmin hem ülkesel hem de uluslararası düzeyde devamlılık göstereceğine göre bu devamlılığın belirli programlar çerçevesinde olması gerekir.

Turizmde açılan her istasyon iç planlama bir faaliyet olarak kabul edilir. Bu faaliyet günümüzün hızla gelişen sosyal ekonomik ve endüstriyel gelişimler açısından zorunludur. Her ne kadar turistik bölgeler bilinçli planlama olmaksızın gelişme göstermiş olsa da bu bölgede plansızlık önemli olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. Planlama bütünüyle geleceğin ayrıntılı bir analizi ve turistik hedeflerin saptanması ile ilgili bir

çalışmadır¹³⁸. Bu nedenle turizm faaliyetlerinin ülkemizde öncede plan çerçevesinde yürütülmesi ve bölgeler için ayrıntılı turizm planlamalarının yapılması gerekir.

Turizmde planlamaya zorlayan birçok neden bulunmaktadır. Çünkü turizm bir organizasyon işidir ve organizasyonun etkin olarak yapılması gerek turistleri gerekse turizmden belirli bir geliri bekleyen kişileri olumlu yönde etkiler.

Turizmden plansız olarak gelişme bir çok olumsuz sonuçlar ortaya çıkarmakta, en fazla olumsuzluk fiziki çevre üzerindeki etkisini göstermektedir. Turizmde plansız gelişmenin bazı sonuçlarını kısa başlıklar altında belirtirsek¹³⁹;

1. Fiziksel Etkiler

- Fiziksel çevrenin tahribatı ve değişimi insanlar turizm bölgelerine çeken en büyük etken fiziksel çevredir. Fiziksel çevrenin tahrip edilmesi ve plansız değişimi turizmi her yönden olumsuz etkide bulunur,

- Tarihsel ve kültürel konakların bozulması ve tahribi,

- Aşırı kalabalık,

- Kirlenme: En büyük fiziksel olumsuz etkilerden biri de kirlenme olarak karşımıza çıkar. Doğal çevrenin kirli olması turizmi olumsuz yönde etkiler. Çünkü turist güzel olan varlıklar için turizm faaliyetinde bulunmaktadır.

- Trafik sorunları: Bu karşımıza ulaşım olarak çıkar. Bir yerden başka bir yere turistik hareketlerin kolay ve güvenli olması gerekir. Ulaşımına bağlı olarak bir yerden bir yere hareket turizmin diğer bölgelere yayılmasını sağlar.

2. İnsanlara Yönelik Etkiler

¹³⁸ Orhan İçöz, “Turizm Sektörü Plan ve Planlama Önemi”, Türkiye Kalkınma Bankası Turizm Yıllığı, 1993, s. 89.

¹³⁹ Orhan İçöz, a.ge.e, s. 91.

- Bölge halkının turistik çekicilikten ve hizmetlerden daha az yararlanması ve bunun sonucu klasik olarak halkın turizme küskünlüğü.

- Kültürel kimlik kaybı

- Turizm sektöründe çalışanlarda eğitim eksikliği

- Turizmin bölgeye katkılarını fark edememek.

3. Diğer Etkiler

- Yeterli düzeyde çekicilik ve faaliyetlerde meydana gelen azalma, çekicilik ve faaliyetlerde meydana gelen azalma turizmden elde edilen gelirleri önemli ölçüde etkiler.

- Süre yoğunluğu ve kalış sürelerinin kısılması: Bunun önlenmesi temel amaç edinilmesi ve sezonda yoğunluk ile kalış sürenin arttırılması gerekir.

- Hizmet kalitesinin bozulması: Turistin temel isteği hizmetin karşılıklı olmasıdır. Hizmet kalitesiz olması sonucu, giden turistin bir daha geleceği düşünülemez.

- Seyahat Danışma hizmetlerinin yetersizliği.

Yukarıdaki saydığımız bu etkilerin planlama sayesinde ortadan kaldırılabilir. Bu yüzden ki planlamanın en iyi şekilde yapılması, eksikliklerin giderilmesini sağlanacaktır. Bu eksikliklerin giderilmesi ülkemiz açısından turizmde beklentilerin yerine gelmesi sağlanacaktır.

Ülkemizde etkin bir turizm planlamasının gerçekleştirilmesi için, toplumun hukuksal mevzuatına, kalkınma planlarına, bölgesel yöresel özelliklerine ve doğal çevreye uygun olarak yapılmalıdır. Turizm planlamasının başarısı ülkenin genel ekonomik yapısının bilinmesine, gerçekçi tahminlere, yöresel özelliklere verilen öneme, pazarlama, tanıtma, promosyon çalışmalarına bağlıdır.

Turizmle ilgili stratejik planlara değinecek olursak, stratejik planlar, dış çevre faktörleri dikkate alınarak, belirlenen amaçlara ulaşmayı sağlayan uzun vadeli planlardır. Bu bağlamda ülkenin turizm gelirinin arttırılması ve sektörün problemlerinin çözülmesi amacıyla Turizm Bakanlığı tarafından stratejik planlar hazırlanmalıdır.

Türkiye'nin sahip olduğu turistik değerler yeteri ölçüdedir. Türkiye'nin turizmdeki potansiyelini kullanmak ve elde edeceği getiriyi arttırma amacı ile yapılacak olan stratejik planda şu noktalara dikkat etmemiz gerekir:

- Turizm plan ve stratejileri hazırlanırken Türkiye'nin sahip olduğu tarihi, doğal, kültürel ve ilgi çekici olay ve aktivitelerden faydalanılması,
- Ölü sezonda turizmde canlılık kazandırıcı faaliyetlerde bulunulması,
- Doğal, kültürel ve tarihi çevreyi kirletici ve tahrip edici faaliyetlerden kaçınılması,
- Turizmin tüm Türkiye'ye yayılması için çaba göstermesi,
- Turistlerin maksimum tatminini sağlayıcı önlemlerin alınması.

Bu geniş amaç çerçevesinde Türk turizminin geliştirilmesi için iki temel hedef etrafında toplanılması gerekir. Bunlar:

- Türkiye'nin iyi bir şekilde tanıtılması için tanıtımda sorumlu tüm birimlerin birlikte etkin bir şekilde çalışmaları,
- Yeni turizm çeşitlerinin oluşturulmaya çalışılması ve turistik imkanları iyileştirme yoluna gidilmesi için çalışmaların yapılmasıdır.

