

**TÜRK TURİZMİNİN GELİŞİMİ
EKONOMİYE KATKILARI ve SORUNLARI**

98897

Fatih Budak

**İnönü Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**TC. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

**Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav
Yönergesi'nin**



**İktisat Anabilim Dalı için öngördüğü
BİLİM UZMANLIĞI TEZİ
olarak hazırlanmıştır.**

**MALATYA
Şubat, 2000**

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

İş bu çalışma, jürimiz tarafından İktisat Anabilim Dalı'nda
BİLİM UZMANLIĞI TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Adı, Soyadı ve Ünvanı

Üye

Adı, Soyadı ve Ünvanı

Üye

Adı, Soyadı ve Ünvanı

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu
onaylarım.

...../...../200...

İmza

Adı, Soyadı ve Ünvanı

.....

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Olayların, tarih süreci içerisindeki akışı ve teknolojinin gelişmesiyle, insanların Dünya üzerindeki yer değiştirmelerinin yönü ve içeriği de değişmiştir. Bu noktadan hareketle, barışın ve teknolojinin çocuğu olduğu kabul edilen turizm; günümüzde adından sıkça bahsedilen bir sektör halini almıştır.

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 özelliği kazanmıştır.

Bugün ulaştığı aşamada Türkiye, turizm sektörünü kalkınmanın vazgeçilmez unsurlarından biri olarak görmek ve buna uyumlu bir ekonomik model oluşturmak zorundadır. Turizmde, mal ve hizmetlerin talep edenlere ulaştırılması gibi bir durum sözkonusu olmayıp, aksine talep edenlerce yerinde tüketimi sözkonusudur. Böylece, ihracı mümkün olmayan tarihi, doğal ve kültürel zenginlikler birer gelir kaynağı olmaktadır.

Bu çalışmada; turizmin sektörünün ülke kalkınmasındaki rolünün ve büyüklüğünün ne olduğu; turizmin gelişmekte olan ülkemiz ekonomisine reel anlamdaki katkısının hangi boyutlarda olduğu; ülkemizin turizm sektörüne ne oranda ihtiyacı olduğu ve Türk turizm sektörünün de hangi konularda ve ne tür çözümler beklediği yönündeki sorulara yanıt aranmaktadır.

Buradan, bu çalışmanın ortaya çıkma süreci boyunca, maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen, başta annem ve abilerime teşekkür ve saygılarımı sunarım. Yine, bu çalışmanın oluşumunda görüş, tavsiye ve değerlendirmelerde bulunan, danışmanım Yrd. Doç. Dr. Ali ŞEN'e de teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Malatya

Fatih BUDAK

Şubat, 2000

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	IV
TABLOLAR LİSTESİ.....	IX
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİZM, TURİZMİN TARİHİ VE TURİZMİ DOĞURAN SEBEPLER	4
1.1. Turizmin Tanımı	4
1.2. Turizmin Tarihsel Gelişimi	6
1.2.1. İlk Çağlarda Turizm.....	6
1.2.2. Orta Çağda Turizm	8
1.2.3. Yakın Çağda Turizm.....	9
1.2.4. XX. Yüzyılda Turizm	11
1.3. Turizmi Doğuran Sebepler	12
1.3.1. Merak	13
1.3.2. Din	13
1.3.3. Kültür ve Eğitim	14
1.3.4. Dinlenme ve Eğlenme.....	14
1.3.5. Spor	15
1.3.6. Sağlık	15
1.3.7. Diğer Sebepler	16

İKİNCİ BÖLÜM

2. TURİZMİN FONKSİYONLARI	17
2.1. Turizmin Ekonomik Fonksiyonları	17
2.1.1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi	18
2.1.2. Turizmin Milli Gelire Etkisi	22
2.1.3. Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi	26
2.1.4. Turizmin İstihdam Etkisi	27

2.1.5. Turizm ve Ekonomik Kalkınma	31
2.1.6. Görünmeyen İhracat Olarak Turizm.....	33
2.1.7. Bölgelerarası Dengeli Kalkınmada Turizm	35
2.1.8. Turizmin Altyapı ve Üstyapı Yatırımlarına Etkisi	36
2.1.9. Turizmin Ekonomik Sektörlere Etkisi	37
2.1.9.1. Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi.....	38
2.1.9.2. Turizmin Sanayi Sektörüne Etkisi.....	39
2.1.9.3. Turizmin Hizmetler Sektörüne Etkisi.....	40
2.1.10. Turizm-Enflasyon İlişkisi	41
2.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	42
2.2.1. Fırsat Maliyeti	43
2.2.2. Turizme Aşırı Bağımlılık	44
2.2.3. Yabancı İşgücü Gereksinmesi	44
2.2.4. Mevsimlik Dalgalanma	45
2.2.5. İthalat Eğilimindeki Artış.....	46
2.3. Turizmin Diğer Fonksiyonları	47
2.3.1. Turizmin Sosyal Fonksiyonu.....	47
2.3.2. Turizmin Politik Fonksiyonu.....	47
2.3.3. Turizmin Siyasal Fonksiyonu.....	48
2.4. Turizm ve Toplumsal Çevre	49
2.4.1. Turizmin Olumlu Toplumsal Etkileri.....	50
2.4.2. Turizmin Olumsuz Toplumsal Etkileri	52
2.5. Turizm ve Fiziksel Çevre.....	54
2.5.1. Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumlu Etkileri.....	55
2.5.2. Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri.....	56
2.5.3. Turizmde Sürdürülebilir Gelişme.....	58

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE'DE TURİZM.....	60
3.1. Türkiye'de Turizmin Tarihsel Gelişimi	60
3.2. Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Turizm.....	62
3.2.1. Planlı Dönem Öncesi	62
3.2.1.1. 1923-1930 Dönemi.....	62
3.2.1.2. 1931-1939 Dönemi.....	62
3.2.1.3. 1940-1949 Dönemi.....	63
3.2.1.4. 1950-1962 Dönemi.....	63
3.2.2. Planlarda ve Planlı Dönemde Turizm	65
3.2.2.1. I. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)	65
3.2.2.2. II. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972).....	66
3.2.2.3. III. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977).....	68
3.2.2.4. 1978 Programı	69
3.2.2.5. IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983).....	70
3.2.2.6. V. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1984-1989).....	72
3.2.2.7. VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994).....	74
3.2.2.8. 1995 Geçiş Programı	76
3.2.2.9. VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)	76
3.2.3. Planlı Dönemde Türkiye Turizminin Değerlendirilmesi	78

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE TURİZMİN YERİ	80
4.1. Turizm Yatırımları	80
4.1.1. Altyapı Yatırımları.....	80
4.1.2. Konaklama Tesisleri Yatırımları.....	80
4.1.3. Diğer Hizmet Tesisleri Yatırımları	81
4.2. Turizm ve Dış Ödemeler Dengesi	84
4.3. Turizm ve Milli Gelir	88

4.4. Turizm ve İstihdam.....	90
4.5. Türk Turizminin Dünya Turizmi İçindeki Yeri.....	91
4.5.1. Turizmin Genel Olarak Dünyadaki Yeri.....	91
4.5.2. Turizmin Avrupa Birliği İçindeki Yeri	93
4.5.3. Türk ve Dünya Turizminin Karşılaştırılması	94

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI.....	96
5.1. Pazarlama Sorunu.....	96
5.2. Turizm Planlaması Sorunu	97
5.3. Çevre Sorunları.....	98
5.4. İç Turizmin Geliştirilmesi	99
5.5. Turizmin Çeşitlendirilmesi Sorunu	100
5.6. Mevsimlik Yoğunlaşma Sorunu	101
5.7. Ulaştırma Sorunu.....	101
5.8. Turizm Politikasının Oluşturulamaması Sorunu	102
5.9. İşletmecilik Sorunları	103
5.10. Turizm Bilincinin Oluşturulması Sorunu.....	104
5.11. Altyapı ve Kıyı Yoğunlaşması Sorunu.....	105
5.12. Örgütlenme Sorunu	106
5.13. Terör Sorunu.....	106
5.14. Sosyo-Ekonomik ve Siyasal Gelişmelerden Doğan Sorunlar	107
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	108
BİBLİYOGRAFYA.....	114
KİTAPLAR	115
MAKALELER	120
İSTATİSTİKLER, RAPORLAR VE RESMİ YAYINLAR	125

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 2.1. Dış Turizm Bilançosu.....	21
Tablo 4.1. Tesis ve Yatak Kapasiteleri	81
Tablo 4.2. Turizmin Sabit Sermaye Yatırımları İçerisindeki Payı	83
Tablo 4.3. Yatırım Teşvik Belgelerinin Sektörel Dağılımı	83
Tablo 4.4. Turizm ve Dış Seyahat Gelir ve Giderleri.....	86
Tablo 4.5. İşçi Dövizleri, İthalat ve İhracata Oranları	87
Tablo 4.6. Cari İşlemler Dengesi	87
Tablo 4.7. Ülkemize Gelen Yabancı, Yurtdışına Çıkan Vatandaş ve Turizmin GSMH'daki Payı.....	89
Tablo 4.8. Turizm İstihdamının Gelişimi	91
Tablo 4.9. Uluslararası Turist Varışları ve Gelirlerinin Bölgesel Dağılımı (1993)....	92
Tablo 4.10. Türkiye ve Bazı Avrupalı Rakipleri (1972-1996)	93

GİRİŞ

Günümüzde ekonomik ve toplumsal bir olay haline gelen turizmin yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde ve özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu durum, yalnız uluslararası turizm hareketlerinden büyük pay alan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önemi arttırmaktadır.

Turizm, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızla gelişmiş, daha geniş halk kitlelerine ve uzak mesafelere yayılmıştır. Ulusal ve uluslararası düzeyde kazandığı dev boyutlarla, turizmin, yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz sağlayan, yeni istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, siyasal bakımdan da önemli toplumsal ve insani fonksiyonları başaran bir nitelik kazanması, ülkelerin dikkatinin bu ekonomik olay üzerinde yoğunlaşmasına yol açmıştır.

Kısaca önemini vurgulamaya çalıştığımız turizm, Dünya'da olduğu kadar, Türkiye'nin gündeminden inmeyen, bazen karamsarlığa yol açan, bazen de "patladı" diye umut saçı ve gelecekte de kendinden sıkça sözedilecek olan bir sektördür.

Turizmin bu denli yararlarına ve ülkemizdeki son yıllardaki olumlu gelişmelerine rağmen, sahip olduğu turistik potansiyele karşılık, Türkiye'nin Dünya'daki ve Akdeniz havzasındaki pazar payı oldukça düşüktür. Dünya turizminin odak noktalarından birini oluşturan Türkiye, Dünya turizminde, gelen turist sayısı ve turizm gelirleri açısından ancak % 1.8 gibi çok küçük bir paya sahiptir.

Potansiyelinin büyük olmasına rağmen, dünya turizminden aldığı pay çok düşük olan Türkiye'nin, bugüne kadar uyguladığı veya uygulamak istediği politikalarında yeterince başarılı olamadığını artık açıkça görmesi gerekmektedir. Başka bir deyişle, ürün mevcut ve satılmıyorsa (ki içinde bulunduğumuz dönem budur), tek çıkar yol mevcut ürünün satışını temin edecek yeni politikaları üretmek, Asya krizi, Apo sorunu, Kosova Savaşı gibi çeşitli siyasi, ekonomik ve terör mazeretlerinin arkasına sığınmadan, bu sorunları gözardı ederek geliştirilen politikaları, uygulamaya koymaktır. Ancak turizm, bir sistem içinde dikkate alınmadığı, uygun politikaları saptanmadığı ve iyi yönetilmediğinde; ödemeler dengesi açıklarını büyüten, ekonomide ve istihdamda düzensizliklere neden olan, doğal ve sosyal çevreyi olumsuz şekilde etkileyen bir faktör olabilecektir.

Turizmin olumsuz etkilerini azaltmak, buna karşılık olumlu etkilerinden optimum düzeyde yararlanmak için, soruna çok yönlü bir sistem, plan ve politikalar içinde yaklaşım yapmak ve böyle bir yaklaşıma dayanan uygulamalara girişmek zorunluluğu vardır.

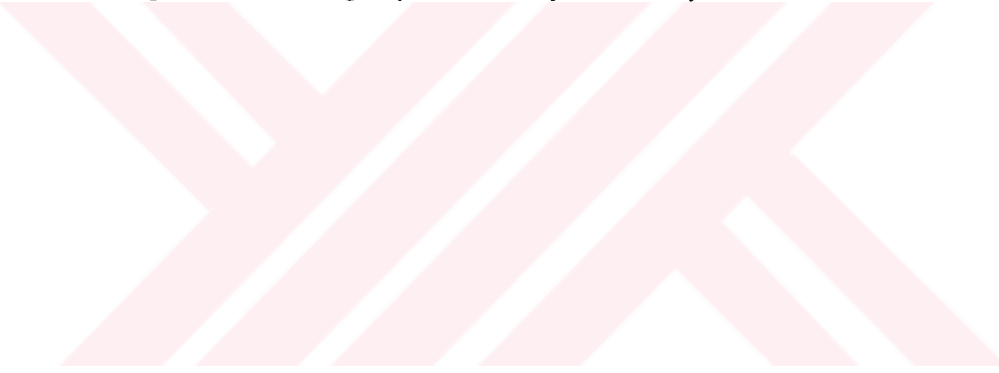
Bu çerçeve içinde gerçekleştirilen ve beş bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde, turizm kavramı ve tanımı ele alınarak, tarihsel gelişimi aktarılmış ve turizmi doğuran sebepler işlenmiştir.

İkinci bölümde, turizmin fonksiyonları başlığı altında, turizm sektörünün olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri araştırılıp; sosyal, politik ve siyasi fonksiyonları izah edilmiştir. Yine bu bölümde, turizmin toplumsal ve fiziksel çevreye olan etkileri, zıt yönleriyle ele alındıktan sonra, son olarak, turizmde sürdürülebilir gelişme konusuna temas edilmiştir.

Üçüncü bölümde ise, Türkiye'de turizmin tarihsel gelişimi, planlı dönem öncesi ve planlı dönem olmak üzere ikiye ayrılarak izah edilmiş ve bölüm sonunda planlı dönemin bir değerlendirilmesi yapılmıştır.

Turizm sektörünün Türk ekonomisindeki yerinin araştırıldığı dördüncü bölümde; sektörün yatırımları, yatırımlar içindeki payı, dış ödemeler dengesi, milli gelir ve istihdam gibi ekonomik büyüklükler içerisindeki payının ne olduğu, ulaşılan kaynakların imkan verdiği oranda, tablolar ve rakamlar yardımıyla ortaya konmuştur. Yine bu bölümde, Dünya turizminin genel gelişimini ve Avrupa Birliği'nde turizmin durumunu ortaya koyarak, ülkemizle karşılaştırma yapılmasına imkan tanıyacak verilere yer verilerek, Türk turizm sektörü özellikle bazı Avrupalı rakipleriyle mukayese edilmiştir.

Beşinci ve son bölümde ise, Türkiye'de turizm sektörünün sorunları, bu sorunların sebepleri, çözüm önerileri ve sorunların giderilmesiyle ülke turizmimizde görülebilecek gelişmeler ortaya konmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİZM, TURİZMİN TARİHİ VE TURİZMİ DOĞURAN SEBEPLER

1.1. Turizmin Tanımı :

F. W. Ogilvie turizmi gelirin elde edildiği ve tüketildiği mahaller arasındaki bağ yönünden ele alarak turisti şöyle tanımlamaktadır.

“.....Bir yıldan az olmak kaydıyla, daimi ikamet yerinden uzak bulunma ve bu süre içinde ziyaret ettiği mahalde kazanmadığı (başka yerde kazandığı) parayı harcama gibi iki şartı yerine getiren kişi turisttir.....”¹

Tanım incelendiğinde Ogilvie’ye göre önemli olan, gelirin elde edildiği yer ile harcadığı yerin ayrı, ziyaret edilen yerdeki kalma süresinin bir yıldan az olmasıdır.

A. J. Norval ise turisti şöyle tanımlıyor;

“.....devamlı kalma veya bir iş faaliyeti dışında herhangi bir sebeple yabancı bir ülkeye seyahat eden ve bu ülkedeki geçici kalışları sırasında başka bir yerde kazandıkları parayı harcayan kişiler turist sayılır.....”²

Norval yabancı ülkeye seyahat edenleri ve seyahat ettikleri ülke dışında kazandıkları parayı harcayanları turist olarak kabul ederek, daha çok konunun ekonomik yönünü ağırlık verildiği gözlenmektedir. Bu tanımda turizm olayı ile ilgili iktisadi olmayan faktörler tamamen ihmal edilmiştir.

Farklı bir bölge veya ülkeden gelen kişinin kalma süresini gözönüne alarak yapacağımız tanım da farklı ülke veya bölgeden gelen ziyaretçinin geldiği ülke veya bölgenin sağladığı konaklama tesislerinde 24

¹ TOSKAY, Tunca. **Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım**. Der Yayınları, İstanbul: 1983, s.25

² TOSKAY, Tunca. A.g.e., s.25

saatten fazla kalan veya geceleyenlere turist denilmektedir. Ziyaret ettiği ülkede 24 saatten az kalan veya gecelemeleyen ziyaretçilere ise ekskürsionist (günübirlikçi) denir.³

Turizmin tanımı sanıldığı kadar kolay değildir. Özellikle de çok yönlü özelliği, herkes tarafından kabul edilebilecek bir tanımın yapılmasını zorlaştırmaktadır.

“.....Herhangi bir yerde geçici olarak bulunan ve oraya yerleşmemiş insanlarla oranın yerlileri arasındaki ilişkilerin bütünü turizmdir.....”⁴

Bu tanımda turizm olayını turistle turistin seyahat ettiği mahaldeki insanların ilişkilerinin oluşturduğu ifade edilmektedir.

Bir başka tanıma göre turizm, hızlı bir sanayileşme ve şehirleşme süreci içerisinde, beden ve ruh sağlığı açısından dinlenme, kendini yenileme ve zenginleştirme gereksinimini karşılayan sosyal, kültürel ve beşeri bir hizmettir. Bazı yazarlara göre turizm, insan psikolojisinin sonucu olarak ortaya çıkan yer değiştirme, kaçma, uzaklaşma olayıdır.⁵

Kuramsal açıdan turizm şöyle tanımlanabilir; Para kazanma amacı olmaksızın, bir yerde devamlı kalmamak şartıyla insanların devamlı oturdukları yerlerin dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalardan meydana gelen faaliyetlerin tümüdür.

Yukarıda verilen turizm ile ilgili tanımlarda turizmin ekonomik yönü dikkate alınmaktadır. Oysa turizm, ekonomik yönü daha ağır basan faaliyetler toplamıdır.

Turizmin tanımı içerisinde şu özellikler girebilir;

³ Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası A.Ş. Akdeniz Havzasında Turizmin Gelecekteki Durumu İle İlgili Araştırma. İstanbul, Kasım 1977, s.1

⁴ TOSKAY, Tunca. A.g.e., s.27

⁵ AKOĞLU, Tunay. Turizm Politikasının Anahtarları. Ankara: 1967, s.1

- Turizm öncelikle bir seyahat olayıdır. Ancak sözkonusu seyahat, kişilerin kendi oturdukları yerin dışında olmakta ve devamlı yerleşim amacını taşımamaktadır.

- Seyahat kişilerin kendi arzularıyla gerçekleşmekte ve tamamen serbestiyet söz konusu olmaktadır.

- Yine seyahat ticari veya siyasi bir amaçla yapılmamaktadır. Bu nedenle eğlence, din, spor, sağlık, eğitim, kültür, çevreden uzaklaşma, yeni yerler bulma ve görme amacıyla yapılan seyahatler turizm olarak ifade edilmektedir.

- Turizm, seyahat edenlerin seyahatlerinin başlangıcından sonuna kadar, tüm gereksinimlerine cevap veren organizasyonları da kapsamaktadır.

Turizm literatüründe sık kullanılan bir kavram da “turistik”dir. Bu kavram, kısaca turizmle ilgili bütünleşme olarak ifade edilebilir. Turizm faaliyetlerini kapsayan her olay mal ve hizmetler, tesisler, turistik kavramıyla ifade edilebilir.⁶

1.2. Turizmin Tarihsel Gelişimi

1.2.1. İlk Çağlarda Turizm

Turizm olayını tam anlamıyla kavrayabilmek ve değerlendirebilmek için turizmin geçmiş yüzyıllardaki durumunu ve tarihsel gelişimini bilmek gerekir.

Turizm olayının başlangıcı; yazıyı, parayı ve tekerliği ilk bulan, ticareti başlatan ve ticari ilişkilerde parayı ilk kullanan Sümerler’e, yani M.Ö. 4000 yıllarına kadar geriye götürebilir. Fenikelilerin de bugünkü anlamda ilk gezginler olduğu söylenebilir. Daha çok ticaret amacıyla yola çıkan bu denizci

⁶ CEYLAN, Ali ve Ahmet İPEKYÜN. **Turizmin Türkiye ve Bursa Ekonomisindeki Yeri**. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Yayını, Bursa: 1986, s.17

insanlar çok sayıda yerleri dolaşmışlardır. Benzer şekilde, Çin'de ve Hindistan'da ilk geziler genellikle ticari amaçlı olmuştur. M.Ö. 3000 yıllarında Mısır, ünlü piramitleri ve tapınakları nedeniyle gezginlerin yoğun ilgisini çeken bir ülke olmuştur.

Eski Yunan'da M.Ö. 700 yıllarında Olimpiyat oyunlarını başlaması, dünya turizm tarihi içinde önemli bir olay olarak kabul edilir. Bu oyunlara katılmak ve izlemek amacıyla yapılan seyahatler sportif turizmin başlangıcı sayılabilir. Anadolu'da Efes Demokratik Şehir Devleti'nin M.Ö. 334 yılında Büyük İskender tarafından kurulmasından başlayarak yoğun bir ilgi çektiği ve yalnızca tek bir mevsimde 700.000 kişi tarafından ziyaret edildiği bilinmektedir. Bu çağda Efes; tiyatrosu, kütüphanesi, çarşısı, caddeleri ve eğlence yerleriyle eski dünyanın bilinen en önemli kültür, sanat, ticaret ve uygarlık merkezlerinden biri durumundaydı.⁷

Yunanlı tarihçi ve coğrafyacı Herodot M.Ö. 480-421 arasında ülkesinin ilk turist ve seyyahlarından biri olmuştur. Kendisi gezdiği yerlerin adetlerini ve geleneklerini öğrenmeye çalışmıştır. Böylece Herodot, kültür turizmi denilen turizmin öncüsü sayılmaktadır.

Romalılar'ın zevk, sağlık, görev ve ticaret amacı ile çok yoğun biçimde seyahat ettikleri, turizmin bu dönemde çok geliştiği söylenebilir. Olimpiyat oyunlarının ziyaretçileri arasında Romalılar en ön sıralarda yer almaktaydılar. Roma İmparatorluğu'nun güçlü dönemlerinde turizmin yaygınlaşmasının nedenlerine kısaca değinmek yerinde olacaktır. Asillerin köle çalıştırmaları, kendilerinin üretime katılmamaları, imparatorluğun hakimiyetindeki geniş topraklardan büyük iktisadi kaynakların Roma'ya akması, Romalı asillere hem boş zaman, hem de istedikleri gibi harcayabilecekleri yüksek gelir sağlamıştır. Bu durumda turizmin ön koşulu

⁷ BARUTÇUGİL, İsmet. *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. Beta Yayınları, İstanbul: 1986, s.11

olan boş zamanı ve turizme tahsis edilebilecek geliri Romalı asillere fazlasıyla sağlıyordu.

Ulaştırma, her zaman her türlü seyahatin gerçekleştirilebilmesi için en önemli ön şartı teşkil etmiştir. Roma İmparatorluğu döneminde, yol şebekesinin her bakımdan yeterliliği, yardımcı tesislerin bulunması bu şartı yerine getirmektedir.

Seyahatlerin ve turizmin gelişebilmesi için önemli faktörlerden birisi de güvenlidir. Yolculuk ve konaklama sırasında kişilerin can ve mal güvenliğinin sağlanması gereklidir. Yine Roma İmparatorluğu güçlü döneminde bu güvenliği sağlamıştır. Bütün bu faktörler bu dönemde Roma'da turizmin büyük ilgi görmesine sebep olmuştur.

1.2.2. Orta Çağda Turizm

V. Yüzyılda Roma İmparatorluğunun çöküşü, zevk amacıyla seyahatin de çöküşü olmuştur. Orta çağda, Avrupa'nın karanlık döneminde yalnızca maceracı insanlar seyahat edebilmişlerdir. Avrupa'da feodal düzenin hakim olması sonucu derebeyleri güvenliğin sağlanması için yeterli olamıyorlardır.

Bu çağın ilk yarısındaki turizme damgasını vuran dini turizm hareketidir. Farklı dinlere mensup insanlar büyük gruplar halinde kendi dinlerince kutsal sayılan ve ziyaretini emredilen yerlere akın etmişlerdir.

Orta Çağın en önemli seyahat olaylarından biri de Haçlı Seferleridir. Haçlı Seferleri askeri yönü ile konumuz dışında kalmakla beraber, doğudan batıya kalıcı etkileri olan kültürel bir akımın oluşmasına yol açmıştır.

Orta Çağın bilinen en ünlü gezginleri arasında Batı'da Marco Polo'nun, İslam dünyasında ise İbn Batuta'nın isimlerini belirtmek gerekir.

Marco Polo 1271-1295 yılları arasında Asya'ya yaptığı seyahatle ilgili olarak 1307'de yayınladığı kitabında, Çin'den överek bahsetmiştir. Bu kitap yalnız Venedikliler arasında değil, dünyanın diğer aydınları arasında da merak uyandırarak, Venedik'ten deniz yoluyla yapılan seyahatlerin artmasına yol açtı.

1.2.3. Yakın Çağda Turizm

1492'de Kristof Kolomb'un Amerika Kıtası'na, Vasco de Gama'nın 1497'de Ümit Burnu etrafından Hint Denzine ve 1520'de Macellan'ın denizden yaptığı ilk dünya turları, yeni seyahat yörelerinin keşfedilmesi değil, yeni sömürge yerlerinin ve ticaret yollarının keşfedilmesidir. Bu tür seyahatler ekonomik kazanç için yapılmış maceralar olarak da değerlendirilebilir.

Osmanlı İmparatorluğu'ndan ise, bu çağda daha çok fetih amaçlı hareketler görülmekte ve bunun neticesinde varılan yerle kültür alış-verişi yaşanmıştır. Özellikle 1517 Çaldıran Seferiyle kutsal emanetler Mısır'dan İstanbul'a getirilmiş ve bu emanetler bu zamanlardan günümüze kadar yerli ve yabancı turistlerin yoğun ilgisini çekmektedir.

16. yüzyılda Orta Avrupa'dan başlayarak tüm kıta Avrupa'sında kullanımı yaygınlaşan atlı arabalar, özellikle varlıklı kişiler arasında, seyahatlerin tekrar yoğunlaşmasına yol açmıştır. Aynı dönemlerde, İngiltere'de aristokratlar çocuklarını Avrupa'ya yeni düşünceleri öğrenmek ve Avrupa halklarının kültürlerini, politik sistemlerini ve görüşlerini incelemek üzere göndermişlerdir.

Bu dönemde bir gelişme de, Eski Yunan ve Roma İmparatorluğu'nda çok yaygın olan kaplıca turizminin yeniden canlanmasıdır. Kaplıca yöreleri yalnız sağlık kaynağı olarak değil, sosyal olaylar, oyunlar ve

eğlence ile de çekicilik kazanmıştır. Daha sonraları, deniz banyolarının kaplıcalardan daha yararlı olduğu inancının giderek yaygınlaşması sonucu kıyılardaki yerleşim bölgeleri de turizme açılmıştır.⁸

Kültür merkezlerini ve büyük şehirleri görme isteğinin kuvvetlenmesi üzerine olacak ki, 1627’de bir Fransız Papazı Yabancılar Seyahat Rehberi adıyla bir kitap yayınlamıştı. Bu kitapta, Paris’e giden yollarla bu yollar üzerindeki şehirler hakkında bilgiler verilmekte, Paris anlatılmakta ve eğlence yerlerinin özellikleri canlandırılmaktaydı.⁹

1830’larda demiryolu taşımacılığının gelişmesi ve buhar gücü ile çalışan gemilerin hizmete girmesi, zevk amaçlı seyahatin geniş kitleler arasında yaygınlaşmasında önemli rol oynamıştır.

1814’de İngiltere’de Thomas Cook 12 mil uzaklıkta düzenlenen bir festivale 570 kişilik bir grubu götürmesi, ticari amaçla yapılan ve reklam yoluyla halka duyurulan ilk toplu tren seyahati olarak kabul edilir. Bunun doğal sonucu olarak Thomas Cook turizmin ilk organizatörü olarak bilinir.

Dünyada ilk düzenli gemi işletmeciliğinin 1838’de New York’tan İngiltere’ye 68 yolcu ile sefer yapan Great Western ile başladığı bilinir. Bu yıllardan itibaren turistik amaçlı gemi ile seyahat büyük ilgi görmüş ve bu ilgi Birinci ve İkinci Dünya Savaşları yıllarındaki duraksamalarla 1950’lere kadar sürmüştür.

XIX. yüzyılın ikinci yarısında Avrupa’da seyahatlerin yoğunlaştırılması üzerine konaklama kuruluşları yeni bir endüstri dalı olarak örgütlenmeye başlamıştır. Bu dönemin turistleri olan tüccarlar, sanayiciler ve soyluların kalabileceği lüks ve çok pahalı saray oteller hızlı bir gelişme göstermiştir. Birinci Dünya Savaşı sonrasında orta gelir düzeyindeki yeni

⁸ BARUTÇUGİL, İsmet. A.g.e., s.12

⁹ ÇORUH, Selahattin. **Genel Turizm Bilgisi**. Güven Matbaası, Ankara: 1969, s.3

turist topluluklarının isteklerine ve ödeme güçlerine uygun konaklama işletmeleri gelişmiştir. II. Dünya Savaşı'nı izleyen yıllarda ise bu alanda büyük gelişme yaşanmış ve bir otelcilik anlayışı tüm dünyada hızla yaygınlaşmıştır.¹⁰

Turizm olayı ile bilimsel şekilde ilgilenilmeye XIX. yüzyılın ikinci yarısı içerisinde başlanmıştır. Çünkü turizm bu yıllarda gösterdiği gelişmeyle, bilim adamlarının ilgisini çekecek bir büyüklüğe ve cazibeye ulaşmıştır.

Bu dönemde İngiltere, Kıta Avrupası ve Kuzey Amerika'da demiryolu büyük bir hızla gelişmiştir. Örneğin 1845'te İngiltere'de 2500 mil uzunluğundaki demiryolu I. Dünya Savaşı öncesinde 22.000 mil uzunluğa ulaşmıştır.

1.2.4. XX. Yüzyılda Turizm

XX. yüzyılın başlangıcından itibaren dünya iki büyük savaş yaşamış ki savaşlar her zaman toplumlar (insanlar) üzerinde olumsuz etkiler yapmıştır. Konumuz olan turizm de savaşların çeşitli etkileri altında kalmıştır. Savaş öncesi siyasi gerginlik, seyahatlerin güçleşmesi, can ve mal güvenliği ve huzurlu bir ortamın olmayışı turizmi olumsuz etkilemektedir. Yaşanan iki Dünya Savaşı da bu etkileri ortaya çıkarmıştır.

Ancak, I. ve II. Dünya Savaşlarının bazı etkileri de turizmin savaş sonrasında daha hızlı gelişmesi sonucunu doğurmuştur. I. Dünya Savaşı'nda motorlu kara taşıtları çok yaygın olarak kullanılmıştır. Savaş sonrası bu araçlar hakkında bilgisi olan geniş bir kitle, ulaştırma vasıtası olarak motorlu araçların kullanımının yaygınlaşmasında etkili olmuştur. II. Dünya Savaşı'nda ise hava kuvvetleri büyük rol oynamıştır. Savaş sonrası sivil

¹⁰ BARUTÇUGİL, İsmet. A.g.e., s.12-13

taşımacılığın hızlı gelişiminde, savaşta bu alanda çalışan teknik elemanların büyük etkisi görülmüştür. Esasen, XX. yüzyıl turizmine ulaştırma açısından damgasını vuran motorlu kara taşıtları ve hava yolları olmuştur.¹¹ Yüzyılın başlarında en çok ilgiyi toplayan seyahatler, Avrupa ve Amerika arasında büyük transatlantiklerle yapılan seyahatler olmuştur. Yine bu yıllarda Paris-Venedik-İstanbul arasında Orient Express'le yolculuk, çoğunlukla zengin ve aristokratların ilgi gösterdiği bir seyahat olmuştur. II. Dünya Savaşı sonrasında turizmin hızlı gelişme göstermesinde havacılıktaki gelişmelerin rolü çok büyük olmuştur. Ancak diğer taraftan, seyahat amacıyla özellikle uzak mesafelerde, havayolunun tercih edilmesi, denizyolu ve demiryolu taşımacılığının da gerilemesine neden olmuştur.

Günümüzde turizm olayının değişen ve gelişen diğer iki boyutu da konaklama işletmeleri ve tur organizatörleri olmaktadır. Bu yüzyılın başlarında çoğunlukla zengin ve aristokratların zevklerine ve taleplerine uygun olan oteller günümüzde kitle turizminin koşullarına uygun, büyük kapasiteli ve standart hizmet sunan konaklama işletmelerine dönüşmüşlerdir. Tur organizatörlerinin gruplar için düzenlediği “paket tur”lar ise günümüzde turizm olayının tipik bir yönüdür.¹²

1.3. Turizmi Doğuran Sebepler

Bugün insanların seyahat etmesi için kişiden kişiye değişebilecek birçok neden vardır. Daha önceki tarihlerde seyahat belli kesimlerin yaptığı bir şeydi. Bunlar aristokratlar, tacirler gibi fiziki gücüyle çalışmayan ve belirli bir servete sahip olan kişilerdi. Oysa günümüzde işçi çalışma saatlerinin düşürülmesi, yıllık izinlerin müsait olması, maddi imkanların yeterli düzeyde olması ve özellikle de ulaşım araçlarındaki büyük

¹¹ TOSKAY, Tunca. A.g.e., s.90-94

¹² BARUTÇUGİL, İsmet. A.g.e., s.13-14

gelişme sonucu, seyahat toplumun her kesimine hitap eder duruma gelmiştir. Böylece seyahat yaygınlaştı ve buradan büyük bir endüstri doğdu ki bu endüstri XX. yüzyılın ikinci yarısına damgasını vurdu. Son yıllarda yapılan bir araştırmaya göre, zevk için yapılan seyahatler, uluslararası seyahatlerin % 75'ini ve iş ve diğer nedenlerle yapılan seyahatler ise ancak % 25'ini oluşturmaktadır. Bu oranlar ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, zevk gezilerinin diğerlerine olan üstünlüğü ve bunun giderek artmakta olduğu da açıktır.¹³

İnsanları turistik gezilere yönelten birçok neden bulunmaktadır.

1.3.1. Merak

İnsanları turistik gezilere yönelten faktörlerin başında merak gelir. Her ülkenin -hatta ülke içerisindeki yörelerin birbirine göre- farklı kültürü, gelenek ve görenekleri, doğal güzellikleri, tarihi eserleri, inançları, şenlikleri, festivalleri ve daha birçok kendine has değerleri vardır. İnsanlar daima içerisinde bulunduğu ortamlardan ayrılarak, yenilikler ve başka yörelerdeki insanların veya ulusların değerlerini yerinde görmek arzusundadır. Bu duruma merak sonucu ortaya çıkan turizm diyoruz.

1.3.2. Din

İnsanlar daima inandığı dinin liderinin doğduğu, yaşadığı, kendi dinince kutsal sayılan hatta dini gereği ziyareti emir olan yerlere gitmek isterler. Bu bağlamda hac ve umre, insanların bilinen en eski seyahat nedenlerinden birisidir. Bütün dinlerde, şu ve bu biçimde var olan hac ibadeti yüzyıllar boyu olduğu gibi, bugün de büyük insan kitlelerinin inançlarının gereği evinden uzak yerlere seyahat etmesine yol açmaktadır.

¹³ ERDOĞAN, Harun. **Uluslararası Turizm**. Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa: 1996, s.83

1.3.3. Kùltür ve Eğitir

Kùltürün yol açtığı turizmi kısaca şöyle ifade edebiliriz. Çeşitli fikir akımlarına sahip yazarların, şairlerin, fikir adamlarının rahatça fikirlerini açıklayıp birbirleriyle fikir alışverişinde bulundukları yerler birer kùltür merkezi haline gelmiştir. Bu tür yerlerde çeşitli araştırmalara imkan tanıyan içi dolu kùtùphaneler de göze çarpmaktadır. Yine sanat gösterilerinin, çeşitli sanat galerinin, moda evlerinin yoğunluk kazandığı yerler kùltür merkezi olarak kabul edilebilir. Buralara iş için veya başka nedenlerden dolayı seyahat, kùltür turizmi olarak nitelendirilebilir.

Başka bir bölge veya ùlkede bulunan okulda, özellikle üniversite düzeyindeki okulda okumak geçmişte olduğu gibi günümüzde de yaygındır. Bu tür bir lisans veya lisans üstü eğitimle, kişi hem kendisini daha iyi yetiştirilmiş görebilmekte hem de en azından bir yabancı dil öğrenebilmektedir.

Büyük şirketler ve bazı meslek kuruluşları olağan toplantılarını çoğu kez her defasında ùlkenin ayrı yöresinde, hatta çeşitli ùlkelerde yapmak suretiyle, bir taraftan üyelerine ùlkenin ve dünyanın değişik bölgelerini tanıtıyorlar, diğer taraftan örgütlerine ulusal ve uluslararası düzeylerde daha iyi tanınma fırsatı sağlamış oluyorlar. Bir toplantıya, konferansa, seminere vb. katılmak için yapılan seyahatteki asıl amaç, öğrenme ve gelişmedir. Bu tür uygulamalarda zevk ve iş, dinlenme ve çalışma, araştırma ve eğlenme çoğu zaman bir arada gerçekleşir.¹⁴

1.3.4. Dinlenme ve Eğlenme

Seyahatin en önemli nedenlerinden biri de, olağan biçimde yaşanan ve çalışılan bir ortamdan kaçıp kurtulma, ya da değişiklik ve yenilik gereksinmesidir. Bu, bütün bir yıl boyunca düzenli olarak yapılan, karşılaşıl

¹⁴ DOĞAN, Harun. A.g.e., s.86

ve yaşanan her şeyden yani monotonluktan geçici bir süre için de olsa kaçıp kurtulma, fiziksel ve zihinsel olarak yenilenme istemidir.

Dinlenme ve eğlenme, çalışan her insanın en doğal hakkıdır. Günümüzde büyük kentlerde yaşayan ve maddi problemi olmayan insanlar, fırsatını buldukları zamanda hatta hafta sonları şehrin bunaltıcı havasından, kalabalığından ve çalışmak temposundan uzaklaşmaya çalışmaktadırlar.

1.3.5. Spor

Özellikle günümüzde büyük ilgi gören ulusal ve uluslararası spor müsabakaları, dünya şampiyonaları, kıtalar içi turnuvalar, olimpiyat oyunları ve benzeri spor etkinliklerinin düzenlendiği ülke ve kentler, bu sporlara ilgi duyan binlerce insanı çok uzak mesafelerden kendine çeker. Bu tür etkinliklerin yapıldığı ülke ve şehirler adeta o an için dünyanın kalbinin attığı yerdir. Bunun için de böyle etkinliklerin kendi ülkesinde yapılmasını isteyenler 10-15 yıl öncesinden yetkili kurumlara gerekli başvuruları yaparlar. Burada asıl amaç kendi ülkesinin güzelliklerini dünyaya tanıtmak ve dünyaya açılmaktır.

Turizmi doğuran sporun bir diğer çeşidi sporun bilfiil turist tarafından yapılmasıdır. Bunlar da dağcılık, yüzme, kayak, rafting, golf vb. spor türlerini sayabiliriz ki ülke doğal yapısının bu tür etkinliklerinin yapılabilmesine müsait olması önem arzeder. Ülkeler şayet bu tür bir doğal yapıya sahipseler, dünyaya kendilerini bu yönden de tanıtabilmekte ve turist çekebilmektedirler.

1.3.6. Sağlık

Turizmi doğuran bir diğer önemli faktör de sağlık veya tedavidir. Sağlık turizmi günümüzde çeşitli bölümlere ayrılmış bulunmaktadır. Bunlardan başlıcaları şunlardır:

- Termalizm; Doğal şifalı su kaynaklarının (kaplıcalar, ılıcalar, içmeler, çamur banyoları vb. gibi) tedavi aracı olarak kullanılmasıdır. Özellikle ülkemiz, şifalı sular yönünden bir termalizm cennetidir. Büyük çoğunluğu modern tesislere henüz kavuşmamış yurt düzeyindeki şifalı sularımızın sayısı binin üzerindedir.

- Klimatizm; Dağ ve orman havasının sağlık üzerindeki olumlu etkisinden faydalanmak amacıyla uygulanan bir turizm dalıdır. Edremit yakınlarındaki Altınoluk Kasabası oksijen zenginliği bakımından dünyada ilk sıralardadır.

- Üvalizm; Kür sistemi ile çeşitli meyve ve sebzelerden tedavi aracı olarak faydalanılmaktadır. Ülkemiz bu yönden bir çok imkana sahiptir. Dünyada yetişen çeşitli meyvelerin büyük bir kısmı ülkemizde yetişmektedir.¹⁵

1.3.7. Diğer Sebepler

İnsanları turistik gezilere yönelten yukarıdakilerin dışında başka sebepler de bulunmaktadır. Bunları şöyle sıralayabiliriz; doğal güzellikler, tarihi eserler, çeşitli konulardaki kongre ve toplantılar, eğlenerek hoşça vakit geçirmek, macera aramak veya yaşamak, kumar, alışveriş, cinsellik veya duygusal güdüler, ailesinin geldiği ve ailesinin ya da arkadaşlarının gittiği yerleri görmek.

Ülkemiz, tarih boyunca çeşitli medeniyetlerin yaşadığı topraklar üzerindedir ve bu sebeple tarihi değerler bakımından dünyanın en zengin ülkelerindendir.

¹⁵ SEZGİN, Orhan M. ve Yıldırım ACAR. **Turizm, Tanıtma-Pazarlama-Ekonomi**. Ankara: 1983, s.11-12

İKİNCİ BÖLÜM

2. TURİZMİN FONKSİYONLARI

2.1. Turizmin Ekonomik Fonksiyonları

Turizm, boş zamanın ve tasarrufun nasıl kullanılacağına ilişkin ekonomik bir kararla başlayan ve yatırım, tüketim, istihdam, milli gelir, dış ödemeler dengesi ve kamu gelirleri gibi ekonomik yönleri bulunan bir olaydır.

Bir ülkeye yabancı bir turistin gelmesi, geçici bir süre konaklayarak ve ülke içinde seyahat ederek çeşitli tüketim harcamalarında bulunması, durgun suya atılan taşın su üzerinde giderek yayılan halkalar oluşturması gibi ülkenin ekonomik ve sosyal yapısı üzerinde giderek büyüyen etkiler doğuracaktır.

İktisatçıların turizmle ilgilenirken üzerinde en fazla durdukları onun ödemeler bilançosu açısından etkileri ve önemi olmuştur. İktisadi düşünce tarihinde ödemeler bilançosu konusuna özel bir önem veren Merkantilistler turizmin bu konudaki etkisini ihmal etmişlerdir. Bunun tek istisnası Thomas Mun'dır. 1622 ve 1628 tarihleri arasında yazıldığı tahmin edilen "England's Treasure by Foreign Trade" adlı eserinde yabancıların harcamalarına dikkati çekmektedir.¹⁶

Turizm sektörüyle ilgili ilk açıklamalardan birini 1884 yılında Josef Stadner yapmış ve turizm sektörünü ekonomik bir faaliyet olarak şu şekilde açıklamıştır:

".....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 mal ve hizmetlerden yararlanmak için bu yolu

¹⁶ TOSKAY, Tunca. A.g.e., s.53-54

katetmektedir. Hava, dağlar ve iklim gibi şimdiye kadar yararlanılmayan unsurları turizm sektörü ekonomik mallara dönüştürmektedir. Nasıl ihracata yönelik bir ticaret, kendisi için devamlılık gösteren bir sürüm alanı bulduğunda sağlam kabul ediliyorsa, aynı şekilde turizm sektörünün rasyonel olarak nitelendirilebilmesi, mevcut tüketicileri düşüncesizce sömürme yerine, her yıl artan bir kitleyi istikrarlı olarak kendine çekmeyi amaç edinmesiyle mümkündür.....”¹⁷

Sanayi sektörü gibi ekonomik kalkınmada sürükleyici ve itici sektör olarak kabul edilen turizm sektörü, bütün ekonomik nitelikleri ve özellikle döviz kazandırıcı etkisiyle bir ülke ekonomisinde önemli bir sektördür. Turizme öncelik tanıyarak, onu ekonomik kalkınma süresince sürükleyici sektör şeklinde kabul eden az gelmiş ülkeler var ise de, turizme dayalı bir kalkınmanın dengeli ve dış etkenlere bağlı olmayan bir kalkınma olduğu iddia edilemez. Ayrıca ekonomik kalkınma, sektörlerarası ilişkilere dayanan bir süreçtir ve çok yönlü bir kalkınma planlamasında turizmin temel sektör olarak kabulü ender görülmektedir. Gerçekçi bir yaklaşımla turizmin ekonomik kalkınma politikasında rolünün ve yerinin iyi tespit edilmesi halinde onun kalkınmaya yardımcı olabileceği düşüncesidir.¹⁸

2.1.1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Turizm, çoğunlukla alternatif kullanım olanağı bulunmayan ya da yeterince değerlendirilemeyen ülke kaynaklarının ve çok çeşitli mal ve hizmetlerin, ülke içinde perakende fiyatlarla dışsatımı olarak kabul edilebilir.

Uluslararası turizm sebebiyle elde edilen dövizler, döviz arzı ve talebi üzerinde etkili olmaktadır. Bu etki, turist kabul eden ülkede döviz

¹⁷ OLALI, Hasan ve Alp TİMUR. **Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri**. Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir: 1986, s.11

¹⁸ AKOĞLU, Tunay. **Dünyada ve Bizde Turizm**. Varlık Yayınevi, İstanbul: 1971, s.97

arzını, turist gönderen ülkede ise döviz talebini uyarıcı ve artırıcı rol oynamakta ve neticede bu durum, ödemeler dengesi üzerinde bir etki olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizmin döviz kazandırma yönü, bir nevi ihracat şekli olmasıyla ilgilidir. Zira turizmden elde edilen gelirler görünmeyen ihracat, turistlere satılan her türlü mal ve hizmet ek ihracat olarak kabul edilmektedir.

Bir ülkenin turistik döviz kazançları, turistik döviz kayıplarından fazla olduğu sürece turizm ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunacaktır. Turizmin ödemeler dengesi açıklarını kapatmadaki rolü araştırılırken veya ölçülmeye çalışırken dikkat edilmesi gereken hususlar şunlardır:

- Turist dövizleri elde etmek için katlanılan döviz giderleri ile döviz gelirleri arasındaki oran 1'in altında olmalıdır.
- Net turizm döviz kazançlarının, bu kazancı sağlamak için yapılan ve milli para ile belirtilen toplam giderlerden fazla olması gerekmektedir.
- Turizm sektörünün döviz kazancı payının, sözkonusu ülkede turizm sektörü bulunmaması durumunda getireceği dövizden fazla olması gereklidir.

Bu durum ancak, turizm sektörünün değişim oranının ihracat sektörlerinden yüksek olması veya bir bölgesel ürünün turistlere satılması sonucu sağlanacak dövizin, fiilen ihracatında getireceği dövizden fazla olması, turizmden elde edilen net döviz gelirlerinin diğer sektörlerde kazanılan ya da ithal ikamesi etkisi meydana getiren sektörlerde sağlanan döviz tasarruflarından fazla olması halinde sözkonusu olabilir.¹⁹

¹⁹ ŞAHİN, Adem. İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye'de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi. Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, Ankara: 1990, s.37

Bir ülkenin turizm hesapları çıkarılırken o ülkenin dışarıdaki turizm yatırımlarını ve o ülke vatandaşlarının dışarıdaki turizm harcamalarını da dikkate almak gerekir. Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkilerinin nasıl sağlandığını görebilmek için ülkeler arasındaki turizm olayı sonucunda gerek nakit ve gerekse sermaye hareketleri biçiminde ortaya çıkan işlemlerin bir listesi aşağıda tablo 2.1.'de verilmiştir.

Burada yer alan ve ülkeler arasındaki turizm hareketleri tarafından yaratılan işlemleri ifade eden kalemlerin çoğunluğu, normal olarak bu şekilleriyle ödemelere bilançolarında yer almazlar. Ödemeler bilançolarında yalnızca turistlerin ülkede yaptıkları harcamalar ve vatandaşların dış ülkelerde yaptıkları harcamalar açık olarak yer alır. Bazı durumlarda da uluslararası seyahat gelir ve giderlerinin resmi tahminlerinin yapılması ve bunun turizm gelir ve giderlerine eklenmesi düşünülebilir.²⁰

Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini, dış turizm bilançosunu değişik bir yaklaşımda inceleyerek açıklamak mümkündür. Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini birincil, ikincil ve üçüncül etkiler şeklinde değerlendirdiğimizde;

Birinci etkenler yurt dışından gelen turistlerin yaptıkları günlük harcamalar sonucu ortaya çıkar. Doğrudan ve hızla meydana geldikleri için nispeten ölçülmesi kolay etkilerdir. Söz konusu harcamalar; konaklama, eğlence, alışveriş, ulaştırma gibi alt başlıklara ayrılarak kolaylıkla belirlenebilir. Bu harcamalardan elde edilen dövizler ödemeler dengesini olumlu yönde etkilemektedir.

²⁰ BARUTÇUGİL, İsmet S. A.g.e., s.45-48

Tablo 2.1. Dış Turizm Bilançosu

Aktif Dış Turizm (Döviz Girdileri)	Pasif Dış Turizm (Döviz Çıktıları)
Turistlerin konaklama giderleri	Vatandaşların dış ülkelerdeki konaklama giderleri
Turistlerin ulaştırma işletmelerine yaptığı ödemeler	Vatandaşların dış seyahatlerde yabancı ulaştırma işletmelerine yaptıkları ödemeler
Turistlerin yeme-içme için yaptığı ödemeler	Vatandaşların yurtdışından yeme-içme ödemeleri
Turistik tüketim malları dışsatımı	Turistik tüketim malları dışalım
Turistik amaçlı yurtdışından gelen yabancı sermaye	Turistik yatırım amacıyla yurtdışına çıkar sermaye
Dış ülkelerdeki turizm yatırımlarından kâr transferi	Yabancı turizm yatırımlarının kendi ülkelerine kâr transferi
Yabancılar kiralanan turizm tesislerinin kira gelirleri	Yabancı ülkelerde kiralanan turizm amaçlı tesislerin kira ödemeleri
Yurt içinde eğitilen yabancı turizm personelinin eğitim ödemeleri ve diğer harcamaları	Yurt dışında eğitilen turizm personelinin eğitim ve diğer giderleri
Yabancıların yaptıkları turizm amaçlı reklam ve tanıtma harcamaları	Dış ülkelerde yapılan turistik amaçlı reklam ve tanıtma giderleri
Yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyonlar	Yabancı turizm işletmelerine yapılan komisyon ödemeleri
Dış ülkelerin ulusal turizm ve tanıtma bürolarının yaptığı tüm harcamalar	Dış ülkelerde açılan ulusal turizm ve tanıtma bürolarının tüm giderleri
Yabancı seyahat bürolarının giderleri	Dış ülkelerde yerli işletmelerin büro giderleri
Yabancıların ulusal banka ve sigorta kuruluşlarına yaptıkları komisyon ve prim ödemeleri	Vatandaşların dış ülkelerdeki banka ve turizm sigorta işletmelerine yaptığı çeşitli komisyon ve prim ödemeleri
Yabancıların rehberlik hizmetleri için yaptığı ödemeler	Vatandaşların dış ülkelerde rehberlik hizmetleri için yaptıkları ödemeler
Yabancıların eğlence yerlerindeki harcamaları	Vatandaşların yurt dışında eğlence yerlerinde yaptığı harcamalar
Turistlerin park, müze vb. yerler için ödedikleri giriş ücretleri	Vatandaşların yurt dışında park, müze vb. yerlere ödedikleri giriş ücretleri
El sanatları ve hediyelik eşya satışları	Hediyelik ve hatıra eşya satın alımları
Diğer döviz girdileri	Dış döviz çıktıları
TOPLAM	TOPLAM

Kaynak : KOZAK, Nazmi, vd. **Genel Turizm (İlkeler-Kavramlar)**. Anatolia Yayıncılık, Ankara: 1996, s.61

İkincil ve üçüncül etkiler daha karmaşık bir şekilde meydana geldiklerinden belirlenmeleri oldukça zordur. Ülke dışı pazarlama harcamaları, turistik ithalat, seyahat acentalarının komisyonları, yabancı yatırımların kâr payları ve döviz ödemeleri bu grupta ele alınmaktadır. Turistik hizmetlerden elde edilen gelirlerin, diğer mal ve hizmet arzında bulunan işletmelere yansması sonucunda ödemeler dengesine yansmaları da bu etkilere dahil etmek 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.²¹

2.1.2. Turizmin Milli Gelire Etkisi

Turizmde genellikle yaşanan yerlerde kazanılan gelirin başka yerlerde harcanması durumu ortaya çıkmakta ve her yıl büyük miktarlarda gelir transferi gerçekleşmektedir. Bir bölge veya ülkede yaratılan gelir turizm olayı sonucu bir başka bölge veya ülke halkının gelirini oluşturmaktadır.

Normal yaşamın sürdüğü yerde alıştığından daha fazla harcama eğilimi içinde olan turistlerin harcamaları sonucu yaratılan satınalma gücü turizmin en önemli ekonomik etkilerinden birisidir.²²

Turizm bir yandan milli gelir yapısı içinde yer alırken, diğer taraftan çarpan mekanizması nedeniyle milli ekonomide geniş bir gelir etkisi göstermektedir. Şöyle ki, turistlerin gittikleri bölge veya ülkedeki turistik mahallerde konaklama, yeme, içme, ulaştırma, alışveriş, eğlence gibi çeşitli

²¹ ŞAHİN, Adem. A.g.e., s.39

²² BARUTÇUGİL, İsmet, S. **Turizm İşletmeciliği**. Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa: 1982, s.11

ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar, kendi toplamı kadar gelir yaratacaktır.

Birinci aşamada bu geliri elde edenler bir kısmını tasarruf edecek, geri kalanı da bir dizi mal ve hizmet alımında kullanacaklardır. Bir kısmı ise ithal giderlerine ve yabancı kuruluşlara olan kredi borcu veya faizi gibi ödemelere yapılacağından bunlar sözkonusu ülkedeki iktisadi dolanım dışına çıkmış olacaktır.

İkinci aşamada, yapılan harcamalar sonucunda da mal ve hizmetlerini satanlar munzam gelirlerinden belli miktarda tasarruf ettikten sonra artanını harcayacaklardır. Bu arada turizm sektöründe yeni iř imkanlarının yaratılmasına bağlı olarak da kişisel gelirler artacağından, tüketim harcamaları yükselecek ve iktisadi faaliyetler artacaktır. Böylece her aşamada bir önceki aşamanın harcamalarını gelir olarak alanlar, bir kısmını tasarruf edecek kalanı da harcayacaklardır.