3.4.3. Turizmde Mevsimlik Yoğunlaşmanın Önlenmesi, Zaman İçinde Yayılmasının Sağlanmasıyla İlgili Politika ve Turizm Mevsiminin Uzatılması:

Türk turizmi genellikle ilkbahar ve yaz aylarında yoğunlaşmaktadır. Türk turizminin en büyük problemlerinden olan sezonluk problemin çözümü için gerekli çalışmaların yapılması, sektöre birçok fayda sağlayacaktır. Bu sezonluk problemi atlatabilmek için yapılması gereken ilk görev Türkiye'nin ülke dışındaki imajını değiştirmektir. Bu imaj deniz-kum ve güneş imajıdır. Bu üçlünün yanında turistik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi yoluna gidilmelidir.

Turistik yoğunlaşmanın ulaşım ve konaklama sektörlerinde meydana getirdiği boş kapasiteler, gecikmiş kamu harcamaları, kaynakların verimsiz kullanımı gibi sonuçlarla Türkiye ekonomisi bakımından büyük kayıplara yol açmaktadır. Turistik yoğunlaşmanın nedenleri, milli ekonomimize olumsuz etkiler, bu etkileri önleyecek politikalar üzerinde durulmasını kaçınılmaz hale gelmektedir. Böylece, uzun vadeli perspektif içinde, turizmin kendi yaratıcı kaynaklarını tahrip etmeden Türkiye ekonomisine sağlayacağı yararları hangi şartlar ve önlemler içinde süreklilik kazanılabileceği, etkinliğinin arttırılabileceği belirtilmiş olacaktır.

Sezonluk yoğunlaşma turizm talebinin belirli bir zaman dilimine ve belirli yörelerde yoğunlaşması demektir. Turizmin zaman ve mekan içinde arz ettiği yoğunluk bir çok bölgede doyum noktasını aşmakta ve turizmin ekonomik, sosyal faydasını azaltmaktadır. Doğal çevrenin bozulması, aşırı izdiham tarıma elverişli yerlerin tatil merkezi haline gelmesi, gecekondü tipi kampingler, betonlaşma, çöplük haline gelen alanlar vs. turistik yoğunlaşma sonucu ortaya çıkan olumsuz yönlerdir.

Bu turistik yoğunlaşmayı belirlenen iki neden karşımıza çıkmaktadır:

a- Zaman içinde turistik yoğunlaşma

b- Mekan içinde turistik yoğunlaşma

a- Zaman içinde turistik yoğunlaşma, turizm bütün bir yıl boyunca devam eden bir faaliyet olmasına rağmen, turizmin zaman olarak yoğunlaştığı döneme turizm mevsimi adı verilir. Genellikle tatil dönemlerinin yaz aylarında yoğunlaşması, turizm mevsimi olarak bu ayların kabul edilmesi zorunlu kılmaktadır. Buna bağlı olarak yaz aylarında, havayolu, karayolu, ulaşmanın arttığı, otellerin doluluk oranının arttığı geceleme sayılarının yükseldiği gözlenir. Turizm belli aylarda yoğunlaşması Tablo 48’da görülmektedir. Tablo’da 1998 yılı haziran, temmuz ve ağustos aylarına bakıldığında turist sayısının diğer aylara göre oldukça fazla dağılım gösterdiği görülmektedir. Buna bağlı olarak turizmden elde edilen gelirde belirli aylarda artış göstermektedir.

Tablo 48: Türkiye’ye Gelen Yabancıların Aylara Göre Dağılımı

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Ocak	269.665	276.633	287.178	302.452	348.165	358,156
Şubat	303.732	304.287	326.187	315.745	372.963	370.809
Mart	396.305	370.184	539.738	557.148	478.063	409,458
Nisan	471.257	536.253	557.046	642.080	640.702	426,236
Mayıs	647.083	734.238	878.197	1.000.364	988.110	690,215
Haziran	673.759	813.239	902.137	1.047.568	1.005.549	781,002
Temmuz	822.609	1.011.097	1.010.860	1.208.997	1.145.001	931,256
Ağustos	901.875	1.066.584	1.155.642	1.417.984	1.377.009	1,077,000
Eylül	772.971	1.057.119	1.118.972	1.298.645	1.164.781	873,215
Ekim	697.332	841.635	906.337	949.270	1.034.658	797,125
Kasım	394.901	394.164	453.461	540.201	501.644	433,369
Aralık	944.216	341.956	394.922	419.054	371.636	319,210

Kaynak: DİE

Turistik yoğunlaşma, ulaşma ve konaklama verileri bakımından ele aldığımızda; özellikle havayolu ve karayolu turistik trafiğinin yaz aylarında yoğunlaştığı görülmektedir. Tablo 49’da görüldüğü üzere kara, hava, deniz ve trenle ulaşımında en fazla araç girişleri yaz aylarında görülmektedir. Otellerdeki doluluk oranına, geceleme sayılarının yaz aylarında çok yükseldiği, buna karşın mevsim dışında turist trafiğinin oteller dolum oranlarının ve geceleme sayılarının düştüğü gözlenmektedir.

Tablo: 49. Türkiye'ye Gelen Yabancıların Aylara ve Taşıt Araçlarına Göre Dağılımı (1997).

Aylar	T A Ş İ T A R A C I				Toplam	% Oran
	Hava	Kara	Tren	Deniz		
Ocak	187.871	83.007	12.059	17.865	300.872	3.11
Şubat	213.784	75.184	9.436	15.902	314.306	3.24
Mart	409.563	114.063	10.134	21.444	555.204	5.73
Nisan	461.988	116.284	8.759	52.788	639.819	6.60
Mayıs	776.401	125.696	12.651	106.146	1.020.894	10.54
Haziran	793.329	126.838	9.735	16.085	1.045.987	10.80
Temmuz	903.599	159.340	12.649	130.638	1.206.226	12.45
Ağustos	1.052.187	195.858	14.163	142.668	1.404.876	14.50
Eylül	975.543	151.306	13.773	156.833	1.297.462	13.39
Ekim	646.495	157.706	14.346	128.915	947.462	9.78
Kasım	336.350	152.705	11.798	37.515	538.368	5.56
Aralık	262.61	117.981	10.569	26.336	417.535	4.31

Kaynak: Emniyet Müdürlüğü, Turizm istatistikleri Bülteni.

b- Mekan içinde turistik yoğunlaşmada ise, turistin ülkenin doğal, tarihi kültürel beşeri kaynaklarının yoğun olduğu merkezler yönelmesidir. Bu durum ülkemizde kendini Akdeniz ve Ege bölgesinde göstermekte ve bu bölgelerde yoğunlaşma olmaktadır. Sonuçta doğal ve kültürel zenginlikler, beşeri potansiyel turizmin temel parametreleri olmaktadır.

Turistik yoğunlaşmanın nedenlerinin başında dinlenmek, eğlenmek, stresten, monotonluktan uzak bir ortamda tatil yapabilecek iklim koşullarına ve coğrafi konumunun uygunluğu gelmektedir. Ekonomik ve sosyal açıdan büyük farklılıklar gösteren kentten, kırsal kesime doğru tüketimi hedef alan bir kitlenin akımı ortaya çıkmaktadır. Ekonomik yönden rahat olan kimseler belirli dönemlerde turistik yoğunlaşmayı gerçekleştirmektedirler. Eğitim ve öğretimde turistik yoğunlaşma üzerinde etkisi vardır. Örneğin eğitim ve öğretimin yaz ayları başında sona ermesi, dönemlerden sona tatile çıkma olayı artacak ve yoğunlaşma meydana gelecektir. Öğrenciler Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında yoğun olarak tatile çıkmaktadırlar. Ayrıca kurumsal yoğunlaşmaya da değinecek olursak, işyeri tatillerini, bayram ve diğer olayların yarattığı yoğunlaşmaya kurumsal yoğunlaşma diyoruz.

Yoğunlaşma sonucunda turistik işletmelerin faaliyetlerinin belirli aylarda toplanması, yılın diğer aylarında boş kapasitelerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Sonucunda dolu mevsimlerde gerçekleştirilen ciro hacmi ile diğer dönemlerde gerçekleştirilen ciro arasında fark oluşmakta, yatırımların yetersiz kullanımdan doğan ve işletmeler açısından olduğu kadar milli ekonomi içinde önemli ekonomik kayıp yaratmaktadır¹⁴⁰.

Turistik yoğunlaşma sonucunda, çevrenin kirlenmesine ve doğanın tahribine neden olmaktadır. Yoğunlaşma sonucu ortaya çıkan arz-talep arasındaki dengesizlik fiyatların yükselmesine neden olmakta. Zaman kayıpları ve maliyetler büyük boyutlara ulaşmaktadır. Turizm mevsiminde tatil imkanlarının pahalı olması bir çok kişinin tatil isteğini frenlemektedir. Yoğunlaşmaya istihdam açısından batığımızda, işletmenin bu dönemlerde mevsimlik personel çalıştırmakta ve bunun sonucu kalifiye eleman sayısı azalmaktadır. Mevsimlik personel sezon bitiminde işten çıkarılmaktadır. Turistik yoğunlaşma belirli bölgelerde, belirli mevsimde demografik yoğunluğu da arttırmaktadır. Belirli bölgelerde ve belirli dönemlerde turist akımının artması her türlü alt yapı hizmetlerinin aksamasına neden olacaktır.

Turistik yoğunlaşmanın önlenmesi için alınacak önlemleri şöyle sıralayabiliriz¹⁴¹.

- Kitlelerin yılın yaz, bayram, festival dönemler haricinde de seyahate yönlendirmek,
- Turizm arzını zenginleştirme çabasına girmek,
- Kurulan tesisleri değişik turizm arzına cevap verebilecek şekilde planlamak ve inşa etmek,
- Tesislerin atıl kalmaması için, kongre, seminer, toplantıların kış aylarında yapılması için özendirmek,

¹⁴⁰ Hasan Olalı, Alp Timur, “**Turizm Ekonomisi**”, İzmir, 1993, s. 378.

¹⁴¹ Akın İlker, Zeki Omer, a.g.e, s. 98.

- Coğrafi konuma ve iklim koşullarına uygun olarak, okul tatil sürecini değişik zaman dilimlerine koymak,
- Sosyal turizmi indirimli fiyatlarla desteklemek,
- Kamp karavan çadır turizmini geliştirmek,
- Kamu kamplarından dar gelirli memur ve işçiyi yararlandırmak,
- Seyahat acentaları vasıtasıyla değişik ve ucuz seyahat paketini hazırlamak,
- Sportif faaliyet düzenlemek,
- Değişik turizm arzına cevap verebilecek yeni yöreleri, bölgeleri, mekanları, geliştirerek turizme kazandırmak olarak sıralayabiliriz.

İşte Türk turizminde yoğunlaşmayı önlemek için en başta turizm mevsiminin uzatılması ve yeni turizm imkanlarının mevsimler içinde dağılımlı şekilde turizme kazandırılması gerekir. Ekonomik ekolojik, sosyal ve demografik düzeyde turistik yoğunlaşma, bir çok sorun ortaya çıkarmakta ve milli ekonomi için büyük kayıplara neden olmaktadır. Bu kayıpların önlenmesi ve turizmin Türk ekonomisindeki yerini ve öneminin artırılması, turistik hareketlerin zaman ve mekan içinde dengeli bir biçimde yayılması bağlıdır. Yani turistik yoğunlaşma trafiğini düzenlemek için, turistik yörenin en uygun şekilde kullanılması, bunun için de bir yanda turistik hareketlerin en iyi, diğer yandan mekan içinde mümkün olduğu ölçüde en geniş biçimde dağılmasını sağlanmakta yatmaktadır.

3.4.4. Yatırım Faaliyetlerinin Düzenlenmesi ve Yönlendirilmesi

Turizm türleri açısından yatırım kararlarının oluşmasına esas olacak ve kamu tarafından belirlenecek geniş boyutlu strateji içinde kamu ve özel kesimin görevleri, öncelikle turizm türleri açısından ayırımı gerekmektedir. Turizm türleri olarak ayırımı iki başlık altında toplanmaktadır.

Kuruluş yerleri açısından: Bölge turizmi türü ve tesisleri açısından kuruluş yerlerinin seçilmesi ve turizm hareketinin belli noktalardan başlayarak yayılmasını sağlayacak tedbirler alınmalıdır.

Yapılan araştırma ve anket sonuçları özellikle kitle turizmine dönük tesisler için havaalanı ve plaj uzaklıkları konusunda belli değere, ortalama olarak ulaşmış bulunmaktadır.

Bu nedenle kuruluş yerleri (bölge olarak) seçilirken yada yönlendirilirken bu iki önemli faktör göz önünde bulundurulmalıdır. Yeni turizm planlamasında ülkenin deniz, dağ ve buna sağlık turizmi yönünden başlangıç açılma noktaları seçilmeli ve buna bağlı olarak ileriye dönük planlamalara gidilmelidir.

Kuruluş yerlerini dikkate alarak yatırımlara yön verilmesi çalışmaları ülke içinde bazı yörelerin “öncelikli yöre” ya da “geri kalmış yöreler” olarak ayrılmaları sonucunu doğurmuştur. Şimdiye kadar ki düzenlemelerde hep sanayi kesiminin ihtiyaçları dikkate alındığından, geri kalmış bölgelere tanınan ayrıcalıklar turizm sektörünün ihtiyaçlarına tam anlamıyla cevap verememektedir.