Deėindiėimiz bu süreç, ilk elde yaratılan gelirin giderek azalan etkisi sıfır oluncaya kadar devam edecektir. Ancak hemen belirtelim ki çarpanın reel anlamda işleyebilmesi için mekanizmanın her safhasında âtil işgücü ve kapasitesinin bulunması şarttır. Ayrıca ekonomide hammadde ve yardımcı malların tedarikinde güçlüklerle karşılaşılmamalıdır. Bu şartlar gerçekleşmediği takdirde toplam arz fonksiyonu elastikliğini kaybeder, harcama-gelir akımı sadece fiyatları ve dolayısıyla nakdi geliri artırıcı yönde işler.²³

Ekonomide turizmin gelir etkisi çarpan kavramıyla açıklanmaktadır. Çarpan; “marjinal harcamaların, ihracatın ve tüketim eğiliminin gelirler üzerindeki teorik ve kantitatif etkisini tayin eden katsayı” veya “harcamalardaki değişmelerin milli gelirden neden olduğu değişme oranı”

²³ DİNÇER, Mithat Zeki. **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**. Filiz Kitabevi, İstanbul: 1993, s.62-63

şeklinde tanımlanmaktadır. Kapalı ve açık ekonomiler için çarpanı aşağıdaki formüller yardımıyla ifade etmek mümkündür.

$$\text{Kapalı ekonomide çarpan; } k = \frac{1}{1 - mpc}$$

k : çarpan katsayısı

mpc : marjinal tüketim eğilimi

$$\text{Açık ekonomide çarpan; } k = \frac{1}{1 - mpc + mpm}$$

mpm : marjinal ithalat eğilimi

Turistlerin yapmış olduğu turistik harcamaların sebep olduğu gelir artışı, turist gelir çarpanı formülü ile hesaplanabilir;

$$\Delta R = k \cdot R_t$$

ΔR : Gelir artışı

R_t : Brüt dış turizm geliri.²⁴

Turizmin GSMH'ya katkısı, çoğunlukla turist harcamalarını cari fiyatlarla tahmin ederek ve bundan turizm sektörü tarafından satın alınan mal ve hizmetlerin maliyetini çıkararak hesaplanır. Diğer bir ifadeyle; yabancı turist harcamalarıyla yaratılan GSMH miktarı, turistler tarafından yapılan harcamaların döviz geliri olarak kaydedilmesi ve bu gelirden sözkonusu turistlere yapılan hizmetin maliyetinin çıkarılmasıyla bulunur.

Turizm ile GSMH arasındaki ilişkiler üzerine yapılan araştırmalar, turizm sektörünün döviz getirisi sağlayan temel bir endüstriye dönüşmesi dışında turist harcamalarının GSMH'nın yalnızca küçük bir kısmını oluşturduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, gelişmiş ve gelişmekte olan hemen tüm ülkeler için geçerli bulunmaktadır. Tüm dünya ülkeleri arasında

²⁴ ŞAHİN, Adem. A.g.e., s.41-42

dış turizm gelirinin GSMH içindeki payı % 10 barajını aşan ülke sayısı çok azdır. Bu ülkeler de gelir kaynakları ve alternatif kalkınma olanakları son derece sınırlı olan küçük ada devletleridir (Fiji, Bahama, Bermuda, Barbados, Malta vb.).

Burada unutulmaması gereken bir nokta turizmden sağlanan net kazançların turizmin ekonomik anlamda net etkisini göstermekten uzak olduğudur. Zira, turistlerin gereksinimlerini karşılamak için kullanılan kaynaklar ve sermaye malları ekonominin diğer sektörlerindeki alternatif kullanım alanlarından çekilmektedir. Turizmin GSMH üzerindeki net etkisi hesaplanmak istendiğinde bu alternatif maliyetlerin çıkarılması gerekmektedir ve bu da oldukça güç bir görevdir.

Turizm olayı çerçevesinde yaratılan turizm gelirinin ekonomik açıdan belirli özellikleri bulunmaktadır;

- Turizm geliri, uluslararası turizm açısından ele alındığında ekonomik bakımdan gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere döviz olarak gelir transferi anlamını taşır. Döviz geliri ise her ülke için özellikle gelişmekte olan ülkeler için dışalım ve yatırım gücünü ifade ettiğinden son derece önemlidir.

- Turizm geliri, bazı durumlarda ülke, bölge ya da yörenin turistik rantını oluşturmaktadır. Kum, güneş, temiz hava, şelale, deniz gibi sıfır maliyetli ve normal koşullarda ticari niteliği olmayan ya da atıl işgücü, ucuz tarım ve deniz ürünleri gibi düşük maliyetli ve alternatif değerlendirme olanakları son derece sınırlı kaynakların turizm yoluyla değer kazanması ve gelir yaratılması sözkonusu olabilmektedir. Yani, turizm düşük maliyetle milli gelire doğrudan ek bir katkı sağlamaktadır.

- Turizm geliri, ülkeler, bölgeler ve sektörler arasında daha adaletli bir gelir paylaşımı sonucunu yaratmaktadır. Böylece gelişme

kaynakları sınırlı ve diğer ekonomik faaliyetler için gerekli sermaye birikimine ulaşmamış bölgelerin turizm gelirleri yoluyla faaliyet alanlarını genişletmesi, yeni gelir kaynakları bulması ve sonuç olarak milli gelirde artış sağlanması beklenebilir.²⁵

2.1.3. 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 gibi adlarla çıkış ücreti alınması yanında, turizmle ilgili faaliyetlerde bulunan işletmelerden alınan vergi, resim ve harçlar devlet gelirleri üzerinde arttırıcı bir etki yapar.

Turizmden sağlanan devlet gelirleriyle, turizmin neden olduğu harcamalar yoluyla, turizmin devlet gelirlerine net katkısını bulmak mümkündür.

Turizm devlet gelirlerini artırmakla birlikte, alt ve üst yapının iyileştirilmesi, sektörel gelişmenin sağlanması gibi sebeplerle turizm sektörüne yapılan devlet harcamaları, özellikle gelişmekte olan ülkelerde vergi karakterli gelir etkisini azaltmaktadır.

Ayrıca, devlet çeşitli vergiler ile elde ettiği gelirleri tekrar turizm sektörüne aktararak bu sektörün gelişmesine katkıda bulunmaktadır;

- Turizmi geliştirme, yönetme ve kontrol, araştırma, reklam ve tanıtma, eğitim projeleri ve yönetim görevleri,
- Belirli turistik faaliyet alanlarının işletilmesi (ulusal havayolları, devlet otelleri, oyun parkları, müzeler vb.),
- Alt ve üst yapı giderleri,

²⁵ BARUTÇUGİL, İsmet, S. A.g.e., s.51-54

- Turizmin geliştirilmesi için tahsisat, teşvik ve muafiyet tedbirlerinin getirilmesi.

Bunlar, devletin bu sektörün gelişmesi için yaptığı zorunlu harcamalar olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk üç maddede sayılanları doğrudan giderler olarak kabul etmek mümkündür. Ancak, özellikle dördüncü maddede ele alınan husus devletin dolaylı giderleri arasında ele almak mümkündür. Bunlar, yatırımların ve döviz kazandırıcı diğer hizmetlerin yönlendirilmesiyle ilgili kararlarla yakından ilgilidir ve kısa dönemde değişiklik ihtimali yüksek olan unsurlardan meydana gelmektedir.²⁶

Turizmin devlet gelir ve harcamalara etkisinin birlikte ele alınarak, turizmin net kamu geliri etkisinin hesaplanması oldukça zordur. Turizm sektöründe kullanılan üretim faktörlerinin aynı değerlerle ekonominin başka sektörlerinde kullanılması halinde, devletin elde edeceği net gelirler ve dolaylı vergi gelirleri toplamından, turizmden sağlanan vergi, resim, harçlar ve turizm sektörüne ödenen sübvansiyonların çıkarılması halinde net gelir etkisi bulunur.

Devlet açısından fayda-maliyet analizinde, fayda-maliyet oranı 1 olduğunda turistik kamu gelirlerinin sadece turistik kamu giderlerini karşıladığı anlaşılır. Oranın 1'den büyük olması halinde net kamu geliri önem kazanacaktır.²⁷

2.1.4. Turizmin İstihdam Etkisi

Turizmin gelişmesi istihdamı artıracığı açıktır. Ancak, turizm endüstrisinin istihdam gücünü tanımlamak genellikle bazı sorunlar doğurur. Bu sorunlar;

²⁶ ŞAHİN, Adem. A.g.e., s. 51 ve Şükrü YARCAN. Uluslararası Turizm ve Gelişmekte Olan Ülkeler. Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, İstanbul: 1981, s.43

²⁷ OLALI, Hasan ve Alp TİMUR. A.g.e., s.98

- Turiste hizmet veren yerlerde istihdam edilen kişilerin pek çoğu turizmle ilgisi olmayan fakat aynı veya benzer işlerde çalışan kişilerden çok güç ayırdedilebilirler. Örneğin, resmi istatistiklerde konaklama işletmeleri, lokantalar ve diğer yiyecek işletmeleriyle birleştirilirler. Ulaştırmanın çeşitli türlerindeki istihdam turizmle ilişkisi belirtilmeden verilir. Seyahat acentaları gibi dar alanlardaki istihdam ise, genellikle başka ve turizmle ilgisi bulunmayan kuruluşlarla gruplandırılarak istatistiklere alınır.

- İstihdam istatistikleri yalnızca istihdam edilenleri kapsar, işverenleri ve kendi işinde çalışanları ise kapsamaz. Turizm hizmetlerinin büyük bir kısmı dünyanın hemen her yerinde çok sayıda ve küçük ölçekli birimlerde turistlere sunulmaktadır. Bunun sonucu olarak da kendi işinde çalışanların toplam işgücü içindeki oranı önemli bir düzeye ulaşmaktadır. Bu nedenle, turizm endüstrisinde istihdam istatistiklerinin yetersiz kaldığı söylenebilir.

- Turizm endüstrisinde birçok faaliyet mevsimlik olma özelliğine sahiptir. Ayrıca, turizm işletmelerinde istihdam edilenlerin sayısı yıldan yıla önemli değişiklikler gösterir.²⁸

Turizm endüstrisinin bu özellikleri ve veri yetersizliği nedeniyle, turizmin istihdam açısından önemi konusunda yalnızca genel tahminler yapılabilmektedir.

Turizm sektörü emek-yoğun bir sektör olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple turistik üretim harcamaları turizmle doğrudan; bu sektöre girdi veren sektörlerle de dolaylı istihdam imkanı sağlamaktadır. Sonuçta turizm, meydana getirdiği genel istihdam etkisiyle ülkedeki toplam istihdamı etkilemektedir. Turizmde makineleşme ve otomasyon imkanlarının sınırlı olması sebebiyle, sektörün meydana getirdiği istihdam yoğunluğu diğer

²⁸ A.J. BURKART ve S. MEDLIK. **TOURISM, Past, Present and Future**. 2. b., Londra: 1982, s.63

sektörlere göre daha yüksektir. Sektörde emek-yoğun üretimin hakim olması sebebiyle turistik tüketim harcamaları yüksek oranda doğrudan istihdam etkisi meydana getirmektedir.

Bir ülke ekonomisinde ve turizm sektöründe, turizm sayesinde arttırılan üç tip istihdam vardır. Bunlar;

- Turizm sektöründe yer alan tesislerdeki (otel, motel, restoran vb.) turist harcamaları sebebiyle, bu tesislerde meydana gelen doğrudan istihdam,

- Turistik harcamalar sonucu gerçekleşmeyen, fakat turizm ile ilgili olduğundan turistik arz içinde yer alan, sektöre girdi veren diğer sektörlerde oluşan dolaylı istihdam,

- Vatandaşın turizmden elde ettiği gelirleri yeniden harcamasıyla oluşan ek istihdam. Buna turizm çarpanının etkileri sonucu ortaya çıkan uyarılmış istihdam da denilebilir.²⁹

Turizm harcamalarının istihdam etkisi, turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Başka bir ifadeyle, bir ülke ya da bölgeye karşı olan turistik talep ne kadar artıyorsa, turizmin o ülke ya da bölgedeki doğrudan ya da dolaylı istihdam etkisi o kadar fazla olacaktır. Yani istihdam artışı, talep artışına paralellik gösterecektir. Turizm talebindeki artışa cevap verebilmek, turistik tesis yatırımlarının artması ile mümkündür. Turistik tesis yatırımlarının işgücü talebini artıracığı gibi, talebin mevsimlik dalgalanma özelliği sebebiyle, yoğun mevsimlerde turistik işletmelerin de işgücü talebi artacaktır. İşgücü talebinin mevsim dışında azalıyor olmasına rağmen, yine de bir devamlılık görülecektir.³⁰

²⁹ ŞAHİN, Adem. A.g.e., s.53

³⁰ TİMUR, Alp. **Turizmin Ekonomik Etkileri ve Türkiye Bakımından Bir Değerlendirme.** Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi, İzmir: 1982, s.123

İstihdam bakımından turizmin taşıdığı özellikleri şu şekilde sıralayabiliriz;

- Turizmin meydana getirdiği istihdam, mevsimlik bir karaktere sahiptir,

- İstihdamın büyük bölümü konaklama tesislerinde çalışmaktadır,

- İşgücünün turistik tesisler arasındaki hareketliliği oldukça yüksektir,

- Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, turizm sektöründe, yeni istihdam imkanları sağlamak için gerekli sermaye başlangıçta oldukça yüksektir,

- Turizm sektörü büyük ölçüde kalifiye personele ihtiyaç gösterir,

- Turizmde istihdam edilen kadın personel sayısı, diğer sektörlere göre daha yüksektir,

- Sektördeki özel çalışma şartları, uzun çalışma saatleri, hafta sonu ve diğer tatillerdeki yoğun çalışma şartları, sektörde çalışanların aile teşkilini zorlaştırdığı gibi, sosyal bakımdan da bazı zorluklar doğurur,

- Turistik işletmelerin büyüklüğü, istihdam edilecek personel sayısını etkiler.³¹

Son olarak turizm ve istihdam arasındaki ilişkilerin tam olarak ortaya konabilmesi için aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir;

- Turizm sektöründe ne tür iş olanaklarının yaratılacağı,

- Turizmin bir sonucu olarak kaç kişinin istihdam edileceği,

- Hangi niteliklere sahip işgücüne gereksinme duyulacağı ve bu kişilerin istihdamından beklenen yarar,

³¹ OLALI, Hasan. **Turizm**. Milli Eğitim Basımevi, İstanbul: 1995, s.100-101

- İstihdam edilecek kişilerin coğrafi dağılımı,
- İstihdam alanı yaratmak için gereksinim duyulan sermaye miktarı,
- Bu istihdamın ulusal ve yerel düzeyde ekonomiye katkısı,
- Turizm ve seyahat endüstrisinin önemi.³²

2.1.5. Turizm ve Ekonomik Kalkınma

Gelir ve istihdam kaynağı olmanın dışında, turizm özellikle bölge halkı için bir refah ve gelişme ortamının da kaynağı olma özelliğini taşır. Turist trafiğinin yoğunluğu nedeniyle bir bölgenin halkı kitle ulaştırma sistemlerinde yüksek standartlara, elektrik, su vb. altyapı hizmetlerinde üstün bir düzeye ve bir başka türlü elde edemeyecekleri alışveriş ve eğlence olanaklarına kavuşurlar. Gelir, istihdam ve dolayısıyla refahın artması, herhangi bir turizm bölgesinin az veya çok elde edebileceği, üç temel turizm fayda etkisi olarak kabul edilebilir.

Bu etkiler, özellikle gelişen ülkeler veya ülkelerin geri kalmış bölgeleri için büyük bir önem taşırlar. Ekonomik kalkınma araçlarının diğer türleri ile karşılaştırıldığında yaşam standartlarındaki gelişme turizm olayı ve getirisi ile göreceli olarak çok daha hızlı sağlanır. Bu olayın başlatılması ve geliştirilmesi için gerekli ortamı hazırlamak hemen hiçbir karmaşık teknolojiyi gerektirmez. Bu endüstrinin büyük ölçüde emeğe dayalı bir hizmet kesimi olması işsiz insan gücü kaynaklarının azaltılmasına olanak sağlar. Bu durum, özellikle vasıfsız insan gücünün yoğun olduğu bölgeler açısından önem taşır. Turizmin gerektirdiği birçok işlemsel beceri oldukça basittir ve kolay kazanılır. Gerektiğinde uzmanlaşmış insan gücü diğer bölgelerden getirilebilir. Şüphesiz bu açıklamalar, bir bölgede turizm endüstrisini kurmanın ve

³² KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.68

geliştirmenin gerektirdiği planlamanın miktarının ve kalitesinin az olduğu anlamına gelmemektedir. Buna karşın, turizmin diğer kalkınma araçları ile karşılaştırıldığında sahip bulunduğu üstünlükleri göstermektedir.³³

Turizmin gelişmesi, bazı bölgelerde alt yapının geliştirilmesi açısından da uyarıcı etki sağlayabilir. Bu, giderek ekonomik yapının çeşitlenmesine ve bölgede diğer endüstrilerin gelişmesine bir temel oluşturabilir ve uygun bir ortam hazırlayabilir. Öncelikle, turizm işletmeleri, bazı mal ve hizmetlere talep yaratarak bölgesel endüstrilerin doğmasına ve gelişmesine yol açacaklardır. Bunlar, turizm tesislerini yaşatmak, malzeme gereksinimlerini karşılamak ve doğrudan turistlerin isteklerini yerine getirmek üzere mal ve hizmet üreten sınırlı kapasiteye sahip ve genellikle bölgesel hammadde ve malzemelere dayalı endüstrilerdir. Fakat, tüm bunların ötesinde gelişmiş bir altyapı, yeni ve turizme doğrudan bağlılığı bulunmayan endüstriler açısından da bölgenin çekiciliğini artırır. Özetle, turistlerin harcamaları, turizm sektörünün dışında da ekonomi üzerinde genel olarak uyarıcı etki yaratır.

Önemli bir diğer konu da turizmin gelişen bir ekonomi için kısa sürede ve önemli miktarlarda döviz kazancı sağlamasıdır. Özellikle tüm ihracatı, dünya pazarlarındaki fiyatları yıldan yıla büyük dalgalanmalar gösteren bir veya birkaç maddeye veya tarımsal ürüne dayalı bulunan az gelişmiş ülkeler açısından turizm, ülkenin döviz gelirlerinde kararlılığı sağlayıcı bir unsur olmaktadır.³⁴

³³ BURKART, A.J. ve S. MEDLIK. A.g.e., s.65

³⁴ BARUTÇUGİL, İsmet S. Turizm İşletmeciliği, A.g.e., s.19

2.1.6. Görünmeyen İhracat Olarak Turizm

Ülkelerin doğal ve ekonomik kaynakları, birbirinden farklı olduğu için, ülkeler ve uluslar arasında mal değişimi yapılmakta buna da dış ticaret denilmektedir.

Turizm gelir ve giderleri görünmeyen gelir ve giderler arasında olduğundan, genellikle iktisatçılar dış turist hareketlerinin bir memlekete kazandırdığı gelire, görünmeyen ihracat adını vermektedir. Çünkü, turistlerin seyahat ettikleri memleketlerden bir eşyayı satın almaları, kendilerine yapılan hizmetlerle, yiyecek-içecek gibi türlü maddelerin karşılıklarıyla, konaklama, ulaştırma ücretlerini ödemeleri görünmeyen ihracat adı verilecek şekilde olmaktadır.

Normal ihracatta ihraç edilen mal veya ürün karşılığının ne miktara ulaşacağı önceden hesaplanabilir. Turizm yolu ile elde edilecek gelir ise, miktar olarak daha önceden tahmin ve tespit edilemez. Çünkü, turistlere yapılan satışlarda, hizmetlerde, normal ihracatta olan şartlar ve kurallar, kendiliğinden uygulanmaktadır.

Yine, turizm yolu ile yapılan ihracatta yabancı turistler, o ülkede perakendeci fiyatı ile yiyecek-içecek, hatıra olarak götüreceği eşyaları satın alacaktır. Bütün bu harcamaları, doğrudan doğruya ya da dolaylı olarak dövizle yapacaktır.

Görünmeyen ihracat elbette ki hatıra olarak el sanatı ürünlerinin satılmasıyla sınırlı değildir. Bir ülkenin karakteristik özellikleri, ürettiği her çeşit ürüne yansır ki böylelikle görünmeyen ihracat yoluyla o ülkenin imajı tüm dünyaya, o ülkeye giden turist tarafında yaratılan dolaylı reklam veya tanıtım diyebileceğimiz yolla sunulur, anlatılır.³⁵ Yine benzer şekilde ülkesine dönen turistin gittiği ülkedeki üretim ve ürünlerden kendi ülkesinde

³⁵ SESSA, Alberto. A.g.e., s.113-114

bahsetmesiyle bu iki ülke arasında, bunun neticesinde ticari ilişkiler ortaya çıkarabilir.

Görünmeyen ihracat olarak turizm, taşıdığı şu özellikler nedeniyle, diğer ticari ilişkilerden ayrılmaktadır:

- Görünmeyen ihracat olarak turistik tüketim, üretimin yapıldığı yerde gerçekleştiğinden, ihracatçı ülke açısından navlun, sigorta vb. gibi ihracat giderleri sözkonusu değildir.

- Turizm sayesinde fiilen ihracı mümkün olmayan jeo-ekonomik, sosyo-kültürel varlıklar ile değerler ve bazı spesifik hizmetler döviz kaynağı haline gelmektedir.

- Turizmde bir ülkenin mal ve hizmetlerini müşterinin ülkesine göndermek zorunluluğu yoktur. Turist, ülkeye gelip tüketimini yapar. Bu bakımdan bir ülkeye turist gelmesi ile o ülkeden mal ihracı arasında fark bulunmamaktadır.

O halde, bu alandaki değerlendirme, dıştan gelen konuya yapılan satışlar nedeniyle sağlanan döviz geliri ile, bunların doğrudan ihracı halinde sağlanan gelir arasındaki farkı ortaya koyma biçiminde olmalıdır.³⁶

Görünmeyen ihracat şeklinde sağlanan döviz gelirleri, doğrudan ihracat malı ile ithalatını finanse etmek zorunda olan ekonomiler açısından önem taşımaktadır. Döviz kaynakları sınırlı olan ve sıkıntı içinde bulunan ülkeler, kendi ihraç mallarını, dünya piyasa fiyatları düzeyinde satabilmek için kendi maliyetlerinin altında bir fiyatla pazarlara girmek durumundadırlar. Çünkü gelişmekte olan ülkelere özgü yüksek enflasyon oranı, ihraç ürünlerinin fiyatlarını dünya piyasa fiyatlarının üzerine çıkarmaktadır. Böyle bir durumda ihracatın gerçekleşmesi, ürünlerinin iç piyasa maliyetinin altındaki fiyatlarla

³⁶ ERALP, Ziya. **Turizm Politikası**. Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu, Ankara: 1978, s.36

satılmasıyla mümkün olur. Bu durum, ticaret hadlerinin gelişmekte olan ülkeler aleyhine işlemesinden doğmaktadır.

Oysa, turizm sektöründe durum tersine olup, görünmeyen ihracat şeklinde sağlanan döviz gelirleri, gelişmekte olan ülkeler lehine sonuç vermektedir. Çünkü ihracata konu olan ürünler bol miktarda bulunmakta, turistler onları tüketmeye gelmekte ve satış büyük ölçüde hizmet niteliğinde gerçekleşmektedir. Böylece turizm, dış ticaret hadleri bakımından oluşan kısır döngüyü, turistik ticaret hadleri olarak kırmaktadır.³⁷

2.1.7. Bölgelerarası Dengeli Kalkınmada Turizm

Ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme, bölgeler arası gelişme farklılıklarını en aza indirme amacını taşımaktadır. Bölgeler arası dengesizliğin giderilmesi bakımından turizm ile ilgili kanaat; tarım ve sanayi faaliyetleri yönünden yeterli kaynak ve gelişme imkanlarına sahip olmamasına rağmen, zengin bir turizm potansiyeline sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm uygulaması sonucunda turistik yönden kalkınmalarının ve dengeli bir şekilde gelişmelerinin mümkün olacağıdır.³⁸

Turizmin önemli bir özelliği, tabiat ve iklimin oluşturduğu, tarih, folklor, uygarlık ve kültürün işlediği değerler bütününe büyük ölçüde bağımlı olmasıdır. Turizm endüstrisinin ana hammaddeleri bunlardır. Adı geçen zenginlikler ancak turizm sayesinde “ekonomik mal” niteliğine kavuşabilirler. Gerçekten de kimi ülkelerin endüstriyel faaliyetler yönünden yeterli kaynak ve gelişme imkanına sahip olmamasına rağmen, doğru ve tutarlı bir turizm uygulaması sonucunda iktisadi gelişmelere ivme kazandırmaları ve turizmi bölgesel kalkınma farklılıklarını giderecek şekilde değerlendirmeleri mümkündür.

³⁷ USTA, Öcal. **TURİZM - Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım**. Sömbül Basımevi, İstanbul: 1988, s.23-24

³⁸ BAKIR, Mehmet. **Turizm Yatırımlarında Döviz Faktörü ve Proje Değerlendirmede Kullanma Yöntemleri**. Ankara: 1978, s.20

Bu yaklaşımla endüstriyel gelişmeye topluca uygun olmayan alanlarda turizmin bir iktisadi faaliyet kolu olarak geliştirilmesi, ülkenin bir tarafından kazanılan zenginliğin diğer tarafında harcanması yoluyla zenginliğin bu yörelere aktarılması ve buralarda refah düzeyinin yükselmesine yardımcı olur.

2.1.8. Turizmin Altyapı ve Üstyapı Yatırımlarına Etkisi

Turizm talebini karşılamaya hazır hale getirebilmenin temel koşulu, altyapı, ulaştırma ve çeşitli yerel hizmetler bakımından hazır olabilmektir. Bu nedenle turizmin gelişmesiyle altyapı arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Altyapı yatırımları devletin sosyal işlevleri içerisinde ele alınmakta ve görünmeyen hizmetler olarak, hem halkın yararlanması, hem de ekonomik gelişme amacıyla gerçekleştirilmektedir. Turizmin altyapı üzerine net etkisini belirlemek mümkün değildir. Fakat turizmden sağlanan gelişmelerin altyapıyı geliştirici ve yönlendirici bir etki gösterdiği söylenebilir. Turizmin gelişmesinden etkilenen bir diğer unsur da üst yapıdır. Zira turistik üstyapı, turistik gereksinimleri karşılamaktadır. Turizmin gelişmesiyle doğrudan turizme yönelik üstyapı yatırımları artacaktır.

Turizmin tipik özelliği, birbirinden farklı dallarda faaliyet gösteren çok sayıda küçük birimlerden oluşmasıdır. Bu birimler arasında küçük lokantalar, oteller, moteller, el sanatları satış dükkanları vb. sayılabilir. Böylelikle yönetimin altyapıya ve bazen de üstyapıya yatırım yapması, birçok küçük işletmelere yatırım yapılmasını teşvik eder. Bu işletmelerin sermaye gereksinimlerinin nispeten küçük olmasıyla birlikte, yapılan yatırımlar hızla sonuç vermektedir.³⁹

³⁹ KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.70

2.1.9. Turizmin Ekonomik Sektörler Üzerine Etkisi

Hizmetler sektörü içinde yer almakla birlikte, turizm, taşıdığı özellikler nedeniyle diğer sektörlerle yakın bir ilişki içindedir. Ülke ekonomisinde iç ve dış turizm hareketlerinin yarattığı tüketim-gelir hacmi, özellikle tarım sektöründe ve turizm sektörüyle birlikte diğer sektörlerde de bir canlanma ve harekete neden olur.

Turistlerin yaşantısı, barınma ve beslenme gibi olağan, sağlık ve kaza gibi olağanüstü ve oyun, eğlence, spor gibi tatil yaşantısı ile ilgili ihtiyaçların karşılanmasıyla yerli nüfusun ihtiyaçlarının karşılanması arasında fark vardır. Bazı ihtiyaçlar arasında benzerlik olmasına rağmen, turizmin gelişmesine paralel olarak turistin ihtiyaçları ile yerli halkın ihtiyaçları arasındaki farkın artması sonucu, turistik yaşantının etkisi altında kalan hizmetler, sanatlar ve ticaret biçimlerinde büyük bir çeşitlilik görülür.

Bir ekonomide turizmin gelişmesi çeşitli aşamalardan geçerken, her aşama ile birlikte ekonominin diğer sektörleri üzerindeki etkisi de farklılaşır.

Turizm faaliyetlerinin gelişmesinin ilk aşamasında, turizm olağan bir tüketim tipi düzeyinde olduğundan, insanların genel ihtiyaçlarının karşılanmasındaki özellikleri taşır.