Yasal ve Ekonomik Tedbirler Açısından: Turizm konusunda 1963 yılından beri birtakım yasal düzenlemelere gidilmiştir. Bakanlık Kuruluş Kanunundan başlayan bu gelişmeyi, 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu tamamlamış, bundan sonraki düzenlemeler bazı kanunlardaki köklü sayılmayacak düzeltmelerden öteye gidememiştir.

Ekonomi içinde kendini kabul ettirmiş turizm olayına yönelik, günün şartlarına uygun mevzuat düzenlemelerinin de yeterli olmadığı görülmektedir. Buna rağmen 1982 ve 1983 yıllarından itibaren özel sektörü teşvik edici ve özendirici bir takım yasal düzenlemeler yapılarak sektörde gelişmeler kaydedilmiştir, ancak yeni bazı yasal düzenlemelerin de yapılması zarureti devam etmektedir.

Turizm Bakanlığının sektör politikalarını orta ve uzun dönemde oluşturacak idari ve finansal örgütlenmelerin gerçekleştirilmesi ve Bakanlığın yeniden örgütlenmesine

ilişkin Teşkilat yasası çalışmaları yapılmış ve halen T.B.M.M. genel Kurulunda beklemektedir. Bu yasanın çıkmasıyla Turizm bakanlığı kariyer bakanlığı haline gelerek sektöre daha iyi sahip çıkacağı beklenmektedir¹⁴².

3.5. Türk Turizminde Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Turizm son yıllarda sosyal ve ekonomik olaylar içerisinde en hızlı gelişme gösteren bir kitle olayıdır. 1983 yılı verilerine göre dünya turizm olayına 490 milyon kişi katılmış ve yapılan turistik harcamalar 68,5 milyar dolara ulaşmıştır.

Dünyadaki bu gelişime karşılık, Türkiye’de de olumlu gelişmeler söz konusudur. Ancak turizmle ilgili birçok sorunun varlığı bir gerçektir. Öte yandan, gelecekte yeni sorunlar söz konusu olacaktır. Turizmin söz konusu dinamik özelliği nedeniyle bütün sorunları ortaya koymak ve çözümler önermek mümkün değildir. Ancak gelecek yıllarda Türk turizmi ile ilgili bazı sorunlar şöyle olabilir.

Turizmle ilgili en önemli sorunlardan birisi, alt ve üst yapı tesislerinin yetersizliğidir. Bilindiği gibi, turizm gelirleri ile konaklama tesisleri yeterliliği arasında doğrusal bir ilişki vardır. Turizm sektörünün geliştirilmesinde kaynaklar büyük ölçüde konaklama tesislerine bağlanmaktadır. Oysa, konaklama tesislerinin karlılığı oldukça düşüktür. Ancak, konaklama tesislerine yapılan yatırımlar diğer işletmelerin yatırım gereksinimlerini azaltmaktadır. Konaklama tesislerinin karlılıklarının düşüklüğü özel girişimcilerin yatırım yapmamaların neden olmaktadır. Oysa söz konusu tesislerin diğer işletmelerin yatırımlarını azaltmaları nedeniyle sosyal karlılıkları yüksektir. Bu nedenle turizmin geliştirilmesi için, devlet konaklama yatırımlarına daha fazla teşvik sağlamalıdır.

Söz konusu bakış açısı nedeniyle bir çok ülkede turizm yatırımlara göre daha fazla teşvik edilmektedir. Günümüzde yatak kapasitelerinin artırılabilmesi için kısa, orta ve uzun vadede önlemler alınması gerekir. Kısa vadeli önlemler, belgesin turistik tesisleri belgeli turistik tesislere dönüştürülmesi şeklinde olmaktadır. Orta ve uzun vadede ise,

¹⁴² Turizm Bakanlığı 1993 yılı Bütçe Raporu.

turizm yatırımlarını teşvik edici önlemler, genel yatırım teşviklerinden ayrı olarak belirlenmelidir. Öte yandan daha önceden de belirttiğimiz gibi turizmin bütün yıla yayılması ve çeşitlendirilmesi amacı güdülmelidir. Türkiye’ yatırımlarla ilgili diğer bir sorunda finansman sorunudur. Bu sorun turizm sektöründe daha belirgindir. Bu sorunun bir nebze olsa giderilmesi için kaynakların etkin kullanılması gerekir.

Türkiye turizminde bir başka sorunda ulaşım ve haberleşme yetersizliğinde kaynaklanmaktadır. Turistlerin ülke seçiminde kendi ülkeleri ile gitmek istedikleri ülkeler arasında uzaklı, turizmin belirli ülkelere yönelmesinde etkili olmaktadır. Turizmde en önemli sorunlardan bir tanesi de hava trafiğinin diğer gelişmiş ülkelere göre fazla gelişme gösterememesidir. Oysa gelişmiş ülkelerde götürü turlar hızla gelişmektedir.

Türk turizminde en önemli sorunlardan bir tanesi de tanıtım sorunudur. Tanıtım konusunda ülkemizin başarıya ulaşabilmesi için faaliyetlerin bir merkezden yürütülmesi daha iyi olacaktır. Tanıtımda başka önemli bir sorunda gümrüklerde kaynaklanmaktadır. Turistlerin ülkeleri değerlendirirken üzerinde durdukları faktörlerden birisi de gümrüklerdir. Kısa vadede gümrüklerin istenilen düzeye getirilmesine çalışılmalıdır.

Türk turizminin gelişmesini engelleyen faktörlerden birisi de enflasyondur. Turizm gelişmesinde fiyat istikrarının payı büyüktür. Oysa yüksek oranlı enflasyon, turistik mal ve hizmet fiyatlarını arttırarak, turist sayısını olumsuz yönde etkilemektedir.

Turizm gelişmesini engelleyen diğer bir etkende TL’nin değeridir. 1981 yılından beri Merkez banksına günlük kur ayarlama yetkisinin verilmesi, turizmi olumlu yönde etkilemiştir. Bu gün yabancıların Türkiye’yi tercih etmelerinin nedenlerinden bir tanesi de mal ve hizmetlerin ucuz olmasıdır.

Dünyadaki hızlı değişmelere rağmen, turizm sektöründe muhasebe ve rezervasyon dışında teknoloji kullanımı sınırlıdır. Bunu sonucu olarak ta eğitilmiş personelin önemi artmaktadır. Fakat Türkiye’de eğitilmiş personel sayısı ve iş gücünü eğitim düzeyi düşüktür.

Son yıllarda Türkiye'ye turist talebinin artmasını bir nedeni de tur operatörleridir. Başka bir ifade ile, Türkiye son yıllarda Batı Avrupa ülkelerindeki operatörlerin katalogunda yer almaya başlamıştır. Yapılan anketler turistlerin gidecekleri ülkeyi organizatörlerin kataloglarından seçtiklerini göstermektedir. Yabancı tur organizatörlerine gerekli kolaylıkların sağlanması gerekir. Öte yandan Türk seyahat acentaları teşvik edilmelidir.