İkinci aşamada ise, konut tüketimine ilişkin sanat, donatım ve hizmetlerin canlılık kazandığı görülür. Bu aşamada, yalnız yazlık ve çeşitli yapı düzenlemeleri değil, aynı zamanda kiralık tesisler, kamp alanları düzenlemeleri, konaklama ve yiyecek-içecek tesisleri yapımı, yol inşaatları, konaklama merkezlerinin daha iyi düzenlenmesi, ortak spor ve kamu alanlarının düzenlenmesi önem kazanır. Böylece turizm, inşaat ve sanayi sektörleri üzerinde etkili olmaya başlar.

Üçüncü aşamada rahatlık ön plana geçeceğinden, yüksek maliyetli hizmetler, işlenmiş gıda ürünleri, rahatlığı arttırıcı ve ihtiyaçların giderilmesini kolaylaştırıcı çeşitli üretim ve hizmetlerde bir canlılık meydana gelir.

Dördüncü aşamada turistin güvencesi sağlanmaya çalışılır. Bu aşamada sağlık donanımı, bankalar, sigorta hizmetleri ve emniyet teşkilatı turizmdeki gelişmeden etkilenir.

Beşinci aşama ise lüks turizmdir. Olağan turistik ticaretten lüks turizme geçişle birlikte, sektöre mal ve hizmet girdisi sağlayan kuruluşların üretim kalitelerinde bir artış meydana gelir.

Böylece turizm diğer sektörler üzerinde yarattığı dolaylı etkiden kaynaklanan sürükleyici bir rol oynar. Turizm talebinin ortaya çıkardığı ek talep nedeniyle, mal ve hizmetlerin yerli halkın ödediği fiyatlardan ve ihracat fiyatlarından daha yüksek fiyatlarla satılabilmesi, diğer sektörlerdeki üreticilerin ilgisini çeker. Böylece kalitatif ve kantitatif açıdan farklı bir üretim yapısı oluşmaktadır.⁴⁰

2.1.9.1. Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi : Turizmin gelişmesine paralel olarak, turizmin gelir etkisinin artması, tarım sektöründe üretim kalitesinin artmasına, standardizasyonun sağlanmasına ve en önemlisi kaliteli ürünün değerini bulmasına neden olur. Ayrıca, tarımsal faaliyette bulunanların çeşitli alternatifleri değerlendirerek turizmden gelir sağlamaları da mümkündür.

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-icecek

⁴⁰ OLALI, Hasan ve Alp TİMUR. A.g.e., s.110-111

işletmelerinin işlenmiş tarım ürünleri ve turfanda meyve ve sebze talepleri, bu faaliyet alanlarında bir canlanmaya neden olur. Bitkisel üretim, hayvancılık ve su ürünlerinin değerlendirilmesi yanında, gıda ve içki sanayi ürünlerinin pazar bulması, ancak turistlerin aradığı özellikleri taşımaları durumunda mümkün olacağından dünya standartlarına ve kalitesine yaklaşma çabaları artar.⁴¹

Tarım arazisini, çiftliğini turizmden gelir sağlamak için turizmin hizmetine sunan çiftçiler, alanlarını kiralayarak veya satarak hem gelir elde ederler hem de o yörenin turistik tanıtımına katkıda bulunurlar. Eski, fakat konforlu köy evlerinde ağırlanan turistlerin birinci ağızdan tanıtımıyla turizm talebi artacaktır. Bu şekilde ve ilgili kuruluşlardan turizm kredisi temin yoluyla yöre halkının refah düzeyi artmış olacaktır. Ancak, turizmin turistik mahal üzerinde ekonomik yönden yaptığı bir diğer etki, ekonomik hayatın seyri üzerinde görülür. Turizm sezonu esnasında bütün faaliyet kollarında iş hacmi genişlemekte, yerli işgücü nicelik ve nitelik yönden yetersiz kaldığından dışarıdan işgücü akını olur ve sezon sona erdiğinde, mal ve hizmetlere olan talep düşer, iş hacmi daralır.

2.1.9.2. Turizmin Sanayi Sektörüne Etkisi: Turizmin sanayi sektörüyle ilişkisi üç şekilde ortaya çıkar;

- Turizmin tüketim malı üreten sanayiler üzerinde etkisi fazladır. Turizmin yoğun olduğu bölgelerde, gıda ve içki sanayilerinde görülen üretim çok fazladır, hatta turistik tüketime yönelik üretimde bulunulduğu söylenebilir.

- Ara malı üreten sanayilerde özellikle, deri, deri mamülleri ve seramik sanayi üzerinde turizmin etkisi yüksektir. Seramik, cam, sıhhi tesisat, demir-çelik sanayilerinde ek bir talep söz konusudur. Hediyelik eşya

⁴¹ KOZAK, Nazmi, vd.. A.g.e., s.69

satışlarının gelişmesi, yatırımların artması inşaat malzemeleri sanayinde bir canlanma yaratacaktır.

- Yatırım malı üreten sanayiler üzerinde turizmin etkisi azdır. Sadece ulaştırma araçları üreten sanayilerde turizmin gerektirdiği bazı değişiklikler yapılması söz konusu olur.⁴²

Turizmin sanayi üzerinde yarattığı diğer bir etki de, çevre kirlenmesinin önlenmesi için, sanayi kuruluşlarını tedbir almaya teşvik etmesidir.

2.1.9.3. Turizmin Hizmetler Sektörüne Etkisi: Dünya ticaretinin dörtte üçünü hizmet sektörü oluşturmaktadır. Hizmet üretiminde aranan belli özellikler, bu sektörde talep edilen kalitenin daha farklı biçimde, daha zengin ve diğer sektörlerle bütünleşmiş bir halde satılmasını öngörmektedir. İstihdam açısından insan kaynağının değerlendirilmesi hizmet sektörünün kalitesine ve gelişmesine bağlıdır.

Turizmin hizmetler sektörü üzerindeki etkileri beş değişik alanda ele alınabilir;

- Cari tüketimle ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (ekmek, et, manav, bakkaliye gibi).

- Donatım sanatlarıyla ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (elektrikçi, boyacı, demirci, inşaat işçiliği gibi).

- Konforla ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (moda evleri, spor malzemesi, parfümeri, çiçekçi, çay bahçesi gibi).

- Yardım ve güvenlik hizmetleriyle ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (sağlık tesisleri, banka, sigorta, polis gibi).

⁴² OLALI, Hasan ve Alp TİMUR. A.g.e., s.113

- Lüks hizmetlerle ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (kuyumcu, gece kulübü, sauna, rehber, antikacılar gibi).⁴³

2.1.10. Turizm-Enflasyon İlişkisi

Turizm hareketleri zaman ve mekan içinde, belirli dönemlerde ve belirli bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Maliyetlerin yükselmesi, bunu izleyerek fiyatların artması ve takiben de talebin yükselmesiyle ortaya çıkan enflasyon, maliyet enflasyonu olarak kabul edilmektedir. Turizmde maliyet enflasyonu turistik mal ve hizmet üretiminde etkisini göstermektedir. Maliyet enflasyonu olarak nitelendirilen bu turistik mal ve hizmet üretiminin üzerindeki baskı, ekonomi politikası çerçevesinde devlet üretim girdi fiyatlarını saptarken; konaklama, ulaştırma, seyahat acentaları yatırım yapacakları mallarla ilgili maliyetleri saptarken ve bu işletmelerde ücret-reklam artışları hesaplanırken ortaya çıkar.

Diğer taraftan, turizm sektöründe karşılaşılan bir başka enflasyon çeşidi de gelirlerin artmasına ve sınırlı arz kapasitesine bağlı olarak gelişir. Başka bir deyişle toplumun harcamaları toplamı, ekonominin mevcut üretim kapasitesi ile üretebildiği toplam mal ve hizmet miktarını aştığı takdirde bu enflasyon çeşidi ortaya çıkar. Talep enflasyonu denilen bu enflasyon, talebin artmasına karşılık, gıda maddeleri üretimi yeterli düzeyde artırılmazsa, arz yetersizliği nedeniyle bazı maddeler ithal edildiğinde meydana gelir. Doğal olarak bu aşamada, dış ödemeler bilançosu açığı da giderek büyüyecektir. Sektör için yardımcı nitelikte olan mal ve hizmetlerde ikame imkanı bulunduğu, fiyat artışlarının etkisi giderilebilir.⁴⁴

Turist akımlarının yoğunlaştığı tatil süresinde yüksek talepten dolayı çekim merkezinde turistlerin tükettiği ürünleri fiyatları bir anda yükselir.

⁴³ DİNÇER, M. Zeki. A.g.e., s.95

⁴⁴ DİNÇER, M. Zeki. A.g.e., s.96

Ancak yükselen fiyatlar yoğun dönem sona erdikten sonra düşmez ve bir sonraki dönem kadar yüksek fiyatlar piyasada geçerliliğini korur. Bir sonraki yoğun dönemde fiyatlar tekrar artmaya başlar ve bu durum sürekli devam eder.

Turistik tüketimden dolayı ortaya çıkan enflasyon çekim merkezi için bazı olumsuz etkiler yaratır. İlk olarak artan fiyatlar yerel halkın yaşam düzeyini etkiler. Her ne kadar yoğun dönemdeki fiyat artışlarından dolayı çekim merkezindeki halk kısa dönemde kâr sağlarsa da daha sonra bu yüksek fiyatlarla yaşamak zorunda kalır.

İkincisi, fiyat artışları, gelişmekte olan çekim ülkesinin rekabet gücünü azaltır. Eğer enflasyon düzeyi rakip çekim ülkelerindeki düzeyden daha fazla ise, enflasyonun yüksek olduğu çekim ülkesine talep azalır. Böylece ülke (talebin fiyatlara karşı çok esnek olduğu gözönüne alınırsa) rekabet gücünü yitirir.

Son olarak da enflasyon, talebi yönlendiren tur operatörlerinin kararlarına ve paket turun niteliğini olumsuz yönde etiler. Tur operatörleri paket turun fiyatlarını düşük tutmak zorunda olduklarından ya talebi fiyatların daha düşük olduğu ülkelere yönlendirirler, ya da sundukları ürün içindeki hizmetlerin kalitesini düşürürler, hizmetleri kısarlar.

Elbetteki turizmden doğan enflasyonun tüm ekonomiye olan maliyeti turizm endüstrisinin o ülkede GSMH'nın oluşumundaki payına bağlıdır. Ekonomi içinde turizmin yeri, önemi ne kadar büyük ise turizmin neden olduğu enflasyon ekonominin diğer bölümlerine o kadar çok yansır.⁴⁵

2.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

Turizmin ekonomik etkilerine iyimser açıdan bakan yaklaşım, sözkonusu etkilerin olumsuz da olabileceğini ortaya koyacak araştırma ve

⁴⁵ YARCAN, Şükrü. A.g.e., s.44

incelemelerin yapılmasını ve bunların sistematik bir biçimde çözümlenmesini uzun süre engellemiştir. Oysa, turizm etkilerinin bir ülke ekonomisini olumsuz yönde etkileyecek bir maliyeti ve etkileri bulunmaktadır. Bu konular beş başlık altında ele alınabilir.

2.2.1. Fırsat Maliyeti

Turizmin geliştirilmesi konusunda kararlı olan ülkelerin öncelikle, sahip oldukları kıt kaynakları turizme yatırmaları durumunda kazanacakları gelir ile başka sektörlerle yatırılması halinde elde edecekleri geliri karşılaştırmaları zorunludur. Bu tür karşılaştırmalar fırsat maliyeti olarak adlandırılır.⁴⁶ Fırsat maliyetin hesaplanabilmesi, her şeyden önce, turizm yönünde kullanılan tercih nedeniyle yitirilen diğer fırsatların tanımlanması ve değerlendirilmesini gerektirir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından son derece önemli olan bu durum, zaten kıt olan kaynakların belki daha verimli olabilecek alanlar varken, göreceli olarak daha az verimli turizm alanına yatırılmasına ve bir anlamda bu kaynakların israf edilmesine neden olabilecektir.

Örneğin, ülkemizin Ege ve Akdeniz kıyılarında yer alan verimli tarım alanları, spekülatif artışlar sonucu turizme tahsis edilmiş ve bu bölgelerde üretilen bazı tarım ürünlerinin ithali yoluna gidilmiştir. Karaib adalarından olan Güney Lucila, üretmiş olduğu muzlar ile dış ihraç gelirlerini arttırmıştır. Ancak turizmdeki gelişme sonucu muz üretimi azalmış, ithal edilen gıda miktarında önemli artışlar ortaya çıkmıştır. Bu da ödemeler bilançosu üzerinde olumsuz bir etki yaratmıştır.

⁴⁶ LEA, John. **Tourism and Development in the Third World**. Loutlegde Publishing House, Londra: 1988, s.49

2.2.2. Turizme Aşırı Bağımlılık

Bazı gelişmekte olan ülkeler, bir anlamda kendilerini gönüllü olarak turizme bağlamakta ya da en azından bu yönde bir eğilim taşımaktadırlar. Turizmin büyüyen bir endüstri olması ve geleceğe ilişkin projeksiyonların turizm talebinin artacağına ilişkin ipuçları içermesine karşılık, bu talep artışından her ülkenin aynı oranda yararlanabileceğini varsaymak, çok yanıltıcı sonuçlar doğurabilir. Çünkü turizm, bir çok etken karşısında esnek talebe dayanan bir endüstri olup, fiyat, moda gibi kısmen öngörülebilir; ekonomik ya da siyasal bulanımlar gibi kolaylıkla öngörülemez etkenlere bağlı olarak ciddi talep kayıplarına uğrayabilir. Bu nedenle turizmin geliştirilmesi çabalarında dengeli bir yaklaşımın belirlenmesi ve geliştirme yönündeki girişimlerin taleple birlikte değerlendirilmesi kaçınılmazdır. Bu durum, geleceğe yönelik talep tahminlerinin önemini bir kez daha arttırmaktadır. Turizme bağlı kalarak gelişme eğilimindeki ülkeler, oynak bir zemin üzerinde yükselme çabasında olduklarını bilmek, ileride ekonomik yıkımlara düşmemek için de, bir yandan turizmi geliştirme çabalarını sürdürürken diğer yandan da mevcut işgücünü eğiterek ekonomilerini çeşitlendirmek ve böylelikle turizme bağımlı olmaktan kurtulmaları gerektiğinin bilincinde olmak durumundadırlar.⁴⁷

2.2.3. Yabancı İşgücü Gereksinmesi

Yabancı işgücünün istihdamı genellikle bu iş alanının ulusal insan potansiyeli tarafından karşılanamadığı durumlar için sözkonusudur. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından çeşitli alanlarda nitelikli personel sayısının azlığı, kimi zaman yabancı işgücü gerekli kılmaktadır. Bu yol ise turizmden elde edilen döviz gelirlerinin bir kısmının yabancı işgücüne ödenen

⁴⁷ KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.71

çok yüksek ücret nedeniyle yitirilmesi anlamını taşır. Aynı sonuç, yabancı sermaye ya da ortaklık biçimindeki yatırımlarda ve yabancı işletmelerde çalıştırılan personel için de geçerlidir. Örneğin Türkiye’de çalışan orta ve üst düzey yabancı personel sayısının toplam içinde % 2’lik bir düzeyde olduğu, yönetici olarak çalışan personel içerisinde ise bu oranın % 33’e yükseldiği görülmektedir.

Türkiye’de 1982 yılında yürürlüğe giren Turizm Teşvik Kanunu ile, Turizm İşletmesi Belgeli tesislerde toplam personelin % 10’unu geçmemek koşuluyla yabancı personel çalıştırma hakkı tanınmıştır. Türkiye’de turizm işletmelerinde gereksinim duyulan yabancı işgücü, daha çok yönetim, animasyon ve rehberlik hizmetlerinde yoğunlaşmaktadır.⁴⁸

2.2.4. Mevsimlik Dalgalanma

Turizm için sözkonusu olan mevsimlik talep dalgalanması kendisini en yoğun biçimde konaklama sektöründe hissettirir. Büyük kentler dışındaki konaklama tesislerinin çoğunun mevsim dışında kapalı olması, bir yandan yatırımların geri dönüş süresini uzatarak yatırımcıların çekingenliğine yol açarken, diğer yandan mevsim boyunca yoğunlaşan talebin gereksinmelerinin karşılanabilmesi için gerekli kapasite arttırımını da engellemektedir. Bu özelliği nedeniyle konaklama işletmeleri mevsimlik kazançları ile yıllık gereksinimlerini karşılamak zorundadırlar.

Aynı şekilde mevsimlik dalgalanma, istihdam edilmekte olan işgücüne de yansiyarak bir anlamda mevsimlik işsizlik sorununu yaratmaktadır.

⁴⁸ MANİSALI, Erol ve Şükrü YARCAN. *Türk Turizm Endüstrisi Araştırması*. T.C. Turizm Bankası A.Ş. Yayını, Ankara: 1987, s.21

2.2.5. İthalat Eğilimindeki Artış

İthalat eğilimindeki artış, her birim turist dövizinin neden olduğu mal ve hizmet ithalatına yönelik döviz transferi ile ilgilidir. Bir anlamda gelir olarak elde edilen döviz, turizmle doğrudan ya da dolaylı ilişkisi olan mal ve hizmetlerin satın alınması nedeniyle uğranan döviz kaybını ifade eder.

Pek çok gelişmekte olan ülkenin ekonomisi, uluslararası turizmin gereksinim duyduğu mal ve hizmetlerin tümünü, nitelik ve nicelik açısından karşılayamaz durumdadır. Hatta bu konuda ilginç bir örnek Karaib adalarında 1960'larda yaşanmış, bu tarihte artmaya başlayan turizm talebinin ülkenin daha önce kendine yeterli olan gıda maddeleri üretiminde her yıl % 4 dolayında artış gösteren bir ithalat düzeyine gelmesine neden olmuştur. İthalat eğilimindeki artış yalnızca gereksinme duyulan mal ve hizmetlerin ülkede üretiliyor olup olmamasıyla ilgili değildir. Örneğin, Turizmi Teşvik Kanunu ve Yabancı Sermaye Kanunu çerçevesinde getirilen ve yatırımlarla ilgili mal ve hizmet ithalatına gümrük vergisi muafiyeti tanıyan hükümler sonucunda, kapı kilidinden lavabo takımlarına kadar her türlü malzemenin ithal edilmesi söz konusu olmaktadır.

Bununla birlikte, turistik tüketim için ithal edilen gıda maddelerine harcanan döviz miktarıyla turistlerin beraberinde getirdikleri çeşitli gıda maddelerinin toplam değeri sızıntı olarak dikkate alınacağı için ülke ekonomisine herhangi bir katkısı olmayacaktır. İthalat eğilimindeki artış, ülkede yer alan üretim faktörlerinin etkin bir şekilde kullanılmasına da engel oluşturmaktadır.⁴⁹

⁴⁹ KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.73

2.3. Turizmin Diğer Fonksiyonları

2.3.1. Turizmin Sosyal Fonksiyonu

Turizm olayının esasını insan unsuru ve insan toplulukları oluşturmaktadır. Turizm insandan insana, insandan topluma geçen sosyal bir olaydır. Turistler başka yerlere gitmekle buralarda yeni insanlarla, toplumlarla temasa geçmekte ve değişik sosyal ilişkiler kurmaktadır. Turistler, bir yandan gittikleri yerleri sosyal açıdan etkilemekte, diğer yandan da bu yerlerden kendileri de etkilenmektedir. Bu iki yönlü ilişkiden, turizm bir kültür taşıyıcısı olarak insanlar ve insan toplulukları arasındaki bağları güçlendirmektedir. Turizm değişik kültür ve davranışlardaki insanların görüş açısının genişlemesinde önemli bir etken olmaktadır. Turistin, dünyada çeşitli davranışlar, inanışlar ve anlayışların bulunduğunu öğrenmesi, hoşgörü duygusunu geliştirme ve bir arada barış içinde yaşama anlayışını daha da güçlendirmektedir.

Turizm, ekonomik olduğu kadar sosyal ve kültürel bir alış-veriştir. Her tarihi eserde insanlığın, her doğal harikada Yaratıcı'nın büyüklüğü görülür. Böylece turizm, insanlığın sosyal ve kültür seviyesinin yükselmesine yardımcı olur.

2.3.2. Turizmin Politik Fonksiyonu

Uluslararası ilişkilerin gelişmesinde turizmin rolü çok büyüktür. Komşu ve uzak milletleri görmek, tanımak, yabancı insanlarla konuşmak, onları sevmek ve onlar tarafından tanınıp sevmek ancak turistik ilişkilerle mümkün olmaktadır. Ulusların birbirlerini sevmeyi öğrenmesi ve karşılıklı anlayış içinde bulunmaları uluslararasıdaki bağları daha da kuvvetlendirmektedir.

Turizm, insana insanı keşfettirir. İnsani ilişkiler, ulusları birbirine daha çok yakınlaştıracığından, turizm, evrensel barışın doğmasına yardımcı olmaktadır. Günümüzde turizm, uluslararası barış ve dostluğun temel unsuru kabul edilmektedir.

İnsanların, ülkenin değişik bölgeleri ve bölge insanlarıyla temasta bulunması, birbirlerini daha yakından tanımalarına yol açmaktadır. Karşılıklı sevgi ve saygı, iç düzeni ve barışı sağlar, kardeşçe yaşamayı gerçekleştirir.

2.3.3. Turizmin Siyasal Fonksiyonu

Milyonlarca kişinin ülkeler arasında seyahat etmesi, konaklaması, uluslararası ilişkileri çok yönlü etkilemektedir. Uluslararası alanda meydana gelen böyle bir olayın etkilerine siyaset bilimi de ilgi göstermektedir. Turizm olayının siyaset biliminin ilgi alanına girişi yalnızca uluslararası turizm sebebiyle değildir. Örneğin, ülkenin siyasi düzeni ile turizmin biçimi, yönü, hacmi arasında bazı ilişkiler kurmak mümkündür. Zaman zaman çeşitli ülkelerde turizmin siyasal bir araç olarak kullanıldığına da rastlanmış ve günümüzde de rastlanabilmektedir. Uluslararası anlamda gerginliklerin azalması, liberalleşme eğilimlerinin artması iç turizmi ve uluslararası turizm hareketini olumlu yönde etkilemektedir. Aksine, dünyanın siyasi gerginliklerin arttığı ve hatta savaş ihtimalinin belirdiği bölgelerinde turizm olumsuz yönde etkilenmektedir.

Uluslararası turizmin bugünkü kapsamı ile çeşitli ülkelere mensup insanların daha yakın biçimde temas etmelerine imkân sağlayarak, dostça ilişkiler kurulmasına ve dolayısıyla halklar arasında gerginliklerin azaltılmasına katkıda bulunduğu da bir gerçektir.⁵⁰

⁵⁰ TOSKAY, Tunca. A.g.e., s.67

2.4. Turizm ve Toplumsal Çevre

Bilindiği üzere, turizm yalnızca ekonomik bir olay olmayıp toplumsal, kültürel, siyasal ve çevresel yönleri de olan, toplumu ve dolayısıyla toplumsal yapıyı etkileyen bir harekettir. Bu nedenle turizmin etkileri değerlendirilirken yalnız gelir getirici ve döviz kazandırıcı özellikleri gibi, maddi ve ekonomik sonuçları değil, toplumsal ve kültürel yansımaları gibi ekonomik olmayan konuların da irdelenmesi gerekir.

Toplumsal açıdan turizm olgusu, turist ve onu kabul eden ülke halkı olarak iki şekilde de incelenebilmektedir. Gelişmiş ülkeden dinlenme- eğlenme amacıyla gelen turist, bulunduğu bölgede rahat bir şekilde hareket etmek isteyeceği için, bölge halkının alışık olmadığı davranışlarda bulunması halinde tepki ile karşılaşır ve bu ortamdan rahatsızlık duyar. Böyle durumda ziyaret edilen ülke halkı da sahip olunan gelenek, görenek, dil, din, yaşam biçimi gibi kültürel değerleri korumak için savunmaya geçer. Böyle bir toplumsal iletişim ortamında ise, turist aktif, turist kabul eden yöre halkı da pasif bir konumda yer alır. Yani, turist kabul eden ev sahibi yöre halkı, turistin düşünce ve davranış biçimlerinden etkilenmeye başlar.

Yukarıda da belirtildiği gibi, turist kabul eden ülke halkı açısından turistler, kültürel kirlenmeye neden olan tehdit edici bir unsur olarak algılanırlar. Bu kişiler, böylelikle bölgede süregelen geleneksel düzenin ve yaşantının yok olacağını, gençlerin olumsuz yönde etkileneceğini ve ahlaki çöküntüye maruz kalacaklarını düşünürler. Bu olumsuzlukları önlemek için de kültürel değerlere sahip çıkılması ve turistlerin de baskı unsuru olarak görülmeleri gerektiğini savunurlar.⁵¹

⁵¹ Longman Group U.K. Limited. **Developing Tourism Destinations, Policies And Perspectives.** Hong Kong: 1991, s.27

Diğer yandan turist ile ziyaret edilen ülke halkı arasındaki kültür çatışması ne kadar şiddetli ise, sözkonusu ülkeye yönelik olan turist akımları da o derecede fazla olacaktır. Bu nedenle, turizm örgütleri, uluslararası turizm hareketlerine katılacak turistlerin bölge seçimlerini yaparlarken dikkatli davranmaları ve iki ülke arasındaki toplumsal yapının karşılaştırılması gerektiği konusunda yardımcı olmaktadır.

Turist ve yerli halk arasında iletişim kurulmasını engelleyen etmenler arasında;

- Turist grupların gereksinimlerinin turizm işletmelerince karşılanması, bu nedenle yöre halkının yardımına gerek duymamaları (paket turlar),

- Dil farklılığından kaynaklanan anlaşmazlıklar,

- Turistlerin yerel halktan korkmaları, gittikleri bölgede çekingen ve ürkek davranmaları,

- İki grubun birbirine karşı beslediği olumsuz tutumlar,

- Turistlerin kısa bir süre için gelmiş olmaları,

sayılabilir.⁵²

2.4.1. Turizmin Olumlu Toplumsal Etkileri

Turizmin özellikle gelişmekte olan ülkelerin bireyleri üzerinde, gelişmiş ülkelerin toplumsal yapıları yönünde bir etkisi olduğu genel kabul gören bir konudur. İki ülke kültürünün karşılaştığı bir ortamda gelişmiş ülkelerin kültürel yapısı az gelişmiş ülkeyi etkisi altına almaktadır. Dünya turizminin gelişmiş ülkeler tarafından yönlendirildiği günümüzde, gelişmekte olan ülkelerin bu etki altında kalması kaçınılmazdır.

⁵² KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.75

Turist ile yöre halkının birbiriyle iletişim ve etkileşime girmeleri sonucunda meydana gelebilecek olumlu toplumsal etkiler şu şekilde sıralanabilir:

- Farklı toplumlardan gelen bireylerin birbirleriyle bilgi alışverişinde bulunmaları ve kültürel yapılarını daha yakından tanımaları, oluşan dostluk ve arkadaşlık sonucunda dünya barışının sağlanmasına katkıda bulunulması,

- Ülke halkının turistlerle daha yoğun bir iletişime girebilmek için kendilerini daha fazla okuma ve araştırma zorunluluğunda hissetmeleri sonucunda eğitim ve kültür düzeylerinin yükselmesi,

- Farklı kültürleri tanımak, yeni arkadaşlıklar oluşturmak ve turistlere yardımcı olabilmek amacıyla yabancı dil öğrenme isteğinin artması,

- Turizm sebebiyle bozulmasını önlemek amacıyla kültürel değerlere sahip çıkılması ve bu değerlere gereken önemin verilmesi,

- Turizm kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırmaktadır. Turizm endüstrisiyle kırsal bölgelerde yaratılan geniş iş alanları, çağdaş endüstri toplumların kültürel değerlerinin benimsenmesi yoluyla kentsel uygarlıkların bütünleşmesini sağlamaktadır,

- Turizm bir ülkede ulusal bilinci arttırmakta ve yerli halkın sahip oldukları kültür değerleriyle övünmelerine yol açmaktadır,

- Ayrıca turist gönderen ülkeler açısından da turizm, aile bağlarını güçlendirici bir rol oynamaktadır. Günümüz dünyasında iş yoğunluğu nedeniyle parçalanmış veya birbirlerine yeterli zaman ayıramayan aile bireyleri, tatil ve dinlenme süreleri boyunca bir araya gelerek aile bağlarını güçlendirmektedirler.⁵³

⁵³ KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.76

2.4.2. Turizmin Olumsuz Toplumsal Etkileri

Turizmin toplumsal etkileri açısından en çok tartışılan konusu olumsuz etkileri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu alanda yapılan araştırmalar neticesinde turizmin birey, aile ve toplum üzerinde pek çok olumsuz etkisi olduğu görülmüştür. Bu etkileri şu şekilde sıralayabiliriz:

- Turist kabul eden ülke halkının sahip olduğu değer ve inanç yapısının değişmesi, giyim ve yaşam biçiminde ve tüketim alışkanlıklarında meydana gelen değişiklikler,

- Turist kabul eden ülkenin dil yapısına giren yabancı sözcükler sonucunda dilde yabancılaşmanın kendisini göstermesi,

- Sanat değeri taşıyan eserlerin yok olarak, yerini yapay çalışmaların alması, mimari yapılardaki estetik görüntünün yerini birbiriyle uyumsuz bina yığınlarına terketmesi,

- İnsanlararası ilişkilerde dostluk, arkadaşlık, konukseverlik gibi manevi değerlerin yerini ekonomik çıkar gruplarının alması,

- Turist kabul eden bölgede yaşayan halkın iş dışı boş zamanlarını değerlendirmek için bar, sinema, gece kulübü, kumarhane, disko gibi eğlence yerlerini tercih etmek istemeleri,

- Yerli halkın turistlere özenerek onları taklit etmek istemeleri de bir olumsuz etki göstergesidir. Oysa turistler, tatil psikolojisinin bir sonucu olarak gittikleri yerlerde kendi ülkelerinde sahip oldukları alışkanlıkların ve davranış biçimlerinin dışında davranırlar. Bu, harcama ve tüketim alışkanlıklarında çok belirgindir. Böylece gençlerin turist davranışlarına olan özentileri toplumun diğer bireyleriyle kuşak çatışmasına girmelerine neden olmaktadır.

- Turist ile ülke halkının yaşam düzeylerindeki farklılıkların, ev sahibi ülke halkının turistleri kıskanmasına yol açması sonucunda, kendilerini yalnızca turistlere hizmet etmekle görevli kişiler olarak algılanmaya başlamaları,

- Özellikle turistlerle yerel halk arasında çok belirgin ırksal farklılıkların olduğu yerlerde ırksal gerginliklerin ortaya çıkması,

- Maddi olmayan kültür, turistik talep uğruna ait olduğu ortamdan kopararak, turistlerin görebilmeleri için adeta sahnelenmektedir.

Turizm olgusunun temelini oluşturan turist ve bölge halkı, aynı zamanda turizm hareketleri içerisinde de birbiriyle en fazla iletişim ve etkileşimde bulunan iki önemli unsuru oluşturmaktadır. Turizm, turist kabul eden ülkelerin sosyo-ekonomik yapıları üzerinde önemli değişimleri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, turizme karşı çıkanlar, içinde bulundukları toplum bireylerinin sahip oldukları gelenek, görenek, ahlak yapısı, yaşam biçimi vb. ortak kültürel yapılarının turizm hareketleri sonucunda olumsuz bir şekilde etkileneceğini öne sürmekte; turizme karşı olumlu düşünceye sahip olanlar ise, turizmin beraberinde getirmiş olduğu ekonomik kazançlara ve bunun sonucunda ortaya çıkan toplumsal ve ekonomik gelişmeye dikkat çekmektedirler.⁵⁴

Ülkemizde turizmin toplumsal yapı üzerindeki etkileriyle ilgili yakın zamana değin ciddi araştırmalar yapılmamıştır. Ancak son zamanlarda bu alanda bazı çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Yakın zamana değin turizmin toplumsal yönünün dikkatten uzak tutulması, konuya yalnızca ekonomik getirileri yönünden yaklaşılması, turizmin neleri götürdüğü veya diğer bir deyimle toplumsal yapı üzerinde ne gibi yıkımlara yol açtığı tam olarak bilinmemektedir. Bu nedenle Türkiye’de turizmin toplumsal yapı

⁵⁴ Longman Group U.K. Limited. A.g.e., s.100-101

üzerindeki etkilerini ölçen araştırmalarda karşılaştırma yapılabilecek araştırma eksikliği bulunmaktadır.

Turist ile turist kabul eden ülke halkı arasında meydana gelebilecek olumsuz olayların sonuçlarını ortadan kaldırabilmek için öncelikle ev sahibi ülke halkının eğitime önem vermek gerekmektedir.

2.5. Turizm ve Fiziksel Çevre

Belirli bir bölgeye ya da ülkeye yönelik turizm talebinin oluşması ve bu talebin sürdürülmesi sırasında fiziksel (tarihi ve doğal) çevre önemli bir etken olmaktadır. Ayrıca turistlerin gidecekleri yerin seçiminde ve kalış sürelerinin saptanmasında da fiziksel çevre önemli bir belirleyicidir.

Daha açık anlatımla turizm ve fiziksel çevre, birbirinden ayrılmaz bir ilişki içerisindedir. Turizm, bütünüyle fiziksel çevrede oluşmakta ve fiziksel çevrenin çekim öğeleri turizm talebi üzerinde kesinlikle bir etkiye sahip bulunmaktadır. Dünyanın son 30-40 yıl içerisinde fiziksel çevre üzerinde oluşturduğu ağır tahribat, turizmin çevre ile ayrılmazlığını daha bir arttırmaktadır. Bu alanda araştırmalar yapan bilim adamları, önümüzdeki yüzyılda turizm talebini belirleyen tek seçeneğin çevre olacağı üzerinde görüş birliği içerisindedirler.

Turizm etkinliklerinin büyük kısmı doğanın sunduğu verilerin sergilenmesi veya sunulması ile gerçekleşmektedir. Buna karşı gerçekleşen turizm faaliyetleri fiziksel çevre üzerinde çeşitli şekillerde etki göstermektedir. Bu etkiler, doğal ve tarihi çevrenin, tahribatı şeklinde olumsuz olabileceği gibi, onların kazanılmasına yönelik ciddi önlemlerin alınması şeklinde olumlu yönde de olabilmektedir. Bu karşılıklı etkileşim turizm ve fiziksel çevre ilişkisini ortaya koymaktadır.⁵⁵

⁵⁵ OLALI, Hasan, vd. **Dış Tanıtım ve Turizm**. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara: 1983, s.185

2.5.1. Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumlu Etkileri

Turizmin çevrenin korunması yönündeki bilinçlenmeye olan katkıları başlıca dört alanda gerçekleşmektedir.

Bunlardan ilki; turizmin mevcut tarihi yöre, anıt ve yapıların restorasyonu ya da iyileştirilmesi yönünde itici bir güç olmasından kaynaklanmaktadır. Turizm bu yönüyle tarihi öneme sahip alanların korunmasına olumlu yönde katkıda bulunmaktadır. Bunun nedeni de turizmin bu yöreleri çekim bölgesi olarak kullanmasından kaynaklanmaktadır. Bu olumlu etkileşim doğrudan doğruya ekonomik amaçlardan doğmaktadır.

Turizmin ikinci olumlu etkisi eski yapıtların yeni kimlikleriyle bugün de yaşamalarını sağlayacak düzenlemelere gidilmesini özendirmesidir. Eski hanlar, kışlalar, sarnıçlar, kaleler restore edilerek otel, restoran vb. tesislere dönüştürülmektedir. Bu sayede bu eni düzenlemeler bir turistik çekicilik arzederken, yapının da ayakta kalması sağlanmaktadır.

Üçüncü olarak turizmin bir diğer olumlu katkısı da, çevrenin korunmasına hız verilmesidir. Yukarıda da belirttiğimiz gibi turizmin pazarlamasını yaptığı, daha doğrusu satışından para kazandığı en önemli meta, çevredir. Bu nedenle, turizmin hizmetine sunmak amacıyla pek çok ülkede ulusal parklar, koruma alanları, doğal ve tarihi değerler bulunmaktadır.

Turizmin çevrenin korunmasına ilişkin dördüncü katkı biçimi ise, çevre korunmasına ilişkin önlemlere planlama ve yönetsel bir boyut eklenmesi yönündedir. Çünkü uluslararası turizm talebinin arttırılabilmesi ve bu talebin sürekli kılınabilmesi, çevresel değerlerin varlıklarını sürdürmelerine bağlıdır. Bu amaçla alınan önlemlerin boyutları ve nitelikleri ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bu farklılık, sözkonusu ülkenin çevre kavramına yaklaşımından korunması amaçlanan varlıkların önemine, bunlardan yararlanılma yoğunluğundan ülkenin sahip olduğu yönetsel yapıya kadar

çeşitli etkenler tarafından belirlenmektedir. Ancak, bütün koruma konusundaki duyarlılığa rağmen çoğunlukla önlemlerin alınmasında geç kalınmakta, bu nedenle de çevre varlıklarının bozulması tehlikesi ortaya çıkmaktadır.⁵⁶

2.5.2. Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Turizm etkinlikleri, tüm önlemlere rağmen fiziksel çevreyi tahrip etmektedir. Bunun başlıca nedeni kitle turizmi nedeniyle çevresel değerlerin bozulmasıdır. İnsanların konuşmaları, fotoğraf makinelerinin flaşları, aşırı yük binmesi, gerekli itina gösterilmeksizin savurganca tüketilmeleri ve temiz tutulmamaları gibi birçok etken turizmin çekicilerini itici hale getirebilmektedir.

Turizmin fiziksel çevre üzerindeki olumsuz etkileri şu şekilde sıralanabilir;

- Turistik yerleşim doğal çevreyi tahrip etmekte ve fiziksel dengeyi bozmaktadır.

- Turizm doğal manzaranın bayağılaşmasına neden olmaktadır. Yağma edilen kıyılar, doğaya uymayan anarşik yapılan bunun en çarpıcı örneğidir.

- Turizm sit alanlarını maddesel olarak kirletmektedir. Piknikler, mekanik donatım, sulara akan sınai ürün artıkları bu kirletmenin en önemli araçlarındandır.

- Turistik mal ve hizmetlerin üretim ve tüketiminden kalan zararlı artıklar çoğu kez doğayı kirlettiği kadar kişilerin sağlığı için de tehlike oluşturmaktadır. Altyapısı yeterli olmayan turistik yörelerde yoğunlaşma nedeniyle ortaya çıkan çöplerin toplanamaması, kanalizasyon sularının denize boşaltılması gibi. Turizmin plansız olarak gelişmesinin bir sonucu olarak

⁵⁶ Longman Group U.K. Limited, A.g.e., s.104

ortaya çıkan nüfus artışı ve aşırı yapılaşmalar, başta kıyılar olmak üzere bütün su kaynaklarını kirletmektedir. Altyapı eksikliği nedeniyle kirlenmiş olan içme ve kullanma sularının işletmelerde tüketilmesi ile salgın hastalıklar ortaya çıkmaktadır. Su kaynaklarının kirlenmesine ek olarak verimli tarım arazileri ve bölgesel flora (bitki örtüsü) ve fauna (hayvan topluluğu) yapısı da tahrip olmaktadır.⁵⁷

- Turizmin fiziksel çevre üzerindeki diğer bir olumsuz etkisi de, çevreyi rahatsız eden bir unsur olarak ele alınması gereken gürültüdür. Ses kirlenmesine, hava, deniz ve kara taşıtlarının çıkardığı sesler, inşaat çalışmaları, özel eğlence yerleri (disko, bar vb.) örnek verilebilir. Ayrıca bölgesel yoğunlaşma nedeniyle artan taşıt araçlarından çıkan egzoz gazları ekolojik dengenin bozulmasına neden olmaktadır.⁵⁸

Uluslararası düzeyde iyi korunmuş çevre, tüm ülkelerin en büyük turizm kaynağını oluşturmaktadır. Ancak bunun korunmasıyla ilgili önlemlerin geç alınması veya yeterince alınmaması, korunma ile ilgili gerekli titizliğin gösterilmemesi günümüzde, turist çeken ülkelerde çevre kirliliğinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Yapılan gözlemler, turizme açılan bir yörenin en çok 15 yıl içerisinde eski özelliğini yitirdiğini ve zamanla da çekim gücünü kaybettiğini ortaya koymaktadır. Bununla ilgili olarak ileri sürülen görüşlerden bir tanesi de dünya turizm etkinliklerine yön veren belli başlı tur operatörlerinin turizm merkezlerini bir süre kullandıktan sonra, yörenin fiziksel çevresinin kirlendiğini ileri sürerek, buraları kataloglarından çıkarmasıdır. Bu nedenle, turizme açılması düşünülen yörelerin turizm sektörüne daha uzun süre hizmet sunabilmeleri için ilk olarak koruma-kullanma dengesine uygun planların

⁵⁷ OLALI, Hasan, vd. A.g.e., s.186

⁵⁸ Longman Group U.K. Limited A.g.e., s.103

yapılması ve uygulanması büyük önem taşımaktadır.⁵⁹ Türkiye'ye bırakıldığında pek çok merkezin turizm açısından çekiciliğini yitirmeye başladığı görülmektedir.

Kentleşme kuşkusuz turizmin geliştiği yörelerde gözlenen en somut olgudur. Bunun en belirgin örnekleri Alanya ve Antalya'da gözlenebilir. Antalya'nın yıllık nüfus artışı Türkiye genelinin iki katına yakındır.⁶⁰ Genelde kentleşme olgusu yararlı olabilir. Ancak çarpık bir boyuta yansyıp, bereketli tarım topraklarının yok olmasına neden olursa bu durumda kentleşmeden bahsedilemeyeceği ortadadır. Bir sonraki konunun da kapsamına giren sözkonusu çarpık betonlaşma eğilimi, doğa ve doğal yapının korunması ilkesine ters düşmektedir.

2.5.3. Turizmde Sürdürülebilir Gelişme

Turizmin gelişmesinin sürdürülmesi, doğal çevrenin korunmasına bağlı olup, turizm-doğal çevre arasındaki ortak yaşamsal ilişkinin alternatif turizm politikaları ve çevresel yönetim-planlama ile dengelenmesini gerektirmektedir. Doğal, kültürel ve estetik değerler açısından hala bozulmamış yöreler, turizm açısından önemli bir potansiyel oluşturmakta ve turizmin gelecek yıllarda gelişebilmesi için kaynak sağlamaktadır. Diğer yandan bu potansiyelin korunması, turizmin geleceği ve insanlık için gerekli hale gelmiştir.

Günümüzde turizm ve çevre arasında sağlıklı bir ilişki kurulabilmesinin ve çevreye uygun turizm anlayışının geliştirilmesinin önemi anlaşılmıştır. Bunun en önemli koşullarından biri de çevrenin korunması anlayışının devlet, yerel yönetimler, turizm yatırımcıları, turistler ve toplumun

⁵⁹ KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.82

⁶⁰ TEKİN, Abdullah. "Turizmin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Etkileri", *Anatolia*. Yıl: 5, S:3, Eylül 1994, s.45

geneli tarafından benimsenmesidir. Doğanın korunması ile birlikte turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi ve sürdürülebilir gelişmenin sağlanması, turizmin geleceği için en önemli koşul olmaktadır. Bununla birlikte koruma-kullanma dengesinin kurulması da çok önemlidir.⁶¹

Sürdürülebilir gelişme kavramı, gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini tehlikeye sokmaksızın bugünkü kuşakların ihtiyaçlarını karşılayabilen gelişme olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre büyüme, çevre ile uyumlu olduğu sürece sürdürülebilir olarak nitelendirilmektedir.

Sürdürülebilir gelişme, doğal çevreyi tüketmeyen, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanaklarını elinden almayan, ekonomi ile eko-sistem arasındaki dengeyi koruyan, ekolojik açıdan sürdürülebilir nitelikte olan bir ekonomik kalkınmadır. Turizmde sürdürülebilirlik kavramı turizme kaynak olan bölgesel/yerel özelliklerin korunup geliştirilerek çekiciliğin devamını sağlamak olarak ifade edilebilir. Turizmin en önemli kaynağı olan doğal çevrenin korunması, turizmin sürdürülebilir gelişmesinin gereğidir.⁶²

⁶¹ UNEP IE/PAC. "Tourism, World Heritage and Sustainable Development", Industry and Environment. C: 15, S: 3-4, Temmuz-Aralık 1992, s.8

⁶² KÖSEBALABAN, Nalan. "Turizmde Çevresel Yönetim ve Planlama". İ. Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, C: 25, S: 2, Kasım 1996, s.156

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE'DE TURİZM

3.1. Türkiye'de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Üç tarafı denizlerle çevrili olan ve 8350 km uzunluğunda bir kıyı şeridine sahip olan Türkiye Asya, Afrika ve Avrupa'nın adeta kavşak noktasında yer almakta ve iki kıtada toprakları bulunmaktadır. Türkiye'nin Asya'da bulunan kısmı Anadolu veya Küçük Asya olarak da isimlendirilen bir yarımadadır ve birçok tarihçi tarafından uygarlıkların beşiği olarak nitelendirilmektedir.

Anadolu'da tarih, paleolitik ve mesolitik çağlara kadar geriye götürülebilir. Neolitik ve Kalkeolitik çağlara ait en önemli kalıntılara Anadolu'da rastlanmıştır. Ayrıca, Anadolu'da Bronz Çağı'nın çarpıcı örnekleri olarak kabul edilen en az üç yerleşim bölgesi bulunmaktadır.

Truvalılar, Asur ticaret kolonileri, Hititler, Frigyalılar, Efes, Milet ve Priene'deki Yunan kolonileri, Lidyalılar ve doğudaki Urartu Krallığı tarih sahnesine Anadolu'da çıkmışlardır. Sümerler ve Medler'i izleyen dönemde Persler Anadolu'da iki yüzyıl süren bir egemenlik kurmuşlardır. Makedonyalı Büyük İskender'in istilası ise Anadolu'da Hellenistik Çağ'ın başlangıcıdır. M.Ö. 133'de Roma İmparatorluğu'nun egemenliğine giren Anadolu, M.S. 395'de bu imparatorluğun parçalanmasıyla başlayan ve 600 yıl süren Bizans dönemini yaşamıştır. Batıdan Haçlı Seferleri ve doğudan Moğol ve Türk akınları Anadolu tarihinin önemli sayfalarıdır. Anadolu'da kurulan Selçuklu Türk devletleri 200 yıl kadar egemen olmuşlardır. 14. yy. başlarında devlet kuran Osmanlı Türkleri ise 20. yy.'a kadar 600 yıl süren ve üç kıtaya yayılan bir büyük imparatorluğu Anadolu'dan ve İstanbul'dan yönetmişlerdir.

Bu imparatorluğun dağılmasından sonra 1923 yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti devleti ise Anadolu tarihinde yeni bir dönemi başlatmıştır.⁶³

Tarihe bu kısa bakış bile Anadolu'nun tarih boyunca birçok uygarlığın doğuşuna, gelişmesine ve çöküşüne sahne olduğunu ve son derece zengin tarihi değerlere sahip bulunduğunu göstermeye yetmektedir.

Osmanlı döneminde bugünkü anlayışa benzer bir görüş ve düşünceye, diğer ülkelerde başlatılan çalışmalara benzer girişimlere ve turizm amaçlı özel yada resmi bir kuruluşa rastlanmamaktadır. Ancak, gözardı edilmemesi gereken önemli bir olay da şudur ki, İslâm'ın şartlarından biri olan hac tüm zamanlarda inanç turizminin en büyük kaynağını teşkil etmiştir. Bununla beraber, 1846 yılında İstanbul'daki Aya İrini Kilisesi'nin askeri müzeye dönüştürülmesi, 1863 ilkbaharında İstanbul'da Sergi-i Umumi-i Osmani adı ile ulusal bir fuarın açılması, bu fuara ülke içinden ve dışından ziyaretçilerin gelmesi, aynı yıl yine İstanbul'da bir seyahat acentasının kurulması ve 1890 yılında "Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek 190 Sayılı Nizamname"nin çıkarılması Türkiye'de turizmin ilk önemli olayları kabul edilir.⁶⁴

20. yy. başlarında İstanbul, yabancılar açısından son derece çekici bir görünüm kazanmıştır. Paris'ten İstanbul'a Orient Express ile seyahat, o günlerin başlıca sembollerinden biri olmuştur. Orient Express'in İstanbul'a seferler düzenlediği günlerde oteller açılmaya başlamıştır ki bu otellerden en ünlüsü, bugün de hizmetine devam eden Pera Palas'tır. Bu dönemde pek çok ünlü devlet adamı, sanatçı, tarihçi ve tüccar İstanbul'u ziyaret etmişlerdir.⁶⁵

⁶³ BARUTÇUGİL, İsmet S. Tourism in Turkey: The Past, Present and The Future. Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C: V, S: 1, Mart 1984, s.115

⁶⁴ ÇORUH, Selahattin. Turizm Çalışmalarımızın Geçmiş Günleri. Ankara: 1974, s.1

⁶⁵ ÖZDEMİR, Mehmet. "Cumhuriyet'in 70. Yılında Türk Turizmi (1923-1993)", Anatolia, Mayıs-Haziran 1993, s.10

Daha sonraki yıllarda Osmanlı Devleti'nin dağılmasının ve I. Dünya Savaşı'nın etkileri ile turizme ilişkin çabalar büyük ölçüde duraklamıştır. Başlıca turist gönderen ülkelerle savaşa girilmiş olması ve turistler için seyahat güvenliğinin azalmasının yanı sıra yabancılara karşı güvensizlik duygusunun yaygınlaşması da turizmin gelişmesini engelleyen önemli birer neden olmuştur.

3.2. Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Turizm

3.2.1. Planlı Dönem Öncesi

Planlı dönemden önce Türk turizmini dört ayrı bölüm halinde inceleyebiliriz.

3.2.1.1. 1923-1930 Dönemi : Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinde turizm ile ilgili ilk hareketin 1923'de, Raşit Saffet Atabinen ve bir grup arkadaşı tarafından kurulan Seyyahin Cemiyeti ile başladığı kabul edilmektedir. Bu kurum gemiyle gelen turist kabilelerinin limandan geçişlerini kolaylaştırmak, yolcu eşyalarını taşıyan ve ilk izlenim veren kayıkçı, hamal ve arabacılara bir tarife belirlemek gibi güncel tedbirlerin yanı sıra ileriye dönük bazı düzenlemelere de girişmiştir.

3.2.1.2. 1931-1939 Dönemi : 30'lu yıllarda Türkiye Seyyahin Cemiyeti'nin çalışmaları sürerken, turizm işlerine devlet tarafından ilk resmi ilgi 1934 yılında başlamıştır. 1934'de İktisat Vekâleti Teşkilat ve Vazifeleri hakkındaki 2450 sayılı kanunda, kamu hizmetleri arasında turizme de yer verildiği görülmektedir. Bu hizmet 1937 yılına kadar Dış Ticaret Dairesi - Türk Ofis tarafından görülmüştür. 1938 yılında Türk Ofis'in neşriyat ve propaganda servisi içinde Turizm Masası bir şube haline getirilmiştir. 1939'da

Ticaret Vekâleti'nin kuruluşu sırasında bu şube, Turizm Müdürlüğü adını almıştır.⁶⁶

3.2.1.3. 1940-1949 Dönemi : Bir denemeden ileri geçmeyen bu teşekküllerden sonra, turizm işinin 1940 yılında Başbakanlığa bağlanan Matbuat Umum Müdürlüğü bünyesine katıldığı görülmektedir. Sonradan turizm işleri Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü adını alan teşekkül içinde bırakılmıştır. 1943'te yürürlüğe giren 4475 sayılı Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü Kanunu'nda Turizm Dairesi'nin görevleri arasında iç ve dış turizmi geliştirme düşünceleri vardır.

Turizme gereken önemin verilmesi için, 1949'da 5392 sayılı kanun ile Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü kurulmuş ve turizm işleri bu müdürlük içindeki Turizm Dairesi'ne bırakılmıştır. Bu kanunun en önemli maddesi Turizm Danışma Kurulu'na ait olan maddedir. 1949'da toplanan bu kurulun aldığı kararlar arasında önemli olanları şunlardır; turizm konusunda devlet düzenleyici ve teşvik edici bir role sahip olacaktır, özel teşebbüsün yapacağı işler ise üstyapı yatırımları, kalifiye personel yetiştirilmesi ve turist çekmek için tanıtım yapmaktır.

3.2.1.4. 1950-1962 Dönemi : 1950 yılına kadar olan dönemde turizm hareketi sadece ülkemizde değil, dünyada henüz gelişmemişti. Fiziki yapı bakımından Türkiye'nin o dönemlerde karayolları şebekesi son derece iptidai ve limanları da oldukça yetersizdi. Yabancı turistlerin konaklamalarına uygun standartlara sahip oteller hemen hemen yok denecek kadar azdı. Esasen Türkiye 1939'a kadar hemen her bakımdan dışa karşı oldukça kapalı bir ülke

⁶⁶ İSTANBULLU, Füsun. *Yabancı Tur Operatörleri ve Türk Turizmi*. TÜRKİSAB Turizm Araştırmaları Dizisi -3, İstanbul: 1991, s.32

konumundaydı ve İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla bu durum daha da belirgin bir hal aldı.

Turizmi geliştirmeye yönelik mevzuat ve teşkilât değişiklikleri 1949 yılında yapılmış ancak bunların olumlu etkileri 1950'den sonra görülmeye başlanmıştır.⁶⁷ Türkiye'de turizm alanında yapılacak yatırımların özendirilmesi konusu ilk olarak 1950 tarihli Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu ile ele alınmış ve o yıl Türkiye Emlak Kredi Bankası'nda 1 milyon TL'lik bir Turizm Kredisi Fonu oluşturulmuştur.

1953 yılında 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu çıkarılmış ve böylelikle turizm politikasının ana ilkelerinin saptanması ve turizmin ulusal ekonomi içindeki yerini almasını sağlayacak girişimlerin hızlandırılması amaçlanmıştır.

Türkiye'de turizmin devlet tarafından desteklenmesi konusundaki önemli bir aşama, başta Ziraat Bankası olmak üzere bazı bankaların katılmasıyla 1955'de 100 milyon TL sermayeli T.C. Turizm Bankası'nın kurulmasıdır. Bu bankanın amaçları arasında turizm yatırımlarının finansmanına yardımcı olmanın yanı sıra iç ve dış turizmi geliştirmeye yönelik olarak çeşitli turistik konaklama tesislerinin kurulması da yer almaktadır.

1962 yılında 300 milyon TL sermayeli bir kuruluş haline dönüştürülen bu banka, gerçekten de bir taraftan AID (Agency for International Development) tarafından oluşturulan turizm fonlarından Türkiye'ye önemli kaynakların, % 4-5 faizli ve 20 yıla kadar vadeli krediler şeklinde aktarılmasını sağlarken diğer taraftan da Abant, Kilyos, İstinye, Yeniköy, Akçay, Çeşme, Marmaris ve Uludağ gibi yerlerde Türkiye'deki turizm işletmeleri arasında önemli yer tutan örnek tesislerin kurulmasını sağlamıştır.⁶⁸

⁶⁷ DİNÇER, Mithat Z. A.g.e., s.100

⁶⁸ BARUTÇUGİL, İsmet S. 1982, A.g.e., s.198

3.2.2. Planlarda ve Planlı Dönemde Turizm

1963 yılı, Türkiye’de turizm açısından önemli bir dönüm noktasıdır. Türkiye’de planlı kalkınma döneminin başladığı bu yılda yalnızca turizm ile ilgilenmesi amaçlanan Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurulmuştur. İç ve dış turizmi geliştirmek, turizmi ulusal ekonominin verimli bir kesimi haline getirmek, ülkenin turizme elverişli tüm olanaklarını değerlendirmek, turizmle ilgili çalışmaları yapmak, yaptırmak, düzenlemek, özendirmek, yol göstermek, çeşitli çalışmalar arasında uyumu sağlamak ve Türkiye’yi tanıtıcı hizmetleri yürütmek gibi görevler 2 Temmuz 1963’te 265 sayılı kanunla kurulan bu bakanlığa verilmiştir.⁶⁹

3.2.2.1. I. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967): I. BYKP’nda, dış seyahat gelir-giderleri, turizm yatırımları için şu hedefler öngörülmüştür:

- Toplam turist sayısı	: 1.488.000
- Toplam turizm geliri	: 139.000.000 \$
- Toplam turizm gideri	: 117.000.000 \$
- Turist başına ortalama gelir	: 84.2 \$
- Toplam turizm yatırımları	: 4.952.700.000 TL
- Turistik yatak sayısı	: 24.900

Birinci planda öngörülmüş olan temel ilkeler ise;

- Ödemeler bilançosu açığının kapatılmasında turizmden istifade edilmesi,

⁶⁹ BARUTÇUGİL, İsmet S. 1986, A.g.e., s.70

- Yabancı turist sayısı artışının % 20'ye, turistlerin ortalama kalış sürelerinin 4 günden 6 güne ve ortalama harcamalarının da 60 \$'dan 100 \$'a çıkarılması,
- Turizm tesis yatırımlarının özel sektör tarafından, altyapı yatırımlarının ise kamu sektörü tarafından yapılması,
- Marmara, Ege, Antalya bölgelerinin öncelikle ele alınması,
- Sektördeki örgütlenmenin yeniden düzenlenmesi ve turistik tanıtmaya ve kredi politikasına yen bir yön verilmesi.