Sonuç olarak, Türkiye'nin turistik talebi gelecekte diğer Akdeniz ülkeleri gibi artarak devam edecektir. Türkiye'nin bu turistik talepten en iyi şekilde faydalanması, özel ve kamu kuruluşlarının günümüzde var olan problemlerin çözümü için gösterecekleri çabalara bağlı olacaktır.

Turizm bakanlığı ve özel sektörün Türk turizmini geliştirmek için gelecekte en başta yapması gereken çalışma, kaliteli ürünlerin üretilmesi ve sunulmasını sağlamak olacaktır. Bunlara ek olarak, gelecekteki turizm projelerinde en önemli hedef, uygun kapasite ve servise sahip olmayı sağlarken, tarihi, doğal ve kültürel çevreyi koruyucu önlemlerin alınmasıdır. Bu yolla hem Türkiye'ye olan turistik talebin devamlılığını sağlamış olur, hem de değerlerimizi bozmadan gelecek kuşaklara aktarmış oluruz.

Gelecekte turizm sektöründe başarılı olmak istiyorsak; iyi hizmet, iyi pazarlama ve iyi eğitime ihtiyacımızın olduğunu gözönünde bulundurmalıyız. Türk turizmini daha iyi bir noktaya taşımak için hazırlanacak planlarda, belirlenen sorunların çözümü için gereken kaynak ve çabalara yer verilmelidir. Aksi takdirde, sektörde nicel ve nitel gelişmenin beklenmesi olanaksızdır.

SONUÇ

Turizm, eskiden insanların ticari, dini, askeri gibi sınırlı amaçlarla yaptıkları gezi şeklinde iken bugün çok yönlü bir olay halini almıştır. Sağlık, kültür, dinlenme, eğlenme, spor gibi amaçlarla yapılan geziler turizm kapsamına alınınca, turizm nitelik ve nicelik bakımından önemi daha da artmış, bir ilişkiler olayla bütün haline dönüşmüştür. Turizmin sağlamış olduğu faydalar tüketiciyi, üreticiyi, toplumu ilgilendiren çok yönlü bir faaliyet özelliği kazanmıştır.

Turizm sektörü dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörler arasında yer almaktadır. Dünyada sınırlar ortadan kalktıkça dünya küçülmeye başlamış ve bunun sonucunda insanların daha uzak yerlere gitmeleri kolaylaşmış ve uzak yerlere gitme eğilimine girmiştir. Bunun başlıca nedeni ise harcanabilir kişisel gelir artması ve buna bağlı olarak turizm ve tatile ayrılan payın artması, ile ulaşım ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmenin yanı sıra, insanların görmedikleri merak ettikleri yeni bölgeleri ziyaret etme isteğidir.

Dünya turizmi son 35 yıl içinde dünya ekonomisi içinde büyük gelişmeler göstermiştir. Bu büyüme sonucunda turizm dünya ülkelerinde sosyal, kültürel, ekonomik bir biçim, hatta önemi çok büyük olan bir ekonomik faktör haline gelmiştir. Dünyada turizm sektörü devamlı şekilde büyüyen bir şekilde devam etmektedir ve edeceğinin de belirtileri görülmektedir. Günümüze gelindiğinde turizm hareketleri 3.6 artış göstererek 650 milyona ve turizm gelirleri 2.3 artış göstererek 600 milyar dolar, seviyelerine ulaşmıştır. Bu rakamlar 2000 yılında 700 milyona, 2010 yılında bir milyara, 2015 yılında ise 1.600 milyon kişiye çıkacağı tahmin edilmektedir. Bu da sürekli olarak turizm sektöründe yılda yüzde 4 büyüme anlamına gelmektedir. Bu büyüme sonucunda sürekli yeni iş alanları açılmakta, sektörde şu an 255 milyon insan çalışmaktadır.

Turizm bir ülkede ekonomik, sosyal, politik, sağlık, kültür, finansal gibi çeşitli önemi vardır. Ülkeler uluslararası turizme katılarak gittikçe daha fazla pay elde etmek için çaba harcamalarının nedeni, bir yandan milli ekonominin gelişimine diğer yandan

sosyal refah düzeyinin yükselmesine yaptığı katkıdır. Turizm ekonomik gelişmenin en güçlü itici faktörüdür. Bu faktörün ekonomik gelişmedeki etkinliği ve önemi ülkenin turistik potansiyeline bağlıdır. Turizm gelirleri, her şeyden önce milli gelirin artmasına sebep olmaktadır. Diğer taraftan mal ve hizmet ihraç etmeden döviz girişlerini sağlamaktadır. Bu sebeple buna görülmez ihracat da denilmektedir. Zira mal ve hizmetler, üretici ülkede müşteri tarafından yerinde tüketilmektedir. Tüketici ülkeye tüketicinin kendisi tarafından götürülmektedir. Turizm, milli ekonomi için önemli bir ek ihracat kaynağı oluşturmaktadır. Böylece turist çeken ülkelerin parasına olan talep artmakta ve o ülkenin parasının dış piyasalardaki değeri yükselmektedir. Turizm hareketleri sonucu o ülkede turizm yatırımları artmakta ve istihdam hacmi genişlemektedir. Turistik tesislerin karları üzerinden alınan vergilerde turizmin finansal önemini ortaya koymaktadır.

Son 10-15 yıldan beri Türk turizminde gözle görülür gelişmeler olmuştur. Zira Türkiye’de turistik açıdan büyük öneme sahip turistik değerler mevcuttur. Türkiye’de planlı döneme değin turizm alanında açık seçik politika belirlememiştir. Planlı dönemde sonra diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektörü alanında da plan ve program dahilinde yürütülmesi yoluna gidilmiştir. Planlı dönemde turizmle ilgili bazı hedefler çerçevesinde hareket edilmiştir. Turizme ilgili bu hedefler ;

- Ülkemize gelen turist sayısını ve ortalama kalış sürelerini arttırmak,
- Kitle turizmine uygun yatırım, tanıtma ve sektör organizasyonunu özendirmek,
- Turizmde öncelikle yöreleri belirlemek,
- Tanıtım Etkinliklerine ağırlık vermek,
- Kamunun alt yapıyı özel sektörün de üst yapısı gerçekleştirmesini sağlayıcı tedbirler alınmasının sağlanması,
- Teşvik ve kredi politikasını yatırımcıya özendirmek,

-Turizm eğitim politikasını yeniden belirleyerek personel eğitiminde beceri geliştirmeyi ve kalifiye eleman yetiştirmeyi sağlamak.