Birinci beş yıllık planda tanımlanan hedefler ilk üç yılda genel olarak gerçekleştirilmişlerse de, öngörülen tedbirler uygulamadaki aksaklıklar nedeni ile zamanında alınamamıştır. Beklenen talep artışı gerçekleşmiş, 1967 yılında Türkiye'ye gelen yabancı sayısı 574.055 kişi olmuş ve plan hedefi % 138.3 gerçekleşme oranı ile aşılmıştır.

1963 yılında 7.7 milyon \$ olan turizm gelirleri, 1967'de % 72.6'lık bir artışla 13.2 milyon \$'a ulaşmıştır. Toplam turizm yatırımlarının en düşük gerçekleşme oranı 1963 yılına isabet etmiştir. 1963 yılında 165.5 milyon TL'lik yatırım (112.6 milyon TL kamu, 52.9 milyon TL özel sektör) yapılması programlanmış ancak 63.5 milyon TL'lik yatırım (23.5 milyon TL kamu, 40 milyon TL özel sektör) yapılabilmektedir. Birinci plan döneminde yatırımların programlar açısından gerçekleşme oranı % 72.9 olmuştur.⁷⁰

3.2.2.2. II. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972) : II. BYKP'nda, dış seyahat gelir-giderleri ve turizm yatırımları için şu hedefler öngörülmüştür:

- Toplam turist sayısı : 4.828.000

⁷⁰ SEZGİN, Orhan Mesut. **Genel Turizm**. Ankara: 1995, s.151

- Toplam turizm geliri : 422.000.000 \$
- Toplam turizm gideri : 275.000.000 \$
- Turist başına ortalama gelir : 87.4 \$
- Toplam turizm yatırımları : 7.452.100.000 TL
- Turistik yatak sayısı : 47.526

İkinci beş yıllık planda öngörülmüş olan temel ilkeler;

- Özellikle dış turizm gelirleri, yabancı turist sayısı ve ortalama tüketimlerinin araştırılması ve iç turizm hareketlerinin geliştirilmesi,

- Turizm yatırımlarının turistik talebi yüksek bölgeler içindeki belli yörelerde yoğunlaştırılması, kitle turizmine uygun konaklama ve ulaşım olanaklarının sağlanması ve bu yatırımların kredi yoluyla mali ve hukuki tedbirlerle desteklenerek, fiziki planına göre yapılmalarının gerçekleştirilmesi,

- Sektördeki fiyat politikasının uluslararası rekabet şartlarına göre düzenlenmesi,

- Sektördeki örgütlenmenin yeniden düzenlenmesi ve turistik tanıtmaya ve kredi politikasına yeni bir yön verilmesi,

- Turistik yatırımların özel sektör tarafından yapılması, altyapı tesisleri ve buna yardımcı imkanları ile örnek tesislerin kamu sektöründe ele alınması.

I. ve II. BYKP'nı temel ilkeleri açısından karşılaştırdığımızda, II. planda I. plandan farklı olarak kitle turizmi ve buna paralel olarak yapılacak fiziki planlamanın temel alındığını görmekteyiz. Son yıllarda kitle turizmi amaçlarına uygun tesislerin kurulması için teşvik tedbirleri getirilmiştir. Ancak sektörün finansmanında kredi ihtiyacı tam olarak karşılanamamıştır. Ayrıca, turizm hizmetleri için yetiştirilen personel nicelik

ve nitelik bakımından yetersiz kaldığı gibi, yetiştirilen elemanların tamamının da ihtisas alanlarında çalışmaları sağlanamamıştır.⁷¹

1968 yılında ülkemize gelen turist sayısı 602.996 iken 1972'de % 71.6 oranında artışla 1.034.955 kişiye ulaşmıştır. II. plan dönemi başında 24.1 milyon \$ olan turizm gelirleri % 330'luk artışla dönem sonunda 103.7 milyon \$'a ulaşmıştır. 1968'de 33.4 milyon \$ olan turizm giderleri ise 1972 yılında % 77.5 oranında bir artışla 59.3 milyon \$'a ulaşmıştır.

II. plan döneminde yabancı başına ortalama harcama dönem başında 40 \$ iken, % 150'lik bir artışla dönem sonunda 100 \$'a ulaşmıştır. Bu dönemde yatırımların, programlar açısından gerçekleşme oranı % 83 olmuştur.

II. plan döneminde 47.526 yatağın yapılması planlanmış, ancak dönem sonunda % 37.7 gerçekleşme oranı ile 16.470 yatak yapılmıştır.⁷²

3.2.2.3. III. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977) : III BYKP'nda aşağıdaki ilkeler öngörülmüş bulunmaktadır;

- Yatırımların, tanıtma faaliyetlerinin, sektörün tüm organizasyonunun ve kamu denetiminin kitle turizmi esaslarına uygunluğunun sağlanması,

- Turizm yatırım ve işletmeciliğinde dış ve iç turizm talebine uygun biçimde özel sektörün esas alınması, kamunun yatırım ve işletmeciliğinde ise önce ve örnek tesislere veya yabancı yatırımlara özel milli sektörün yetersizliği ölçüsünde eşlik amacına yönelinmesi,

- Fiziksel planlama çalışmalarına devam edilmesi ve turizm alt ve üstyapı yatırımlarının fiziksel planlara uygun olarak yapılmasının sağlanması,

⁷¹ ŞAHİN, Adem. A.g.e., s.113

⁷² SEZGİN, Orhan M. A.g.e., s.153

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

- Plan döneminde 54.000 turistik yeni yatağın devreye girmesi hedef alınmıştır.⁷³

1973 yılında başlayan ekonomik durgunluk ve petrol bunalımı, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de turizm hareketlerini sınırlamış, bunun sonucu olarak bu dönemde turizm gelirleri istenen düzeye ulaşamamıştır. Türkiye'ye gelenlerin sayısında % 14.3'lük bir artışla dünya ortalaması üstünde gelişme sağlanmasına karşın 2.3 milyon olan plan hedefine ulaşılammış ve 1.7 milyon kişide kalınmıştır. Yurt dışına çıkan vatandaş sayısı ise plan hedefini aşmış, yılda % 4.6 artarak 1977'de 1.5 milyon kişiye ulaşmıştır. Aynı dönemde konaklama kapasitesi de plan hedefine ulaşamamış, belgeli tesislerde yatak adedi yılda ortalama % 10.2 oranında artarak 50.379'a ulaşmıştır.

Bu olumsuz gelişmelerin sonucunda dış seyahat gelirlerinde de beklenen gelişme sağlanamamıştır. 1972 yılında 103.7 milyon \$ olan turizm gelirleri 1977'de 204.9 milyon \$'a yıllık % 14.6 artış oranı ile ulaşmıştır. Dış turizm gelirlerinde hedefe ulaşmadaki yetersiz gelişmeye karşılık, dış turizm giderleri beklenenden daha hızlı artmıştır. 1972 yılında 59.3 milyon \$ olan turizm giderleri yılda % 35.2 oranında artarak 1977'de 268.8 milyon \$'a ulaşmıştır.⁷⁴

3.2.2.4. 1978 Programı : IV. BYKP çeşitli nedenlerle 1978 yılına yetiştirilemediğinden bu yıla özgü bir program hazırlanmıştır. Bu programda öngörülen turizmle ilgili düzenlemeler şunlardır; ülkemizin doğal

⁷³ KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.87

⁷⁴ BARUTÇUGİL, İsmet S. 1982, A.g.e., s.74-75

ve tarihi, kültürel zenginliklerini değerlendirerek halka sağlıklı dinlenme olanakları sağlamak amacıyla planla çalışmalarına öncelik verilecek, turizm sektörünün gelişmesine ilişkin uzun dönemli hedeflerin organizasyonuna ve bunun mekanla ilişkisini belirleyen Turizm Sektörü Ana Politikası çalışmalarına hız verilecektir. Kıyı yasasının çıkartılması için çalışmalar yapılacak, organize turizm bölgeleri saptanacak, tanıtma, pazarlama ve enformasyon hizmetlerinde eşgüdüm (koordinasyon) sağlanacak, Türkiye'ye yönelik bir tanıtma kampanyası başlatılacaktır.⁷⁵

3.2.2.5. IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983): IV. BYKP,

geçmiş dönemlerde izlenen politikaların ve sağlanan deneyimin ışığında bir dizi temel ilke ve politika getirerek ortaya çıkan sorunların ve görülen eksikliklerin giderilmesini amaçlamıştır. Bu temel ilke ve politikaların başlıcaları şunlardır;

- Sektörün işleyişi, öncelikle kitle turizmi ilkesine göre düzenlenecektir. Kitle turizmi, özellikle önceliği olan yörelerde ülkenin altyapı ve turistik üstyapısına paralel olarak geliştirilecektir.

- Turizm yatırım ve işletmeciliğinde kamunun etkinliği arttırılacak; özel kesim, yabancı sermaye ve küçük tasarrufların yatırımlara dönüştürülmesi özendirilecektir. Böylece özellikle konaklama kapasitesinin arttırılmasına çalışılacaktır.

- Uluslararası optimal büyüklüklerin altında olmamak koşuluyla yabancı turizm yatırımcılarının yatırımları sermaye paylarına bakılmaksızın özendirilmesi öngörülmüştür.

- Kamu kuruluşlarına ait kamplar, dinlenme tesisleri ve turistik yörelerdeki eğilim tesislerindeki yatak kapasitelerinin tek merkezden ve bu

⁷⁵ KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.88

tesislerden daha geniş kitlelerin yararlanması, nitelikleri dış turizme açılmaya uygun olanların kapsam içinde yönetilmesi planlanmıştır.

- İşletme aşamasında önemli ölçüde döviz girdisi sağlayacak yabancı işletmecilerin ülkedeki turistik tesisleri işletmesine izin verilmesi ve yabancı uyruklu personel çalıştırılmasında kolaylıklar getirilmesi planlanmıştır.

- Tek bir merkez tarafından yönetilen ve denetlenen yatak kapasitesinin etkin bir biçimde pazarlanabilmesini sağlamak amacıyla Turizm Bankası, Türk Hava Yolları, Devlet Hava Meydanları ve Limanlar Genel Müdürlüğü arasında işbirliği yapılacak; mevsim içi uçak filosunun arttırılması ile charter seferleri düzenlenecek ve fiyatlandırmada bakanlığın görüşü alınacaktır.

- Turistlere ve günübirlikçilere Türkiye’de kalacağı gün başına önceden belirlenecek miktarlarda döviz bozdurma zorunluluğu getirilecektir.

- Bireysel dış turizmin gereksinimleri gözönünde bulundurularak ana güzergah üzerinde belirli aralıklarla servis çekirdekleri oluşturulması ve bunların Turizm Bakanlığı’nın sürekli denetimi altında işlerliğinin sağlanması planlanmıştır.

- Yılın belirli aylarında yığılma gösteren talebin dengeli dağılımını sağlamak amacıyla yönlendirici önlemler alınacak ve gerekli yatırımlar yapılacaktır.

- Giriş kapılarındaki yığılmaları önlemek amacıyla tüm önlemler alınacak ve geçiş işlemleri kolaylaştırılacaktır.

- IV. planın genel ve mesleki eğitim ilkeleri çerçevesinde turizm eğitimi politikasının yeniden gözden geçirilerek ülke gereksinimini karşılayacak biçimde yönlendirilmesi ile ilgili kuruluşlar arasındaki eşgüdümün Turizm Bakanlığınca sağlanması planlanmıştır.

- Deniz, göl ve nehir kıyılarının kamu yararına kullanılmasının sağlanması, ikinci konut yapımını önlemek amacıyla yasal düzenlemelere ilişkin çalışmaların sonuçlandırılması planlanmıştır.⁷⁶

II. ve III. planlarda düşünülen Akdeniz, Göreme, Uludağ, Güney Ege, kısmen de Marmara Bölgesi, organize turizm bölgeleri olarak verimsiz yatırımlardan kaçınmak için toplanırken ve Türkiye sathına yayılmaktan kaçılırken, adı geçen planda organize turizm bölgeleri giderek Türkiye'nin muhtelif bölgelerine yayılacak biçimde planlanmıştır. Nitekim planda, “temel ilkelerin yanında IV. plan döneminde fiziki planlama çalışmaları ile birlikte bu çalışmaların istenilen yönde ve sürede sonuçlanmasını sağlamak üzere ülkemizde sanayi planlama alanında uygulanmakta olan Organize Sanayi Bölgeleri'ne paralel olarak Organize Turizm Bölgeleri'nin geliştirilmesine başlanacaktır” hükmü de turizm bölgelerini yaygınlaştırma düşüncesini doğrulamaktadır.⁷⁷

IV. BYKP dönemi sonunda gerçekleşen dış turizm gelirlerinin ve ülkeye gelen yabancı turist sayısının plan hedeflerinin gerisinde kaldığı görülmektedir. Bu dönemde 13.942.000 yabancı turistin ülkeye gelmesi ve toplam 2.418 milyon \$ turizm gelirin sağlanması beklenirken gelen yabancı sayısı 7.729.991 ve sağlanan turizm geliri 1.770 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Bu plan dönemi sonunda belgeli tesislerde konaklama kapasitesinin 95.000 yatağa ulaşması planlanmış ancak bu sayı 65.934'de kalmıştır.

3.2.2.6. V. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1984 - 1989) : V.

BYKP'nın ilkelerini kısaca maddeler halinde sıralayabiliriz;

⁷⁶ BARUTÇUGİL, İsmet S. 1982, A.g.e., s.204

⁷⁷ DİNÇER, Mithat Z. A.g.e., s.106

- Türkiye'nin tabii, tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, kış, av ve su sporları, festival, sağlık ve gençlik turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyeli, arkeolojik dengeyi koruma, çevreyi temiz ve sağlıklı tutma ve iyileştirme ilkeleri doğrultusunda değerlendirilecektir.

- Türkiye, OECD ve OPEC ülkelerinin yanı sıra Balkan ve Üçüncü Dünya ülkeleri ile turistik ilişkilerini geliştirecektir.

- Kitle turizmine öncelik verilecek ancak bireysel turizm de ihmal edilmeyecektir. Çalışanların en uygun şartlarda tatil yapmaları ve dinlemeleri sağlanacaktır.

- Turizm hareketleri ile ilgili istatistik verilerin yetersizliği dikkate alınarak, yurda gelen yabancılar ve işçi aileleri ve yurt dışına çıkan vatandaşlar konusunda ayrıntılı ve güncel bilgilerin toplanmasında modern imkanlardan yararlanılacak, iç turizm hareketleriyle ilgili bilgilerde sağlanmaya çalışılacaktır.

- Turizmde devlet altyapıyı geliştirmeye ağırlık verecek, üstyapının geliştirilmesi, yatak kapasitelerinin arttırılması devletçe desteklenecek ve yabancı sermaye teşvik edilecektir.

- Turizm kaynakları envanteri ile fiziksel planlama çalışmalarında sektörler ve kuruluşlar arasında işbirliği sağlanacaktır.

- Turizm bankasının doğrudan yatırım yapması yerine fonların kredi olarak kullandırılması tercih olunacaktır.⁷⁸

Turizm gelirlerinde dönem sonunda 3.888,2 milyon \$'lık bir gelir hedeflenmişken bu rakam % 275.3 gerçekleşme oranı ile 9.329,9 milyon \$'a ulaşmıştır. Plan döneminde ülkeye toplam 12.300 bin yabancı turistin gelmesi hedeflenmişken sözkonusu 16.493.433 kişi olarak % 134.1 gerçekleşme oranında sonuçlanmıştır. Belgeli konaklama tesisleri

⁷⁸ SEZGİN, Orhan M. A.g.e., s.157

kapasitesinin, inşa halindeki tesislerin yaratacağı ilave 38.000 yatak ile V. Plan dönemi sonunda 100.000 yatağa ulaşılması hedeflenmiş, bu rakam da dönem sonunda 146.086 olarak gerçekleşmiştir.

3.2.2.7. VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994) : VI.

BYKP'ndaki ilke ve politikaları şöyle sıralayabiliriz;

- Sektörde kış, av ve su sporları ile festival, sağlık, gençlik, kongre, termal, golf ve 3. yaş turizmini daha cazip hale getirecek teşvik politikaları geliştirilecektir.

- Turizm sektörüne doğrudan veya dolaylı olarak hizmet verenlerin sayıca yeterli düzeye getirilmesi ve eğitilmek suretiyle bilgi ve becerilerin artırılması sağlanacaktır.

- Turizm alt ve üstyapısının nitelik ve niceliğinin yükseltilmesine önem verilecektir.

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

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

- Mevcut tesislerde doluluk oranlarını artırıcı, faaliyet mevsimini uzatıcı ve nitelik yükseltici önlemler alınacaktır.

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

- Turistik tesis işletmeciliği geliştirilecek, küçük kapasiteli tesisler ve aile işletmeciliği teşvik edilecektir.

- Toplumun en uygun ve sağlıklı şartlarda tatil yapması sağlanacaktır.⁷⁹

1985-1990 yıllarında dünya turizminde hızlı bir gelişme yaşanmıştır. Türk turizmi de bu gelişmeye paralel bir seyir göstermiş ve aynı dönemde yılda ortalama % 12.1 büyümüştür. 1990 yılında Türkiye 5.4 milyon turistten 3.2 milyar \$ gelir elde etmiştir. Aynı dönemde turizmden sağlanan döviz gelirinin GSMH içindeki payı % 1.6'dan % 2.1'e, döviz gelirleri içindeki payı ise % 4'den % 13'lere yükselmiştir. 1990 sonunda ise 1300 tesiste 200.000 uluslararası düzeyde yatak kapasitesine ulaşmıştır.

1990-1991 yıllarında Körfez Krizi ve Doğu Avrupa ülkelerinde yaşanan siyasi gelişmeler nedeniyle Türkiye'ye yönelik turist sayısı ve döviz gelirleri azalmıştır. Türkiye'ye yönelik turist kompozisyonunda ortaya çıkan değişim, 1992'de eski yapısına dönme eğilimine girmiş ve OECD kaynaklı turist girişlerinde % 23'lük bir artış sağlanmıştır. Aynı yıl sektörde kısa vadeli hedeflerin büyük ölçüde gerçekleştirildiği ve orta ve uzun vadeli hedeflere yönelik gelişmeler sağlandığı gözlenmiştir. 1992 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı 7 milyonu aşarken turist girişlerinde bir önceki yıla göre % 28, döviz girişlerinde % 37 oranında artış gerçekleşmiştir. 1994 yılında turist girişlerinde % 2.6'lık bir artış olmasına karşılık bir önceki yıla göre % 9.1'lik bir artışla 4.3. milyar \$ turizm geliri elde edilmiştir.

VI. plan döneminde konaklama yatırımları yavaşlamış, altyapı ve yenileme yatırımları özendirilmek suretiyle turizmin kendi geleceği güvence altına alabilmesi için mekansal dağılım, nitelik ve tür olarak doğal peyzajın, kültür varlıklarının, sosyal yapının taşıyabileceği ve onlarla bütünleşebilecek bir gelişim içinde olmasına özen gösterilmiştir.⁸⁰

⁷⁹ Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü. **Turizm 90**, Yayın No: 1991/9, Ankara: s.9

⁸⁰ SEZGİN, Orhan M. A.g.e., s.159

3.2.2.8. 1995 Geçiş Programı : VII. planın zamanında yürürlüğe sokulamaması dolayısıyla hazırlanan 1995 Programı'nda, turizmin geleceğini güvence altına alabilmek için mekansal dağılım, nitelik ve tür itibariyle peyzajın, kültür varlıklarının, sosyal yapının taşıyabileceği ve onlarla bütünleşecek sürdürülebilir bir gelişim içinde olmasına özen gösterilmesi amaçlanmaktadır. Planda bu amaca yönelik olarak turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarda değişen tüketici tercihleri de dikkate alınarak yeni potansiyel alanlar yaratmak amacıyla golf, dağ, kış, yayla, termal, sağlık, yat, kongre ve eğlence turizmi ile ilgili planlama faaliyetlerine devam edilmesi öngörülmektedir.⁸¹

3.2.2.9. VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000) : VII. BYKP'nın amaç, ilke ve politikalarını şöylece sıralayabiliriz;

- Rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisinin geliştirilmesi, yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması, doğal ve kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğin sağlanması sektörün temel amaçlarıdır.

- Plan döneminde turizm gelirlerinin 2000 yılında 10.3-13.8 milyar \$'a ulaşması, böylece dönem sonunda net turizm gelirinin 8.5-11.9 milyar \$ seviyesinde gerçekleşmesi beklenmektedir.

- Türkiye'ye gelecek turist ve ziyaretçi sayısının plan döneminde 13-17 milyon kişiye, yurtdışına çıkacak vatandaş sayısının ise 4.5-4.8 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir.

- Turizm Bakanlığı'ndan belgeli konaklama tesisleri yatak kapasitesinin, inşa halindeki ve proje aşamasındaki tesislerin tamamlanmasıyla

⁸¹ KOZAK, Nazmi, A.g.e., s.91

dönem sonunda yaklaşık 800 bin olması, belediyeden belgeli tesislerle birlikte toplam yatak sayısının 1.3 milyona ulaşması beklenmektedir.

- Plan döneminde mevcut üst yapılardan daha etkin yararlanılması ve doğal sermayenin korunması esas olacaktır.

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

- Turizm hareketlerinin yoğunlaştığı bölgelerde yerel yönetimlerin ve halkın turizmle ilgili kararlara katılması sağlanacaktır.

- Sektörde fiziki planların amaçlarına yönelik olarak uygulanmasına özen gösterilecektir.

- Talep yapısındaki yeni eğilimlere bağlı olarak, sektörde küçük ölçekli işletmelerin gelişmesine öncelik verilecektir.

- Yerli tur operatörlüğünün yaygınlaştırılmasına çalışılacak, tanıtma ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi ve uygulanması için yeni finansman kaynaklarının oluşturulmasına, kamu kesiminin yanı sıra özel sektörün katılımı da sağlanacaktır.

- Turizm üstyapısının yeterli bir altyapı ile bütünleşmesi için gerekli düzenleme ve teknik önlemlere ağırlık verilecek, Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi (ATAK) projesinin hızla uygulanması için gerekli düzenlemeler yapılacaktır.

- Kullanan öder-kirleten öder ilkesi uyarınca kamu eliyle yapılacak teknik altyapının finansmanına kullanıcıların katılımı sağlanacaktır.

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

- Sektörde hizmet kalitesinin yükseltilmesi için sertifikasyon sistemine geçilmesi sağlanacaktır.

- Öncelikli bölgelerde mevcut ikinci konutların pazarlanmasına yönelik organizasyonlar geliştirilecektir.⁸²

3.2.3. Planlı Dönemde Türkiye Turizminin Değerlendirilmesi

1963'den günümüze uygulanan "Planlı Kalkınma" döneminde turizm sektörüyle ilgili olarak pek çok tedbir alınmış ve uygulanmaya konmuştur. Başlangıçta turizm talebine yanıt verebilecek yatak ve işletmelerle ilgili gereksinmeyi karşılamaya yönelik olarak alınan önlemler, giderek Türk turizm sektöründeki değişin gereksinimlere göre şekil almıştır.

24 Ocak 1980 Ekonomik İstikrar Tedbirleri'nin turizm sektörünü doğrudan etkileyen kararları arasında;

- Devalüasyon kararı,
- Yabancı sermaye çerçeve kararnamesiyle ilgili karar,
- Kambiyo mevzuatının değiştirilmesi ile ilgili karar,
- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu,
- Yurtdışına turistik çıkışlar ile ilgili kararlar yer almaktadır.

1980 sonrası turizm ile ilgili alınan kararlar içerisinde en önemlisi, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'dur. Bu yasal düzenlemeyle Türkiye'de turizm sektörüne, o zamana değin uygulanmayan pek çok teşvik getirilmiştir.

⁸² DPT. 1998 Yılı Programı. VII BYKP (1996-2000), Ankara: 1998, s.127

1980’li yıllarla birlikte tam anlamıyla ivme kazanan turizm sektörü, önemli gelişmeler kaydetmiştir. Son yıllara kadar arz kapasitesini geliştirmeyi amaçlayan turizm politikaları, yerini giderek turizmin çeşitlendirilmesi, tanıtma ve pazarlama, hizmetin kalitesinin arttırılması gibi konular üzerinde yoğunlaşmaya bırakmıştır.⁸³

Genel olarak Türkiye’de uygulamaya konulan planların, turizm sektörü ile ilgili olarak önerilen politikaların üç temel amaç çerçevesinde olduğu görülmektedir;

- Turizm kaynaklarını, ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlayacak ve özellikle döviz gelirlerini en az maliyetle arttıracak bir biçimde değerlendirmek,

- Turizm olanaklarını, toplumun çalışan kitlelerinin sağlıklı dinlenme gereksinimlerini karşılayacak bir biçimde geliştirmek,

- Yeniden üretilemez bir miras olan doğal ve tarihi kaynakların gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayacak bir koruma-kullanma dengesini geliştirmek ve uygulamak; bu kaynakların geriye dönülmez bir biçimde yıpratılıp yok edilmesini ve kötüye kullanılmasını önlemek.

⁸³ KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.88-93

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE TURİZMİN YERİ

Bu bölümde turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yerini açıklamak için, turizm yatırımları ile turizmin dış ödemeler dengesi, ulusal gelir ve istihdam üzerindeki etkisi incelenilecektir. Ayrıca; bölüm sonunda Türk turizm sektörünün Dünya turizmi içindeki yeri, Avrupa Birliği örneği çerçevesinde mukayeseli olarak işlenecektir.

4.1. Turizm Yatırımları

Turizm alanında gerçekleştirilen yatırımları üç başlık altında incelemek mümkündür.

4.1.1. Altyapı Yatırımları

Merkezi veya yerel yönetimlerce doğrudan turizm sektörüne dönük olmayan yatırımlardır. Yol, liman, havaalanı gibi yatırımlar bu grupta değerlendirilmektedir. Yine yerel yönetimlerce gerçekleştirilen elektrik, su, kanalizasyon ve telekomünikasyon gibi yatırımlar da bu kapsama girmektedir. Bu yatırımların gerçekleştirilmesinde temel amaç, doğrudan turizmi geliştirmek olmamakla beraber, altyapının varlığı ve yeterliliği sektörün gelişmesini önemli ölçüde olumlu yönde etkiler.

4.1.2. Konaklama Tesisleri Yatırımları

Turizme katılanların başta konaklama olmak üzere yeme-içme, eğlence vb. hizmetlerini üreten işletmelere yapılan yatırımlardır. Otel, motel tatil köyü, kamping, pansiyon gibi yatırımlar bu kapsamda değerlendirilmektedir. Bunlar, turizm üstyapı yatırımlarını oluşturur ve turist

belli bir bölgeye çekilebilmesi ve ekonomik bir faydanın doğması için konaklama tesislerinin gerekliliği açıktır.

4.1.3. Diğer Hizmet Tesisleri Yatırımları

Altyapı ve konaklama tesisleri dışında kalan ve her biri kendi alanında ayrı hizmet sunan, turistlerin yeme-içme, eğlenme, spor yapma, alış-veriş gereksinimlerini karşılamak üzere kurulan lokanta, gazino, kafeterya, çay bahçesi, yüzme havuzu, spor tesisleri, plajlar vb. yatırımlardır.

Türkiye’de turizm yatırımları daha çok konaklama tesisleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. 1983’de 65.934 olan turizm işletme belgeli yatak kapasitesi, 1993’de üç kat artarak 235.238 olmuştur. VII. BYKP’ı sonunda bu yatak kapasitesinin 800.000’e ulaşması öngörülmektedir.

Tablo 4.1. Tesis ve Yatak Kapasiteleri

Yıllar	Turizm İşletme Belgeli		Turizm Yatırım Belgeli	
	Tesis	Yatak	Tesis	Yatak
1963	109	10.226	38	4.537
1973	388	38.528	180	24.625
1983	611	65.934	376	43.425
1990	1.260	173.227	1.921	325.515
31.12.1998	1.954	314.215	1.365	249.125

Kaynak : Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü. (Yayınlanmamış Doküman), Haziran, 1999.

31.12.1998 tarihi itibarıyla, yatırım belgeli olmasına rağmen çeşitli nedenlerle işletme belgesi alamayan 229 tesisin 27.389 yatağı fiilen işletilmektedir.

Türkiye’de, turizm işletme belgeli 314.215, turizm yatırım belgesiyle fiilen 27.389, belediye belgeli (iyi nitelikli) 272.477, yat yatak kapasiteli 11.215 ve kamu kampları 59.388 olmak üzere toplam 684.684 adet yatak kapasitesi mevcuttur.⁸⁴

1963 yılında toplam yatırımlar içerisinde turizm yatırımlarının payı % 0.4, 1973’de % 0.8 olduktan sonra düşüşe geçip 1982 yılına kadar % 0.5 seviyesinde kalmıştır. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 1984 yılından itibaren etkisini göstermeye başlaması ile birlikte turizmin payı 1986’da % 2.2 ve 1989 % 4.2’e, en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 1991 yılında ise % 3.9 olarak gerçekleşmiştir. 1984 yılından itibaren özel sektör ile kamu sektörü arasındaki fark, özel sektör lehine açılmaya başlamıştır.⁸⁵

Yabancı sermaye hareketlerinde; 1998 sonu itibariyle yabancı sermaye izin adedi 1224 olarak gerçekleşirken, verilen yabancı sermaye tutarı 1.645,8 milyon \$ seviyesine ulaşmıştır. 1997’de ise 877 milyon \$’lık fiili giriş gerçekleşmiştir. 1998 sonu itibariyle yabancı sermaye izinlerinin % 62’si imalat sanayine, % 36.8’i hizmetler, % 1.2’si ise tarım ve madencilik sektörlerine yönelik olduğu görülmüştür.

Yabancı sermaye, ülke grupları itibariyle incelendiğine; OECD ülkeleri % 94.9’luk pay ve 1.526,5 milyon \$ ile ilk sırayı alırken, bunu % 3.5 pay ve 56.8 milyon \$ ile İslâm ülkeleri, % 1.6 pay ve 20.5 milyon \$ ile diğer ülkeler takip etmiştir.⁸⁶

⁸⁴ Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü. (Yayınlanmamış Doküman), Haziran, 1999

⁸⁵ TOBB. İktisadi Rapor 1995, Ankara, 1995.

⁸⁶ İTO. Aylık Ekonomik Veriler. Mayıs 1999, s.X

Tablo 4.2. Turizmin Sabit Sermaye Yatırımları İçerisindeki Payı

(Cari Fiyatlarla)

Yıllar	Yatırımlar İçindeki Payı (%)		Sabit Sermaye Yatırımları (Milyon TL)	
	Kamu	Özel	Kamu	Özel
1993	1.7	2.4	143.977	381.529
1994	1.9	2.3	192.052	760.270
1995	2.4	2.4	329.515	1.552.710
1996	1.4	2.3	764.515	2.993.386
1997	0.8	2.5	1.733.050	5.995.322
1998 (1)	0.7	3.4	3.262.060	10.491.518
1999 (2)	0.7	4.1	4.782.295	15.496.613

Kaynak : DPT. Temel Ekonomik Göstergeler. Ankara: Nisan 1999, s.35

(1) Geçici

(2) Tahmini

Tablo 4.3. Yatırım Teşvik Belgelerinin Sektörel Dağılımı

(%)

Sektörler	Yıllar				Ocak - Şubat	
	1995	1996	1997	1998	1998	1999
Tarım	0.4	1.8	0.8	2.1	0.7	2.7
Madencilik	0.6	1.3	1.7	2.2	0.7	2.0
İmalat	87.6	73.7	6.0	48.9	59.5	40.2
Enerji	2.3	3.4	7.0	5.0	6.4	1.7
Hizmet	9.1	19.8	27.6	41.8	32.6	53.4
Ulaştırma	6.2	12.5	12.5	18.9	20.7	20.3
Turizm	0.9	2.0	4.7	5.0	3.5	6.8
Diğer Hizmetler	2.0	5.3	10.3	17.8	8.4	26.3
Toplam	100	100	100	100	100	100

Kaynak:DTM. Başlıca Ekonomik Göstergeler. Ankara: Mart-Mayıs 1999,

s.24

Tablo 4.2.'den de izlenebileceği gibi turizmin sabit sermaye yatırımları içerisindeki payı, 1993 yılından itibaren kamu sektöründe adeta bir azalma eğilimine girmiş olduğu açıkça ortadadır. Ancak bu durum, özel sektör için aksi yönde gerçekleşmiş ve geçtiğimiz yıl özel sektörün turizme olan sabit sermaye yatırımı, kamunun yaptığı yatırımların yaklaşık olarak altı katıdır. Bu da özel sektör ile kamu sektörü arasındaki farkın, özel sektör lehine açılmış olduğunun göstergesidir.

Yatırım teşvik belgelerinin sektörel dağılımında imalat sektörünün diğer sektörlerden açık ara önde olduğunu tablo 4.3.'de görülmektedir. Ancak, hizmetler sektörü 1998 yılına kadar imalat sektörüyle arasında olana açığı önemli ölçüde kapatmıştır. Çok hassas bir dengeye sahip olan turizm sektörünün ise yatırım teşviklerinden fazlaca bir pay alamadığı ortadadır.

4.2. Turizm ve Dış Ödemeler Dengesi

Ödemeler dengesi, ülkemizin dış dünya ile ticari ve ticari olmayan ilişkiler sonucunda, dövizle yapılan tüm gelir ve gider kalemlerinin bir bilançosu niteliğini taşımaktadır. Bu nedenle tüm ekonominin bir özeti niteliğindedir.

İhracatın ithalatı karşılayacak düzeye gelmesi hızlı bir sanayileşmeye bağlı olduğundan ve ithalatı karşılayacak, gerekli döviz girdisini sağlayacak turizm ve işçi dövizleri gibi bir finansman kaynağı bulunduğundan, bu konu ödemeler dengesi açısından ayrı bir önem arz etmektedir. Ayrıca turizmin hammaddesini oluşturan turistik değerlerin tümüne sahip olduğundan, turistik potansiyel açısından Türkiye'nin dışa bağımlılığının az olduğu ortadadır.

Turizme, başlangıçtan bu yana ödemeler dengesine yönelik bir olay olarak bakan Türkiye'nin turizm geliri 1963'de 7.7 milyon \$'dır. Bu miktar 1972'de 100 milyon \$, 1985'te de 1 milyar \$'ı aşmıştır. Zaten turizm gelirinin gerçek anlamda yükselişi bu tarihten sonra gerçekleşmiştir.⁸⁷

Tablo 4.6.'dan da izlenebileceği üzere, 1997 yılında 2.638 milyon \$ açık veren cari işlemler dengesi 1998 yılında 2.692 milyon \$ fazla vermiştir. Ödemeler dengesi tablosunun, diğer mal ve hizmet gelirleri içinde yer alan turizm gelirleri % 2.5'lik artışla 7.177 milyon \$'a, diğer mal ve hizmet giderleri içinde yer alan turizm giderleri ise % 2.2'lik bir artışla 1.754 milyon \$'a yükselmiştir. 1998'de karşılıksız transferlerden elde edilen net gelirler 5.727 milyon \$'a yükselirken, bunun içinde yer alan işçi dövizleri girişi % 27.6'lık bir artışla 5.397 milyon \$'a ulaşmış olduğu tablo 4.5.'de görülmektedir.

1963 yılında, ödemeler dengesi içindeki yeri açısından, turizm gelirleri ihracat gelirleri ile karşılaştırıldığında önemli bir yer tutmadığı görülmektedir. 1963'te turizm gelirleri ihracat gelirlerinin % 2.1 oranı iken, bu oran 1970'te % 8.8, 1980'de % 11.2 olarak gerçekleşmiştir. 1990'da % 24.9'a yükselen pay, 1997'de ve 1998'de ise % 26.7 oranında gerçekleşmiştir.⁸⁸ 1998'de ülkeye, turizm sektöründen, ihracattan elde edilen döviz gelirlerinin 1/4'ünden fazla miktarda döviz girişi sağlanmıştır.

⁸⁷ DİNÇER, Mithat Zeki. A.g.e., s.123-130

⁸⁸ Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü (Yayınlanmamış Doküman), Haziran, 1999.

Tablo 4.4. Turizm ve Dış Seyahat Gelir ve Giderleri

(Milyon \$)

Yıllar	Turizm Geliri	Turizm Gideri	Net Turizm Geliri	Turizm Geliri İthalat (%)	Turizm Geliri İhracat (%)
1987	1.476	448	1.028	10.4	14.3
1988	2.355	358	1.997	16.4	19.7
1989	2.557	565	1.992	16.2	21.7
1990	3.225	520	2.075	14.5	24.9
1991	2.654	592	2.062	12.6	19.4
1992	3.639	776	2.863	15.9	24.4
1993	3.959	934	3.025	13.5	25.4
1994	4.321	866	3.455	18.6	23.5
1995	4.957	911	4.064	13.9	22.6
1996	5.650	1.265	4.385	13.3	24.1
1997	7.002	1.716	5.286	14.6	26.7
1998	7.177	1.754	5.423	15.7	26.7

Kaynak : DTM. Türkiye Ekonomisindeki Gelişmeler 1998, Mayıs 1999,

Tablo 4.5. İşçi Dövizleri, İthalat ve İhracata Oranları

(Milyon \$)

Yıllar	İşçi Dövizleri	İşçi Dövizleri İthalat (%)	İşçi Dövizleri İhracat (%)
1987	2.102	14.8	20.4
1988	1.865	13.0	15.6
1989	3.138	19.9	26.6
1990	3.325	14.9	25.5
1991	2.901	13.8	21.2
1992	3.074	13.4	20.6
1993	2.963	10.1	19.0
1994	2.664	11.4	14.5
1995	3.365	9.4	15.3
1996	3.590	8.5	15.3
1997	4.229	8.8	16.1
1998	5.397	11.8	20.0

Kaynak : DTM. A.g.e., Mayıs 1999, s.46**Tablo 4.6. Cari İşlemler Dergisi**

(Milyon \$)

	1996	1997	1998
Dış Ticaret Dengesi	- 20.402	- 22.298	- 19.040
Diğer Mal ve Hizmetler Dengesi	3.698	7.853	11.377
Karşılıksız Transferler Dengesi	4.447	4.866	5.727
Cari İşlemler Dengesi	- 2.437	- 2.638	2.962

Kaynak : TOBB. Mayıs 1999, A.g.e., s.106

4.3. Turizm ve Milli Gelir

Ülkemize gelen turistleri ile turizme dönük yatırımlarda bulunan özel ve kamu kuruluşlarının yatırım harcamaları, ulusal geliri doğrudan ve dolaylı şekillerde etkilemektedir. Turizm yatırımlarının doğrudan milli gelir üzerinde etkide bulunması yanında, turizm alanında gerçekleştirilen yatırımların diğer sektörler üzerinde uyarıcı etkisi de bulunmaktadır. Turizmden elde edilen gelirin başta tarım, inşaat, mobilya, dekorasyon, gıda vb. pek çok sektörü uyardığı kuşkusuzdur. Turizm harcamalarının sektörel dağılımı konusunda yapılan bir araştırmaya göre; bir ülkede turizm gelirlerinin yaklaşık % 30'u tarıma, % 20'si çalışanlara, % 15'i turizm sektörü işletmelerine, % 15'i ticari kuruluşlarına gittiği ve kalan % 20'sinin de vergi geliri olarak kamuya yansıdığı ortaya çıkarılmıştır.⁸⁹

Bu oranlardan yola çıkarak 1998 yılı turizm geliri olan 7.177 milyon \$'ın 2.153,1 milyon \$'ı tarıma, 1.435,4 milyon \$'ı çalışanlara, 1.076,5 milyon \$'ı turizm sektörü işletmelerine ve yine 1.076,5 milyon \$'ı ticari kuruluşlarına gittiği ve kalan 1.435,4 milyon \$'ı da vergi geliri olarak kamuya gittiği hesaplanabilir.

1984'den sonra turizm Türk ekonomisinin en önemli sektörlerinden biri haline geldi. Tablo 4.7.'de görüleceği üzere, turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 1980'li yıllar ve sonrasında memnun edici bir orana yükseldi ki, bu oran 1983'te % 0.8 iken 1998'de % 3.5 olarak gerçekleşmiştir. Turizm endüstrisinin milli gelire katkısı, doğrudan ve dolaylı yollardan 30 milyar \$'dan fazla olmaktadır ve 2.5 milyon kişi gelirlerin tamamını veya bir bölümünü turizm sektöründen sağlamaktadır.⁹⁰

⁸⁹ KOZAK, Nazmi, vd. A.g.e., s.102

⁹⁰ DÜZGÜNOĞLU, Ercihan ve Erol KARABULUT. *Development of Turkish Tourism*. TÜRSAB, İstanbul: 1999, s.39

Tablo 4.7. Ülkemize Gelen Yabancı, Yurtdışına Çıkan Vatandaş ve Turizmin GSMH'daki Payı

Yıllar	Gelen Yabancı (1000)	Çıkan Vatandaş (1000)	Yabancı Başına Ortalama Harcama (\$)	Turizmin GSMH İçindeki Payı (%)
1963	198,841	42	38.5	0.1
1973	1.341,527	1.005	127.8	0.8
1984	2.117,094	2.100	396.8	1.7
1993	6.501	3.331	609	2.3
1994	6.670	3.447	648	3.3
1995	7.727	3.981	642	3.3
1996	8.614	4.261	656	3.3
1997	9.689	4.633	723	4.2
1998	9.752	4.601	736	3.5
1999*	2.256	1.585	-	-

* Veriler 5 aylık ve geçicidir.

Kaynak : Turizm Bakanlığı, **Turizm İstatistikleri Bülteni 1997**; Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Haziran 1999; TOBB, **Ekonomik Rapor 98**; DÜZGÜNOĞLU, Ercihan ve Erol Karabulut. A.g.e., s.39

Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin milliyet kompozisyonu incelendiği, 1973'ten bu yana en önemli pazar ülkelerin Almanya olduğu görülmektedir. 1998'de toplam yabancıların % 22.9'unu oluşturan Alman ziyaretçiler ilk sırada, % 13.45'ini oluşturan BDT'liler ise ikinci sırada yer almıştır. Yine ülkemize gelen toplam yabancı ziyaretçiler içinde OECD ülkeleri çok önemli bir yer tutmaktadır. Geçen yıl ülkemize gelen yabancıların % 62.8'i OECD ülkelerinden gelmiştir.⁹¹

⁹¹ Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü (Yayınlanmamış Doküman) Haziran, 1999.

4.4. Turizm ve İstihdam

Türkiye’de turizm önemli oranda istihdam alanı meydana getirmektedir. Ancak konu sektörde istihdam edilmiş olanların sayısını saptamaya gelince ortaya kesin rakamlar koymak, turizmin özelliği itibariyle mümkün olamamaktadır. DİE tarafından yapılan ve ilk olarak 1980 yılı Sanayi ve İşyerleri Sayımı’nda yer verilen Ticaret, Otel, Lokanta ve Hizmet İstatistikleri, bu konudaki ilk verileri ortaya çıkarmıştır. 1980 yılı verilerine göre otel vb. konaklama tesislerinde istihdam edilenlerin sayısı 41.227’dir. bu rakam 1985 yılında 43.378, 1987 yılında 50.729, 1988 yılında 54.246 ve 1991 yılında ise 86.638 olarak bulunmuştur.

Ancak, Türkiye’de yatak başına düşen çalışan sayısını ortaya koyan bir araştırmanın bulgularından yola çıkıldığında; yatak başına belgeli tesislerde 0.60, belgesiz tesislerde ise 0.35 personel düşmektedir.⁹²

Bu oranlardan yola çıkıldığında, mevcut yatak kapasitesinin 684684 ve yatak başına ortalama 0.45 personel düştüğü gözönüne alınarak yapılacak hesaplama sonucunda yaklaşık 308.108 kişinin sadece konaklama tesislerinde istihdam edildiği görülür. Ancak Türkiye’de turizm alanında çalışan veya turizme girdi sağlayan sektörlerde çalışan personeli de gözönünde bulundurduğumuzda büyük sayıda personelin dolaylı ve dolaysız olarak turizm sektörüne hizmet verdiği görülebilecektir.

Ülkemiz turizm sektöründe dolaylı veya dolaysız olarak çalışanların sayısı, toplam istihdam içindeki payı ve turizm istihdam artışının seyri tablo 4.8.’den izlenebilmektedir. Turizmin istihdam seyri, 1990’dan 1997 yılına kadar sadece 1993 yılında bir azalma göstermiş, diğer yıllarda artış trendini sürdürmüştür. Toplam istihdamdaki artış ise 1990, 1992 ve 1997 yıllarında eksi değere düşmüş, diğer yıllarda artışa devam etmiştir. Toplam

⁹² DİNÇER, Mithat Zeki. A.g.e., s.146

istihdam ile turizmin istihdam artışlar karşılaştırıldığında ise, turizm sektörünün istihdam artış rakamları, toplam istihdamın bir hayli üzerinde olduğu görülmektedir. 1991 yılında turizm sektörü, ülkemiz toplam istihdamının % 10.9'luk kısmını elinde tutuyorken bu rakam, 1997 yılına gelindiğinde % 13.1 gibi azımsanmayacak bir değere ulaşmıştır.

Tablo 4.8. Turizm İstihdamının Gelişimi

Yıllar	Turizmde İstihdam (1000)	Toplam İstihdam (1000)	Toplamdaki Payı (%)	Turizm İstihdam Artışı (%)	Toplam İstihdamdaki Artış (%)
1990	2.116	18.726	11,3	1,98	- 1,63
1991	2.191	20.101	10,9	3,54	7,34
1992	2.382	19.525	12,2	8,72	- 2,87
1993	2.293	19.767	11,6	- 3,74	1,24
1994	2.317	20.325	11,4	1,05	2,82
1995	2.570	20.894	12,3	10,92	2,80
1996	2.647	21.347	12,4	3,0	2,17
1997	2.770	21.145	13,1	4,64	- 0,95

Kaynak : TÜRSAB. S.185, Haziran 1999, s.53

4.5. Türk Turizminin Dünya Turizmi İçindeki Yeri

Turizm, uluslararası platformda çağımızın en geniş ekonomik ve sosyal faaliyeti olup, birçok ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınma süreçlerinde çok yönlü olarak yardımcı olan bir sektördür.

4.5.1. Turizmin Genel Olarak Dünyadaki Yeri

II. Dünya Savaşı'ndan sonra turizm olayı büyük patlama göstermiş ve turist sayısı yılda ortalama % 10, gelirleri ise % 12 artmıştır.

İkinci 20 yıllık dönemde ise ekonomik büyüme ve zenginleşme turizme büyük ölçüde yansımış, 1970-1990 yılları arasında turist sayısı her yıl ortalama % 5 artarken, gelirleri % 15 oranında artış göstermiştir.

Dünya turizminde son 10 yılda tespit edilen önemli gösterge, Avrupa turizminin % 10-12 oranında sayı ve gelir kaybına uğradığı, buna mukabil Asya ve Pasifik ülkelerinde ise aksine sayısal payın beş kat artarak, % 3'lerden % 15'lere, gelirlerin ise üç kat artarak % 6'lardan % 18'lere yükseldiği, kısaca turizmin doğuya doğru kaydığı görülmektedir. Ayrıca Amerika kıtası da dünya turizminden payını % 5 artırarak % 30 seviyesine yaklaştırmıştır.

Dünya Turizm Örgütü rakamlarına göre dünyadaki yıllık turist sayısı artışı % 3.7, gelir artışı % 8.6'dır. Bu rakamlar gözönüne alındığında önümüzdeki 10-15 yıllık dönemde dünyada turist sayısının 1 milyar ve turizm gelirlerinin ise 1.3 trilyon \$'ı aşması beklenmektedir.⁹³

Tablo 4.9. Uluslararası Turist Varışları ve Gelirlerinin Bölgesel Dağılımı (1993)

Gidilen Yerler	Turist Varışları (Milyon)	Turizm Gelirleri (Milyar \$)
Avrupa	296.5	150.5
Amerika	106.5	87.5
Doğu Asya/Pasifik	68.5	52.6
Afrika	17.9	6.4
Orta Doğu	7.2	5.0
Güney Doğu	3.4	2.0

Kaynak : ERDOĞAN, Harun. A.g.e., s.498

⁹³ TÜRKERİ, Yılmaz. "Türk Turizmi ve Turizm Yatırımlarının Gelişimi ve Geleceği", 1. Bilkent Turizm Forumu 96, Ankara: 29-30 Kasım 1996, s.59

4.5.2. Turizmin Avrupa Birliği İçindeki Yeri

Turizm Avrupa Birliği'nin başlıca gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Ortalama olarak GSMH'sının % 5.5'ini turizm sektöründen elde etmektedir. Turizmin GSMH içindeki payı, İspanya ve Fransa'da bunun yaklaşık iki katı olarak gerçekleşirken, Yunanistan, İrlanda ve Portekiz'de de Birlik ortalamasının üstünde bulunmaktadır. Ancak son yıllarda Avrupa turizm gelirlerinin irtifa kaybetmesi sonucu, gelirler açısından % 14'lük bir azalma gözlenmektedir.

Tüm birlik çapında turizm sektörü 9 milyon kişiyi istihdam etmektedir ve bu Avrupa Birliği'nin toplam istihdamının yaklaşık % 6'sını oluşturmaktadır OECD istatistiklerine göre, bazı Avrupa Birliği ülkelerinde istihdamın önemli bir bölümü turizmde bulunmaktadır. Örneğin, Avusturya'da turizmin toplam istihdam içerisindeki payı % 14, Yunanistan'da % 10, İspanya'da % 9, İsviçre'de % 8 ve Almanya'da ise % 7'dir.⁹⁴

Tablo 4.10. Türkiye ve Bazı Avrupalı Rakipleri (1972-1996)

Ülkeler	Turist Sayısı			Turizm Gelirleri		
	1972 (Milyon)	1996 (Milyon)	Yıllık (%) Değişim	1972 (Milyar \$)	1996 (Milyar \$)	Yıllık (%) Değişim
Türkiye	1.0	8.5	31.2	0.1	5.6	230
Yunanistan	2.4	8.9	11.2	0.4	3.6	33.3
Portekiz	3.9	9.9	6.3	0.4	4.2	39.5
Fransa	41.5	61.5	2.1	3.5	28.2	29.3
İspanya	32.5	41.2	1.2	2.6	28.4	41.3
İtalya	34.5	32.8	- 0.25	2.1	27.3	50.0

Kaynak : World Tourism Organization. **Tourism Market Trends Europe.**
Madrid: 1997, s.70-135

⁹⁴ Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği. **Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası.** Essen (Almanya): 1996, s.2-3

Tablo 4.10, Türkiye ile bazı Avrupalı rakipleri arasında turist sayısı ve gelirleri konusunda bir karşılaştırma yapma imkanı vermektedir. 1972'den 1996'ya kadar ki sürede Türkiye'yi ziyaret eden toplam turist sayısı yıllık % 31.2 oranında artış göstermiştir. Türkiye'den sonra, turist sayısında en iyi yıllık değişimi % 11.2 ile komşumuz Yunanistan görmekte birlikte, İtalya'nın bu dönem sonunda ziyaretçi sayısı % 0.25 azalmıştır. Turizm gelirlerinde ise Türkiye, aynı dönemde yıllık % 230 gibi bir artışla, en yakın rakibi olan İtalya'nın gelirlerindeki artışın yaklaşık 5.5 katından fazla bir yıllık değişim gerçekleştirmiştir. Bu tablodan Türkiye'nin, bazı Avrupalı rakiplerine oranla son 15 yılda, devasa boyutlara varan turizm gelişmesi gerçekleştirdiği açıkça görülmektedir.

4.5.3. Türk ve Dünya Turizminin Karşılaştırılması

1963 yılında, tüm dünyada 90.1 milyon kişi turizm hareketlerine katılmış ve 17.9 milyar \$ turizm geliri meydana gelmiştir. O yılda Türkiye'nin dünya turizmi içindeki payı % 0.22, dünya turizm gelirleri içindeki payı ise % 0.87 olarak gerçekleşmiştir.

Bu oranlar sırasıyla; 1970'te turist sayısında % 0.44, gelirlerde % 0.29, 1980'te turist sayısında % 0.45, gelirlerde % 0.31, 1990'te turist sayısında % 1.2, gelirlerde % 1.2, 1997'te turist sayısında % 1.6, gelirlerde % 1.8 olarak gerçekleşmiştir.

1990-1997 yılları için dünya ve Türkiye turizm hareketleri trendi incelendiğinde; 1993 ve 1994 yılları hariç Türkiye'ye gelen turist sayısı trendinin dünya ortalamasının üstünde seyrettiği görülmektedir. 1997'de dünya turizmi % 3.1 artarken, Türkiye'nin artış hızı % 12.5 olmuştur. Turizm gelirleri (1991 hariç) açısından da aynı saptamayı yapabiliriz. 1997 yılında dünya turizm gelirlerindeki % 2.1'lik artışa karşın, Türkiye'nin turizm gelirleri % 35.7 oranında artmıştır.

1997 yılında dünya mal ihracatı içinde, dünya turizm gelirlerinin payı % 8.36, Türkiye’de % 30.8 olmuştur. Aynı yıl Türkiye’nin mal ihracatının dünya içindeki payı % 0.5, turizm gelirlerinin dünya turizm gelirleri içindeki payı ise % 1.8 olarak gerçekleşmiştir.

Dünyada en çok turist kabul eden ülke sıralamasında 19. sırada yer alan ülkemiz, en çok turizm geliri elde eden ülke sıralamasında ise 13. olmuştur. 1990’lı yıllarda ilk 20 ülke arasında yer alan ülkemiz, 2000’li yıllarda ilk 10 ülke arasına girmek hedefindedir.

Türkiye, Avrupa’da en çok turist kabul eden 14., en çok turizm geliri elde eden 8. ülke konumundadır. Yine ülkemiz, Avrupa’da en çok turizm harcaması yapan ilk 20 ülke arasındadır.⁹⁵

⁹⁵ Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü. (Yayınlanmamış Doküman), Haziran, 1999.

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI

Ülkemizde turizm, başlangıç yıllarına göre oldukça ileri boyutlarda bir gelişme göstermiştir. Ancak gelişen turizm sektörü birtakım sorunları da beraberinde getirmiştir. Sorunların önemli bir bölümü sektörün kendi iç yapısından kaynaklanmakta ve gelişme düzeyi ile birlikte ortaya çıkmış sorunlardan oluşmaktadır.