-Turizmi çeşitlendirerek bütün yıla yayılmasını sağlamak,

-Potansiyel turizm kaynaklarını en verimli şekilde kullanmak,

Doğal ve kültürel değerlerin korunması için her türlü tedbiri almak, olarak sıralanmıştır.

Türk turizm 1980'li yıllarda başlattığı atak ile Türk ekonomisinin en hızlı büyüyen, en dinamik sektörü başka bir deyişle lokomotif haline gelmiştir. Bu gün turizm, ekonomiye yılda 8 milyar dolar doğrudan döviz girdisi sağlamakta ve bir o kadar da yurtiçi katma değer yaratmaktadır. Türkiye'yi ziyaret edenlerin beraberinde götürdüğü maların değeri 1998'de 4.5 milyon doların üstündedir. Doğrudan ve dolaylı olarak toplam 1.5 milyon kişi bu sektörden istihdam edilmektedir. Turizm, tarımdan ticarete, inşaattan bankacılığa 40'a yakın sektöre katkı sağlamaktadır.

İşte turizm Türkiye ekonomisine katkıları tartışılmaz hale gelmiştir. Fakat Türkiye'de turizm bir çok zayıf yönü bulunmaktadır. Bu zayıf yönle turizmi ve buna bağlı olarak turizm ekonomisini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu zayıflıklar, karayolu yetersizliği ve bakımsızlığı, yurt dışından Türkiye'nin imajı, bazı turistik merkezlerdeki insan yoğunluğu, kalifiye personel sıkıntısı, sezonluk problem, deniz kirlilik, ülkenin ucuza pazarlaması ve kamp alanlarının, otellerin ve apart otellerin yetersizliğini sıralayabiliriz. Bu sıkıntıların bir an önce giderilmesi gerekir.

Ayrıca turizm sektörü, devlet desteğinden yoksun kendi yağıyla kavrulmaktadır. İç dinamizmi ile yaşadığı darboğazları kendi çabalarıyla aşmaktadır. Burada sektörün en büyük avantaja sahip olduğu esnekliktir. Sorunu olan pazarlara karşı alternatif yaratmaktadır. Bunun en açık örneği yatırımlardaki gerilemedir.

Turizmin ödemeler dengesine, istihdama, mili gelire olan katkısı inkar edilemeyecek kadar büyük orandadır. Turizm, özellikle gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarını tamamlayabilmeleri için, ihtiyaç duyulan döviz sağlayacak, ülkede üretim çeşitliliğini arttırmak ve özellikle istihdam imkanı oluşturması bakımından çok önemli bir yere sahiptir. Turizmin bu olumlu yanları yanında enflasyon ve ekonomik kaynakların turizme fazla yönlendirilmesi, turizmin mevsimlik özellik taşıması ve kaçırılan fırsat maliyeti gibi olumsuz etkileri de mevcuttur.

Ülkemizde ihracat yapma imkanlarının kısıtlı olmasından dolayı ödemeler bilançosu açıklarının kapatılmasında turizmin önemi çok büyüktür. Turizmden elde edilen dövizin ihracattan sağlanan dövize oranla maliyetinin düşük olması turizmin önemini bir kat daha arttırmaktadır. Ayrıca turizm gelirleri dış ticaret açıklarının giderilmesinde büyük önem arz etmektedir. Turizm ülkemiz açısından diğer bir katkısı da istihdam imkanları yaratmasıdır. Ülkemizde işsizlik sorununun büyük olması ve bu sorunun giderilmesinde turizm sektörünün oldukça önemli bir yeri vardır. Daha önce de belirttiğimiz gibi Türkiye dolaylı ve dolaysız 1.5 milyon kişi sektörde istihdam edilmektedir. Ülkemizde ayrıca bir kişiye iş imkanı sağlayabilmek için en düşük yatırım maliyeti turizmdir.

Turizm gelirlerinin GSMH'ye oranı 1985 yılından sonra artan bir şekilde gelişmiştir. Ayrıca turizm gelirlerinin çoğaltan etkisi mevcuttur. Örneğin ülkemiz için 1 dolarlık bir harcama ortalama 3-4 dolarlık gelir artışı sağlamaktadır. Turizm yatırımlarına ülke ekonomisi açısından önemi oldukça büyüktür. Turizm sektörüne yapılan yatırımlar diğer sektörlerde olumlu yönde etkileyecektir.

2000 yıllarında turistik hareketlerini 702 milyona ulaşacağı göz önüne alınması, Türkiye bunda en yüksek payı alabilmesi için önündeki fırsatları iyi değerlendirip, geleceğe yönelik stratejik planlar geliştirmesi gerekir. Gelecek yıllarda Türkiye yüksek orandaki turizm potansiyeli değerlendirebilirse, dünya turizminde büyük pay kapabilir

KAYNAKLAR

KİTAPLAR

- Ağaoğlu Osman Kemal**, Turizm Yatırımlarında Kaynak Kullanımı ve Verimlilik Sorunları, Milli Produktivite Merkezi Yayınları, Yayın No:20, Bursa, 1994
- Akoğlu Tunay**, Turizm Politikası Anahtarı, Ankara, 1967
- Ayözcan Asuman-Önen Oğuzhan**, Türkiye’de Turizm Sektöründe Gelişmeler Ve Turizm Kalkınma Bankasının Rolü, APM50, Araştırma Ve Planlama Genel Müdürlüğü, Ankara, Aralık 1995.
- Barutçugil S. İsmet**, Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, Ankara, 1991.
- Ceylan Ali-İpekyün Ahmet**, Turizmin Türkiye Ve Bursa Ekonomisindeki Yeri, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları, Yayın No:520, Ankara, 1994.
- Çoruh Selahattin**, Genel Turizm Bilgisi, Ankara.
- Dalı Özen**, Turizm Talebi ve Gelirleri, Jans Türk Matbaacılık, Ankara.
- Dinçer Mithat Zeki**, Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisine Turizm, Filiz Kitapevi, İstanbul, 1993.
- Dikmen Orhan ve Diğerleri**, Türkiye’de Turizmin Geliştirilmesi, İktisadi Araştırmalar, İstanbul, 1970.
- Denker Mehmet Sami**, Turizm Türkiye Ekonomisindeki Önemi:Turizm Serbest Bölgeleri ve Serbest Turizm İşletmeciliği, Başbakanlık, Konya, 1997.
- Denizer Dünder**, Turizm Pazarlaması, Yıldız Matbaacılık, Ocak 1992.

- Engin Feridun**, Çarpan Yahut Çoğaltan, Ak Ansiklopedisi, Cilt 1, Ak Yayınları, Semet Matbaa, İstanbul, 1983.
- Eralp Ziya**, Genel Turizm, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, Ankara, 1983.
- Erdoğan Alkın**, Gelir ve Büyüme Teorisi, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, No:46, İstanbul.
- Göksan Ergun**, Turizm Ekonomisi ve İşletmeciliği, Ege Üniversitesi, İzmir, 1968.
- Günay Şevket**, Turizm ve Ekonomisi, Ankara, 1989.
- Güner Ceylan**, Türkiye Ekonomisi ve Turizm, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, Ankara, 1977.
- Gürdal Mehmet**, Turizm Ulaştırması, Türkiye Yatırımcılar Derneği, Adım Yayıncılık, Ankara.
- Hacıoğlu Necdet**, Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 1989.
- Hiç Mükerrerem**, Büyüme Teorileri ve Gelişme Ekonomisi, Elektronik Ofset, İstanbul, 1976.
- İlkin Akın-Dinçer Mithat Zeki**, Turizm Kesiminin Turizm Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, Ekonomik ve Sosyal Sorunlar Çözümler Öneriler Dizisi:2, TOBB, Ankara, 1991.
- Olalı Hasan- Timur Alp**, Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, Ofis Matbaacılık, İzmir, 1986.
- Olalı Hasan-Timur Alp**, Turizm Ekonomisi, İzmir, 1992.

Olalı Hasan, Turizm Teorisi ve Politikası, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir.

Özbilgi Kemal, Turizm Mucizesi, Ankara, 1971.

Parasız İlker, İktisada Giriş Prensipler ve Politikalar, Ezgi Kitapevi, 3. Baskı, Bursa 1995.

Pearce Douglas, Turizmde Gelişme ve Büyüme, New York, 1989.

Robert W. Mc. Intoch-R. Gcelener, Turizm İlkeleri Uygulamaları Felsefesi(Çeviri: Fatma Aylin), İstanbul,1987.

Soley V.Selçuk, Turizmde Yapısal Gelişim, Ankara, 1994.

Toskay Tunca, Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım, Der Yayınları, İstanbul, 1989.

Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi, (Kemer-Alanya), 1995.

Turizm Bakanlığı Yatırımlar genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Turizm Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayısı. Ankara, 1993

Turizm Yatırımcıları Derneği, Turizm Yatırımlarını Ekonomiye Katkıları, İstanbul, 1992.

Turizm Dayanışma Vakfı, Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği.

Uysal Muzaffer, Türkiye'nin Uluslararası Turizm Talebinin Belirleyicileri, Turizm Management, Aralık, 1984.

Ülgener Sabri, Milli Gelir İstihdam ve İktisadi Büyüme, Der Yayınları, 6. Baskı, İstanbul.

Ülken Yüksel, 20yy Dünya Ekonomisi, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, No:403, İstanbul, 1984.

Yaşa Menduh, Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ekonomisi (1923-1978), 6. Baskı, İstanbul, 1984.

MAKALELER

Altınok Serdar, “Türkiye’de Turizm ve Turizm Yatırımları”, **Kontur Dergisi**, Sayı 14, Yıl 4, Aralık 1998-Şubat 1999, Konya.

Andaç Faruk, “Turizm Ve Önemi”, Erciyes Üniversitesi, İİBF, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, **Turizm Dergisi**, Sayı 1, Nevşehir, 1989.

Arslan Mehmet, “Ulusal ve Uluslararası Yatırımcılar Açısından Türkiye’deki Konaklama İşletmelerinin Kredi Yeterliliğinin Belirlenmesinin Önemi: İMKB’de Bir Uygulama”, Turizmin gelişimine İlişkin Ulusala Ve Uluslararası Ölçekler ve Alternatif Öneriler Paneli, 1997.

Baykal Cemil, “Turizmde Fiyatlandırma ve Seyahat Acentalarına Bakış”, 1 Bilkent Turizm Formu, Ankara, 1996.

Berberoğlu C. Macit, “Ekonomik Gelişmede Turizm”, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi, Cilt 10, Sayı:2, Eskişehir, 1998.

Bilkent L, Turizm Formu, 29-30 Kasım 1996.

Dallı Özen, “Tanıtma ve Pazarlama Politikası”, Turizm Bakanlığı Tanıtım Genel Müdürlüğü 1. Tanıtım Şurası, Tebliğler, Ankara, 1992.

Dinçer Füsun, Turizm ve Tanımlanmasındaki Gelişmeler, Türkiye Kalkınma Bankası Turizm Yıllığı, Ankara, 1993.

Dura Cihan, “Turizm ve Turizmin Bir Ekonomideki Yeri-Kavramlar Üzerinde Bir Deneme”, Erciyes Üniversitesi, İİBF, **Turizm Dergisi**, Sayı 1, Nevşehir, 1989.

Ecevit Mehmet, “Turizmin ekonomik Yaşam Üzerindeki Etkisi, Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Araştırması”, Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Ankara, 1995.

Ekinci Yüksel-Ekinci Arzu, “Turizm Amaçlı Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türkiye Ekonomisine Etkileri”, Türkiye Kalkınma Bankası, Turizm Yıllığı, Ankara, 1993.

İçöz Orhan, “Turizm Sektöründe Plan ve Planlamanın Önemi”, Türkiye Kalkınma Bankası, Turizm Yıllığı, Ankara, 1993.

İçöz Orhan, “2000’li Yıllara Doğru Türkiye’nin Dünya ve Avrupa Turizmindeki Yeri”, Türkiye Kalkınma Bankası, Turizm Yıllığı, Ankara, 1994.

Gökdemir Ayhan, “Dünyadaki Yeni Yapısal Değişikliklerin Uluslar arası Turizm Hareketlerine Yansıması ve Türkiye”, Türkiye Kalkınma Bankası, Turizm Yıllığı, Ankara, 1994.

Gür Turgut, “Turizm Tanıtım ve Pazarlamasında Özel Sektörün ve Yerel Kuruluşların Rollerini”, Turizm Bakanlığı tanıtım Genel Müdürlüğü 1. Tanıtım Şurası, Tebliğler, Ankara, 1992.

Kozak Metin, “Türkiye’de İç Turizm Hareketleri Geliştirilmesi İçin Çözüm Önerileri”, Türkiye Kalkınma Bankası, Turizm Yıllığı, 1994.

Köletavitoğlu Tavit, “Turizm İşletmelerinde Fiyat Uygulamaları”, 1.Bilkent Turizm Formu, Ankara, 1996.

Kuru Selahattin, “Oteller için Bilgisayar Sitemi Seçerken İzlenecek Yol(Tebliğ)” Tugay’ın Düzenlediği Turizm Sektörü Bilgisayar Semineri, İstanbul, 1992.

Nobert Spichtinger, “Dünya Konaklama Enstitüsünde Yenilikler”, Otel Yönetimi Semineri, Tebliğ, İstanbul, 1984.

- Olalı Hasan**, “Turizmin Sağladığı Dışsal Yararlar”, Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, Yıl 1, Kasım 1983.
- Sarun Sadi**, “Türk Turizm Sorunları ve Yönetmelikleri”, Yeni İl Dünya, Sayı:46, 1983.
- Seyitoğlu Halil**, “Uluslararası İktisat Teorisi Politika ve Uygulama”, 9.Baskı, İstanbul, 1993.
- Tentur Erdinç**, “Türkiye’de Turizm Sektörü Gelişimi”, Anadolu Üniversitesi, İ.İ.B.F Yıllık, Eskişehir, 1990.
- Timur Alp**, “Ekonomik Kararların Turizm Açısından Değerlendirilmesi”, AİSEC, Türkiye’de Turizm Sempozyumu, İzmir, 1980.
- Timur Alp**, “Turizmde Tanıtma-Talep Yaratma ve Turist Çekme Faaliyetleri Planlamasında Kamu Sektörünün Yeri”, Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü 1. Tanıtım Şurası, Tebliğler, Ankara, 1992.
- Timur Alp**, “Turizm Sektöründe Enflasyon Sorunu”, Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Sayı 1. İzmir, 1992.
- Toskay Tunca**, “Turizm Otel Yönetimi Semineri”, Tebliğ, 21-24 Şubat, İstanbul, 1984
- Tuter Erdinç**, “Türkiye’de Turizm Sektörü Gelişimi”, Anadolu Üniversitesi Afyon İ.İ.B.F Yıllık, Eskişehir, 1990.
- Türkeri Yılmaz**, “Türk Turizmi ve Turizm Yatırımcıları Gelişimi ve Geleceği”, 1.Bilkent Turizm Formu, Ankara, 1996.
- Ünlüsoy M. Fatih**, “Ekonomik Boyutları İle Turizm Çevre İlişkisi”, Banka ve Ekonomik Yorumlar, Yıl:27, Sayı:7, Temmuz 1990.

Yılmaz Cevdet, “Türkiye’de Turizmin Geliştirilmesi ve Turizm Gelirlerinin Arttırılmasında Batı Avrupa’daki İşçilerimizden Yararlanma İmkanları”, Türkiye Kalkınma Bankası, Turizm Yıllığı, Ankara, 1996.

Yüksel Öznur, “Turizm Çarpanı”, Erciyes Üniversitesi, İİBF, Nevşehir, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Turizm Dergisi, Sayı 1, Nevşehir, 1989.

Wanhill Stephen R.C., “Turizmde Ne Tür Yatırım Teşvikleri Kullanılmalıdır”, Turizmden Seçme Makaleler 2, No:6, İstanbul, 1989.

GAZETELER-BROŞÜRLER-BÜLTENLER

Altan Mehmet, “Mavi Altın”, Sabah Gazetesi Köşe Yazısı, 21 Ağustos 1997.

Dallı Özen, 1.Tanıtım Şurası, Tebliği, T.C. Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara, 1992.

Eskioğlu Faruk, “Kuntay Turizm Artık Kendi Kendine Gitmez”, Hürriyet Gazetesi Ekonomi Sayfası, 28 Şubat 1999.

Öztürk Yüksel, “Turizmi Geliştirmek İçin Stratejik Bir Plan”, Ankara, 1994.

TARGET A.Ş., “Turizm Sektörü Temel Araştırma”, Ankara, 1991.

TEZLER

Beşir Muharrem, Turizm Yatırımları ve Harcamalarının Ekonomiye Direkt ve Endirekt Etkileri, T.C. Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı (Uzmanlık Tezi), Ankara, 1993.

Cengiz Melek, Turizm Fiyat Endeksleri: Yapısı, Kurulması, Uygulamaları ve Türkiye’deki Olanakların İncelenmesi, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü, Ankara, 1992.

İçöz Orhan, Turizmin Bölgesel Ekonomik Etkileri ve Kuşadası Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,(Basılmamış Doktora Tezi) İzmir, 1987.

Kutluata Münir, Turizm Pazarlaması ve Turizmde Aracı Kuruluşlar (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, İstanbul, 1977.

Mutluer Nermin, Turizme Verilen Teşvikler ve Teşviklerin Etkinliği, Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, Ankara, 1992.

Timur Alp, Turizmin Ekonomik Etkileri ve Türkiye Bakımından Değerlendirme (Doçentlik Tezi), Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi, İzmir, 1986.

Şahin Adem, İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründe Gelişmelerin Değerlendirilmesi, TOBB, (Uzmanlık Tezi), Ankara, 1992.

DİĞER YAYINLAR

Ana Britanica, Ana Yıllık1993, İstanbul, 1993.

DPT, İkinci V. Yıllık Kalkınma Planı, Turizm Sektörü Raporu, Yayın No:DPT 567, Ankara, 1968.

DTP, Beşinci V Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989), Yayın No:1975, Ankara, 1995.

DTP, Altıncı V Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), Ekonomik Ve Sosyal Göstergeler, Ankara.

DTP, Yedinci V Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), 1998 Yılı Destekleme Çalışmaları, Ankara.

DTP, 1985 Yılı Programı, Yayın No:1981, Ankara, 1985.

DPT, 1993 Yılı Destekleme Çalışmaları.

Maliye ve G  mr  k Bakanlığı, Yıllık Ekonomik Rapor, 1991.

Maliye Bakanlığı, Yıllık ekonomik rapor, 1994.

Maliye Bakanlığı, Yıllık Ekonomik Rapor, 1995.

Maliye Bakanlığı, Yıllık Ekonomik Rapor, 1997.

Maliye Bakanlığı, Yıllık Ekonomik Rapor, 1998.

Merkez Bankası S  reli Yayınlar, Otel ve Restoranlar, İnternet Sayfası, Yazı Dizisi, 1998.

T.C. Turizm Bankası, Turizm Yatırımlarına İlişkin Tedbirler ve Uygulama Esasları,
Ankara, 1988.

TOBB İktisadi Rapor 1990, Semih Ofset Matbaa, Ankara, 1990.

Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel M  d  rl  ğ , Turizm 1989.

Turizm Bakanlığı 1993 Yılı B  t  e Raporu.

Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri, Ulaştırma Genel M  d  rl  ğ  Araştırma ve
Değerlendirme Dairesi, Yayın No:992/4, Ankara, 1992.

Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel M  d  rl  ğ  Araştırma ve Geliştirme Dairesi
Başkanlığı, Turizm İstatistikleri B  lteni, 1997.

Tourism Market Trends, D  nya Turizm Organizasyonu (WTO), 1998.

Turizm Politikası ve İnternasyonel Turizm Member Countries, 1976, (Alıntı: T  rkiye
Ekonomisi ve Turizm, Tanıtma Bakanlığı Turizm Planlama Genel M  d  rl  ğ 
Yayınları)