5.1. Pazarlama Sorunu

Tüketici gereksinimlerini karşılayacak, turistik ürünün oluşturulmasını ve oluşturulan bu ürünlere ilişkin tüm bilgilerin turistik ürün mahalline getirilmesini içeren sistematik ve uyumlu faaliyetlerin bütünü olarak tanımlanan “turizm pazarlaması” konularında ülkemizde arzu edilen etkinlik sağlanamamıştır. Turizmin gelişmeye başladığı yıllarda pazarlama sorunu bulunmamaktaydı. Çünkü, konaklama kapasitesi mevcut talebe göre azdı. Ancak zamanla yatak kapasitesinin sağlanan teşviklerle arttırılması ile birlikte ortaya pazarlama sorunu çıktı. Aslında bu sorunun çözümü için teşviklerin verilmeye başlandığı tarihten itibaren birtakım çalışmaların yapılması gerekmektedir. Ülkemizde turizm pazarlaması sorunlarını doğuran en önemli nedenler şunlardır;

- Dinamik pazarlama anlayışının en önemli öğelerinden birisi olan, pazar araştırmaları yetersizdir.
- Sorumlu meslek kuruluşları turizm pazarlamasında, üyelerini bilgilendirmek ve ticari amaç etrafında bütünleştirmek konusunda yetersiz kalmaktadır.
- İşletmeler, örgütlenme ve dışa açılma konularında pasif tutum içindedirler.

- Bakanlık bütçesinde tanıtma ve pazarlamaya ayrılan kaynaklar sınırlıdır.⁹⁶

Dünya Turizm Örgütü'nün 1995'te yaptığı bir araştırmanın rakamlarına göre, Akdeniz havzasında rekabet etmekte olduğumuz ülkelerin, turizm amaçlı reklamlarına ayırdıkları miktarlar, o yıl ki turizm gelirlerinin % 1'i ile % 5'i arasında değişiyor. Fas, aynı yıl 5.5 milyar \$ gelir elde edebilmek için 20 milyon \$; Güney Kıbrıs Rum Yönetimi 1.8 milyar \$ gelir elde edebilmek için 20 milyon \$ tanıtım amaçlı reklâm giderlerinde bulunmuşlardır. İspanya'nın reklâm giderleri, tüm gelirinin % 5'in altına düşmemiştir. Türkiye'ye baktığımızda ise 1994 yılında talih oyunlarından edinilen katkının döner sermayeden geçerek reklam bütçesine aktarılması sayesinde en yüksek ödenek ayrılmıştır ve bu miktar o yılki turizm gelirlerimizin % 0.6'sına tekabül eder. Bu rakam giderek gerilemiş, 1998 yılında % 0.15'e düşmüştür.⁹⁷

Tıpkı kalkış anındaki uçağın gazına fazla yüklenildiği gibi, ülkemizin de turizm sektörüne gerekli reklam giderlerini tahsis etmesi gerekmektedir. Ülkemizin, diğer ülkeler ve vatandaşları nezdinde olan olumsuz imajı veya bilgisizliği, ancak tanıtım yoluyla giderilecektir.

5.2. Turizm Planlaması Sorunu

Turizm planlaması sorunu, turizmin gelişme gösterdiği ya da gösterme potansiyeli bulunan merkezlerinde veya bölgelerinde "Turizm Gelişim Planları"nın uygulanamamasından kaynaklanmaktadır. Daha çok 1983'den sonra ülkemizde turizmin hızlı bir gelişme trendi izlediği yıllarda turizm planları ya hiç yapılmamış ya da yapılan planlar yeterince uygulanamamıştır.

⁹⁶ HACIOĞLU, Necdet. **Turizm Pazarlaması**. Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa: 1989, s.15

⁹⁷ VAKIFBANK. **Turizm Sektörünün İhtiyaçları, Sorunları ve Çözüm Yolları Konulu Paneli**. Kuşadası, 26 Haziran 1999, s.16

Güney Antalya Turizm Projesi, turizm planlamasından ortaya çıkan sorunların en tipik örneğidir. Bu projede, yörede 25 bin dolayında belgeli ve belgesiz yatak kapasitesine sahip tesis yapılması öngörülmesine karşın, günümüzde 75 bin dolayında işletme belgeli yatak kapasiteli tesis bulunmaktadır. Aynı şekilde Side Turizm Gelişim Planı da öngörülen hedefleri aşmıştır. Planların yeterince uygulanamaması, turizm merkezlerinin çekiciliklerinin kısa zamanda ortadan kaybolmasına yol açmaktadır.⁹⁸

5.3. Çevre Sorunları

Turizm ve çevre birbiriyle oldukça yakıdan ilişkilidir. Daha doğrusu turizm endüstrisinin ana konusu çevredir; çünkü turizmde herşey çevre üzerine kuruludur. Korunmuş, güzelliğini yitirmemiş yöreler en çok talep edilen yöreler olmaktadır. Ancak, ülkemizde turizm planlamasının yeterli tutarlılıkta gerçekleştirilememiş olması, çevre sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Çevre sorunlarına yol açan hususlar şunlardır:

- Planlanan bölgelerdeki doğal kaynaklar ve bunların taşıma kapasitelerine ilişkin yeterli düzeyde araştırma ve envanter bulunmaması,
- Farklı disiplinli bir çalışmayı gerektiren planlama işlevini yürüten gruplarda çevreyle ilgili çeşitli uzmanlık alanlarının yeterli düzeyde yer almaması,
- Arazi sahiplerinin ve ikinci konut kooperatiflerinin yapı yasağı veya kısıtlaması kararlarına karşı direnç göstermeleri,
- Çeşitli bölgesel ve sektörel planlar için çerçeve oluşturacak bir çevre master planının bulunmaması,
- Planların hazırlanış aşamasında gelişmenin çevre üzerindeki olumsuz etkilerine yeterli duyarlılık ve bilinçle yaklaşılmamış olması,

⁹⁸ Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yatırımları Yönlendirme Dairesi Başkanlığı. Türkiye’de Turizm Yatırım Olanakları ve Yatırım Süreci. Ankara: 1995, s.11

- Planların uygulanmasında yoğunluk tecavüzü, estetik ihmaller, altyapı yetersizliği nedeniyle turizm gelişmesi kendi sermayesini oluşturan çevreyi olumsuz yönde etkilemiştir.⁹⁹

5.4. İç Turizmin Geliştirilmesi

Türkiye’de turizm olayı ile ilgili çalışmalar tamamıyla dış turizme yönelik gerçekleştirilmiştir. 1980’lerde Türkiye’de yatak sayısının yeterli düzeyde olmaması ve dış turizm talebinin yüksek olması, yatırımların tümüyle dış talebe yanıt verecek şekilde planlanmasına yol açmıştır. Ancak, zamanla, özellikle de kriz dönemlerinde iç turizmin geliştirilmemiş olmasının sancıları su üstüne çıkmıştır.

Ülkemizde iç turizmin gelişmemesinin bir başka önemli nedeni de, ikinci konutlar yani yazlıklardır ki Türkiye’de iç turizmin gelişmesini engellemiştir. Günümüzde özellikle kıyı bölgelerinde artış gösteren ikinci konutlar, kişilerin her yıl aynı bölgelere gitmelerine neden olmakta ve ekonomik anlamda turizm faaliyetlerine katılmalarına engel olmaktadır. Ayrıca sözkonusu ikinci konutlar, kişinin o yörede turizm amaçlı tüketim yapmasını engellediği gibi, konut sahiplerine sadece günlük yaşantılarını devam ettirdiği bir yer olma özelliğine sahip olmaktadır. Turizme katılma gelir düzeyine ve kültürüne sahip olan toplumsal katmanlar içerisinde yer alanların çoğunluğunun kendilerine ait bir veya daha fazla yazlığının bulunması, iç turizmin gelişmesine engel olan unsurlardan birisini oluşturmaktadır. Zaten, turizm ileri gitmiş ülkelere bakılırsa bu ülkelerin turist çeken ülkeler olduğu kadar turist gönderen ülkeler sınıfına da girdiği görülmektedir.¹⁰⁰

Ülkemiz insanının, ülkemizi daha iyi ve yakından tanıması, çeşitli doğal güzellikleri yerinde görmesi gibi amaçlarla, finans sektöründen

⁹⁹ BARUTÇUGİL, İsmet Sabit. 1984, A.g.e., s.122

¹⁰⁰ İLKİN, Akın ve M. Zeki Dinçer. A.g.e., s.90

sağlanabilecek olan 200-250 \$'lık seyahat kredileriyle iç turizm canlandırılabilir. Bu ve benzeri gerekli adımlar daha önceki dönemlerde atılmış olsaydı, 1999 yılında büyük yaralar alan turizm sektörünün yaraları belli oranlarda, iç turizmle sarılabilirirdi.

5.5. Turizmin Çeşitlendirilmesi Sorunu

Ülkemizde turizm denilince akla ilk olarak “Deniz-Kum-Güneş”e yönelik turizm faaliyetleri gelmektedir. Yapılan yatırımlara bakıldığında da önemli bir çoğunluğun deniz turizmine yönelik olarak gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Ancak, zamanla denizlerin kirlenmesi, başka turizm türlerine olan talebin dünya üzerinde artması, Türkiye’de yapılan yanlışlığı ortaya çıkarmıştır. Ülkemiz, turizmin çeşitlendirilmesi konusunda oldukça zengin kaynaklara ve olanaklara sahiptir ki bunlardan bazıları; kış, dağ, yayla, tarih, kültür turizmi olarak sayılabilir.

Türkiye, 1300 kadar jeotermal kaynağa sahip bulunmakta ve kaynak zenginliği açısından dünyada ilk 7 ülke içerisinde yer almaktadır. Bununla birlikte, termal sularımız hem sıcaklık, hem de çeşitli fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa’daki termal sulardan üstün nitelikler taşımaktadır. Jeotermal kaynaklarımızın tanıtımı neticesinde turizm çeşitlemesine gidilmiş olacaktır ve bu tür termal kaynaklardan yararlanmak dört mevsimde de gerçekleştirilebilir.

Kayak merkezlerimizden olan Uludağ, Palandöken ve Kartalkaya ve kayak sporuna müsait güzel birer arz teşkil etmektedirler. Yayla turizminin gelişmesine müsait olan, Trabzon yaylaları ve Rize Ayder Yaylası; rafting sporunun yapılabileceği nehir olan Çoruh Nehri; tarih turizmini cezbedecek birçok örnekten biri olan Nemrut Dağı; tüm bunlar ülkemiz turizminin çeşitlendirilmesinde, turizmin ülke sathına yayılmasında ve turizmimizin

pazarlanmasında etken olacak zenginliklerdir. Böylelikle de mevsimlik ve bölgesel yoğunluğun önüne geçilmiş olunur.

5.6. Mevsimlik Yoğunlaşma Sorunu

Türkiye turizminde önemli oranda mevsimlik yoğunlaşma yaşanmaktadır. Ülkemizde turizm büyük oranda yaz aylarında yoğunlaşmaktadır. Mevsimlik yoğunlaşmaya şu hususlar neden olmaktadır:

- İklim koşulları,
- Ekonomik ve sosyal nedenler,
- Tatil izinleri ve endüstriyel nedenler,
- Öğretimde tatil dönemleri,
- İnsanlarda turizme yaz aylarında çıkabileceği düşüncesinin yerleşmesi,
- Turistik ürünün niteliğinden doğan nedenler.

Mevsimlik yoğunlaşmanın nedenleri, Türkiye’de daha çok dış turizme dönük turizm hareketlerinin yaşanması dolayısıyla, daha çok dış kaynaklıdır.

5.7. Ulaştırma Sorunu

Turizm, ulaştırma faktörü olmadan gerçekleşemez. Bu nedenle turizm bir ülkenin ulaştırma ağıyla yakından ilgili bir sektördür. Ülkemizde hemen hemen tüm ulaşım sistemleri çağın gerisinde kalmıştır.

Karayolu sisteminde turizm merkezlerine yönelik olarak çağdaş standartlardaki yollar yeterli değildir. Çoğu yerde çağın gerisinde kalmış bir karayolu ulaşım sistemi mevcuttur. Ülkemizde otobüs taşımacılığının çok

gelişmesi ve günümüz teknolojisi ürünü otobüsler kullanılmasına karşı yollar bu taşıtlara yanıt vermekten uzaktır.

Havayolu ulaşım sisteminde ise, havaalanlarımız ve uçak filolarımız yeterli değildir. Pek çok turizm merkezimizin yakınlarında uluslararası standartlara uygun havaalanı bulunmamaktadır. Bazıları da yaz sezonunda ihtiyaca yanıt verememektedir.

Demiryolu ulaşım sistemi ise, kendi başına turistik talep oluşturacak kadar eskidir. Demiryolu ray sistemi çoğu yerde I. Dünya Savaşı öncesinden kalmadır. Gerçekleştirilen yenilemeler ise trenlerin hız yapmalarına elverişli değildir. İşletmecilik sorunları had safhaya ulaşmış, trenler ise konfor ve hız yönünden yeterli değildir. Çoğu zaman meydana gelen rötarlar, bu ulaşım sistemine olan talebi bütünüyle azaltmaktadır.

Üç tarafı denizlerle çevrili olan ülkemizin denizyolu ulaşımı da diğerlerinden farklı durumda değildir. Türkiye Denizcilik İşletmeleri'nin çalışmaları yeterli düzeyde değildir. Öte yandan ülkemize yönelik büyük boyutlara varan yat turizmi talebi bulunmasına rağmen, gerek marinalar, gerekse çekek yerleri ihtiyacı karşılamaktan uzaktır.

5.8. Turizm Politikasının Oluşturulamaması Sorunu

Türkiye'de her yeni hükümetin uygulayacağı, kesin çizgileri belirlenmiş bir turizm politikası bulunmamaktadır. Yalnızca ödemeler dengesi açığının kapatılmasında turizm gelirlerinden yararlanma "politikası", her iktidarın ortak turizm politikası olarak kabul edilmektedir. Bunun dışında hemen hiçbir konuda, değişen iktidarlar arasında görüş birliği bulunmamaktadır. Her yeni hükümet kendi turizm politikasını oluşturmakta, iktidarda bulunduğu süre içerisinde uygulayabildiği kadar bu politikasını

uygulamaktadır. Bu durum, sonuçta ülkemizdeki uygulamaların çoğu zaman birbiriyle çelişmesine neden olmaktadır.

Turizm sektörü bazında, Akdeniz ülkelerine baktığımızda, ülkemiz dışında hiçbir ülkenin Turizm Bakanlığı adı altında bir bakanlığın bulunmadığını görüyoruz. Sistem yönünden, bize yakın olan sadece İspanya vardır, ancak bu ülkede de turizm, müsteşarlık bazında temsil edilmektedir ve sistem, özel teşebbüse üst konsey olarak aktarılmış ve son derece sağlıklı çalışmaktadır. Ülkemizde, maalesef yıllardır ağır işleyen bürokrasi ve merkeziyetçi yapı sonucunda, her şeyin merkezde kararlaştırılması, her şeyin merkezde uygulanması sonucunda, hem zamandan, hem kaynaktan, hem de personelden önemli derecede israf edildiği ortadadır. Turizm sektörüyle ilgili kararların alınmasında, özel sektörün, mahalli idarelerin ve kamu sektörünün ortak çalışması gerekmektedir. Yine, tanıtım ve pazarlama çalışmaları, turizm acentelerinin, kamunun ve otelcilerin işbirliğiyle yapılmalıdır. Satış ve pazarlamada ülke çeşitlemesine gidilip, hizmet sektörü olan turizmde işgücü unsurunun önemi dikkate alınarak eğitim ve hizmet kalitesinin yükseltilip, devamlı müşteri politikası izlenmelidir. Yani, gelen bir turistin tekrar aynı tesise, dolayısıyla ülkemize gelmesini sağlayacak hizmet kalitesini tutturabilmemiz gerekir.

5.9. İşletmecilik Sorunları

Türkiye'deki turizm işletmelerinde çok ciddi düzeylerde işletmecilik sorunları bulunmaktadır ve özellikle konaklama işletmelerindeki işletmecilik sorunları turizmimizi etkilemektedir. Bunun en önemli nedeni, turizmle ilgili olmayan kesimlerin aldıkları teşviklerle bir dönemde sektöre önce yatırımcı, sonra da işletmeci kimliğiyle girmelidir. Bu kişiler sonuçta, hiç anlamadıkları bir sektörde birtakım yanlış uygulamaların başlatıcısı olmuşlardır. İşletmecilik sorunlarının en büyük zararı da, nitelikli otel

personelinin sektör dışına kaymasıdır. Büyük emeklerle yetişen otel çalışanları, turizm işletmeciliği kavramına bile yabancı birtakım kişilerin yanlış uygulamaları sonucunda sektör dışına kaymaktadır. İşletmeciler, finansman yönünden zor bir döneme girdikleri, dış turizm talebinin düşük düzeyde yaşandığı ya da düşük fiyatlarla satış yaptıkları dönemlerde, zor dönemleri atlamanın ilk önlemi olarak çalışanların işlerine son vermektedirler. Bundan dolayı, otel işletmecilerinin hemen her fırsatta kalifiye eleman açığından söz etmelerinin içtenliği konusunda bazı kuşklar uyandırmaktadır.¹⁰¹

5.10. Turizm Bilincinin Oluşturulması Sorunu

Ülkemizde turizm bilinci yeterince oluşturulamamıştır. Verilen turizm bilinci ise “turizmin ödemeler dengesine olan katkısından” ilham alarak, turisti “yolunacak kaz” olarak göstermektedir. Turizmin toplumları yakınlaştıran yönleri, dünya barışına olan katkıları, ülkemiz insanının dünyadaki yanlış imajının silinmesine olan katkısı yeterince dikkate alınmamaktadır. Sonuç olarak da turistlere yönelik çalışan esnaf arasında turisti kazıklama düşüncesi yaygınlık kazanmaktadır. Turizm, elbette ki ekonomik yönü ağır basan bir olaydır; turizmin diğer yönleri ön plana alınsa bile elbette ki turistler konaklama, ulaştırma, yeme-içme ve hediyelik eşya için para harcayacaklardır. Bunun için fazladan bir bilinç oluşturmaya gerek bulunmamaktadır.

Turizm bilinci devletimiz tarafından da yeterince oluşturulamamıştır. KDV oranlarındaki her % 1 indirilişin, turizm gelirlerinde % 2.5 gibi bir artışa sebebiyet verdiği gözönünde bulundurulursa, ülkemizin, turizm sektöründe KDV oranlarını sabit tutmasına bir anlam verilememektedir. Örneğin, İspanya’da standart KDV oranı % 16, turizmde ise % 7; Fransa’da

¹⁰¹ İLKİN, Akın ve M. Zeki DİNÇER. A.g.e., s.98

standart KDV oranı % 20, turizmde % 5.5; İtalya'da standart KDV oranı % 20, turizmde ise % 10 idi ve 2000 yılında ise turizm sektöründe KDV oranı sıfırlandı ve son olarak Portekiz'de standart KDV oranı % 17 olduğu halde, turizmde bu oran % 5. Ülkemizin de bu yönde gerekli değişiklikleri yaparak turizm sektörü için KDV oranlarını gözden geçirmesi gerekmektedir.

Atatürk ve Menderes Hava Limanları ticari hava alanları statüsünde olduklarından, buralara inen uçaklardan kişi başına 60 Mark civarında bir para talep edilmektedir. Buna karşın, Dalaman, Antalya, Bodrum Hava Alanları turistik hava alanı olduklarından, buralardan bu para talep edilmiyor. Geçmiş yıllarda pek sıkıntı yaratmayan bu fark, günümüz rekabet koşullarında bu para büyük bir değer ifade ettiğinden, tur operatörleri bundan kaçmak için uçaklarını, bu tür bir paranın talep edilmediği hava alanlarına indiriyorlar. Bu durumda Atatürk ve Menderes Hava Alanlarına yakın olan turistik beldeleri olumsuz yönde etkilemektedir.¹⁰² Turizmimizin, sektör içi rekabette ayakta kalabilmesi için, turizm bilincinin oluşması, turizm sektöründeki KDV oranlarının indirilmesi, hava alanlarında uygulanan ayak bastı parası ve alış-verişlerde karşılaşılan sorunların giderilmesi gerekiyor.

5.11. Altyapı ve Kıyı Yoğunlaşması Sorunu

Ülkemizdeki çoğu yerleşim birimlerinde olduğu gibi pek çok turizm merkezinin de altyapı sorunları çözümlenmiş değildir. Çoğu yerde kanalizasyon denize verilmekte, çöpler toplanamamaktadır. Öte yandan turizm sezonunda mevcut nüfusunun birkaç katı nüfusa ulaşan turizm merkezlerinin yerel yönetimleri, bu durum karşısında çaresiz kalmaktadırlar.

¹⁰² VAKIFBANK. A.g.e., s.25

Ülkemizde somut bir şekilde görülen kıyı yoğunlaşmasına yol açan başlıca neden, turizmimizin deniz-kum-güneşe dönük olarak gelişmesidir. Ayrıca turizmi çeşitlendirme çalışmalarının gecikmeli olarak dikkate alınması, teşvikler hazırlanırken kıyılarımızın kaldırabileceği yatırım düzeyinin belirlenmemiş olması önemli sorunlar doğurmuştur.

5.12. Örgütlenme Sorunu

Ülkemiz turizminde başlangıçtan beri organizasyon ve örgütlenme sorunu yaşanmaktadır. Turizmin disiplinlerarası bir alan olması, onun pek çok konunun uygulama alanına girmesine yol açmaktadır. Turizm, hemen her konuyla yakından ilgilidir. Turizm Bakanlığı'nın tek başına turizmin bütün ilgili olduğu alanlara ilişkin düzenlemelere egemen olamaması, pek çok konunun diğer bakanlıklarla ilişkili olması ortaya eşgüdüm (koordinasyon) sorununu çıkarmaktadır. Bu sorunun çözümüne dönük olarak bir zamanlar uygulamaya konulan Bakanlıklararası Turizm Koordinasyon Kurulu'da ihtiyaca cevap verememektedir. Bu nedenle, turizmin bakanlık bünyesinden ziyade daha üst düzeyde ilgili bakanlıklarla ilişkiye girecek bir yapıdaki örgütlenmeye gereksinmesi bulunmaktadır.

5.13. Terör Sorunu

Turizm anarşi ve terör olaylarına karşı oldukça duyarlı bir sektördür. İnsanlar can güvenliklerinin tehlikede olduğu bölgelere veya ülkelere seyahat etmekten kaçınırlar. Bu nedenle turizm talebi terör ve anarşik olaylara karşı oldukça duyarlıdır. Ülkemizde 1993 yılında ve sonrasında meydana gelen turistlere yönelik birtakım terör hareketleri turizm sektörü üzerinde olumsuz etkiye bulunmuştur. 1993 yılında Antalya'da yaşanan bombalama olayı tek başına iki milyar dolarlık bir gelir kaybına yol açmıştır.

Yine 1999 yılı turizm talebinin yetersizliğinin altında terör yatmaktadır ve en az iki milyar dolarlık turizm geliri kaybedilmiştir.

Belirtmek gerekir ki, yazılı ve görsel medyaya tanıtım konusunda büyük görevler düşmektedir. Turizmde tanıtım ve reklam amacıyla ne kadar harcama yapılırsa yapılsın, tanıtım sektörüyle basın arasında bir konsensüs oluşturulmadığı müddetçe, başarı sağlanması mümkün değildir. Örneğin, ülkemizde 1999 yılının 1 Mayıs'ında hiçbir tatsız olay yaşanmadığı halde, o günün akşamındaki haber bültenlerinde birçok özel kanallar, sanki o gün bir şeyler olmuş gibi arşiv görüntülerini tekrar yayınladılar. Yazılı ve görsel basınımızın, bu konuda akılcı davranıp, reyting uğruna, önemli derecede ekonomik ve sosyal kayıplar verilmesini önlemeli ve terör olaylarına gereğinden fazla yer verilmemelidir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği ve Türkiye Otelciler Birliği üyeleri belli güçte ve portföyde reklam müşterisidirler. Şayet basın, turizm sektörüne terör konusunda yardımcı olmazsa, turizm kuruluşlarının, reklâm kozlarını kullanarak medyaya baskı yapması neticesinde sonuç alınabilir. Böylelikle terör olaylarından dolayı iptal edilen rezervasyonlar olmayacaktır.

5.14. Sosyo-Ekonomik ve Siyasal Gelişmelerden Doğan

Sorunlar

Daha önce denildiği gibi, turizm talebi pek çok gelişmeden etkilenmektedir. Dünyada veya ülkemizde yaşanan ekonomik gelişmeler turizm talebini olumsuz yönde etkileyebilir. Bir ülke ekonomisindeki ani ve kararsız dalgalanmalar o ülkeye olan turizm talebini kısacaktır. Yine Türkiye'de veya turist gönderen ülkelerde yaşanacak toplumsal ve siyasi olaylarda turizm talebi üzerinde önemli oranda belirleyici olacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir.

Günümüzde çok yönlü bir görünüm arz eden turizm özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülke ekonomilerinin karşılaştığı ekonomik sorunları çözümünde ve darboğazların aşılmasında adeta bir çıkış noktası haline gelmiştir.

Turizm sektörü; sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeyi hızlandırması, hizmet sektörünün yan kollarında üretim ile ülke genelinde istihdamı arttırması, yabancı sermaye girişi ve döviz girdisi sağlamasıyla iktisadi kalkınmada önemli bir unsurdur.

Günümüz kalkınma planlarında sanayi sektörü ağırlıkta olmakla birlikte sadece sanayi sektörüne dayalı kalkınma modeli yerine, ülkenin tüm kaynaklarını içeren ve diğer sektör yatırımlarına da yer veren bir iktisadi kalkınma modeli izlenmektedir.

Turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde GSMH'nın büyük bir bölümünü oluşturan hizmetler sektörün içinde en önemli payı teşkil etmektedir. Sektörün, milli gelire olan katkısı yanında, sağladığı döviz geliri ile ödemeler dengesi açığının kapanmasında rolü büyüktür.

Turizm, neden olduğu altyapı ve turistik yatırımların yarattığı iş hacmi ile ekonomik canlanma getirmekte, artan mal ve hizmet akımı ile dolaylı olarak diğer girdi sektörlerinde istihdamı arttırma özelliği daha da belirginleşmektedir. Özellikle genç ve hızlı artan nüfusa sahip olan ülkemiz, emek yoğun nitelik gösteren turizm sektörünün gelişmesi için çok uygun bir zemin oluşturmaktadır.

Turizm amacıyla yapılan altyapı yatırımları aslında yöre halkı açısından büyük önem taşımaktadır. Turizm, yörelerde ekonomik gelişmeye, refah düzeyinin artmasına ve bu sayede belirli sanayileşmiş yörelere olan göçün önüne geçilmesine hatta bu yörelerde çeşitli sanayi kollarının gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Belirli bir program çerçevesinde turizm sektörünün cazip hale getirilmesi; hızla gelişmesi, sermaye akışının sağlanması, yatırımların desteklenmesi, istihdamın özendirilmesi ile mümkündür.

Son 15-20 yılda Türk turizminde gözle görülür gelişmeler gerçekleşmiştir. Zira Türkiye, turizm sektörü açısından büyük önem arzeden turistik değerlere sahiptir. Türkiye, sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel zenginliklerini tamamıyla, turizm sektörünün hizmetine sunabilmiş değildir.

Türk turizmine olan talebi artıracak fırsatları şu şekilde sıralayabiliriz;

- Alternatif turizm potansiyelinin çeşitliliği (kültür turizmi, inanç turizmi, yayla turizmi, termal turizm, kış turizmi, kongre turizmi, av turizmi, gençlik turizmi, üçüncü yaş turizmi, dağcılık, yat turizmi, golf, rafting, trekking gibi),

- Bazı rakiplerimizin talep oranının düşmesi,
- Ulaşım sektöründeki gelişmeler,
- İletişim teknolojisinin hızla gelişmesi,
- Son yıllarda terör tehdidinin azalması,
- Komşu ülkelerle olan ilişkilerimizdeki yumuşama.

Ülkemiz, bu fırsatları değerlendirip, sahip olduğu imkanları, yeni pazarlar elde etmek, rakip ülkelere göre avantaj sağlamak için kullanması gerekir.

Turizm, çoğunlukla alternatif kullanım olanağı bulunmayan ya da yeterince değerlendirilemeyen ülke kaynaklarının ve çok çeşitli mal ve hizmetlerin, ülke içinde perakende fiyatlarla dışsatımı olarak kabul edilebilir. Bu noktada turizm ile ihracatı karşılaştırdığımızda, ihracat için daha fazla masraf gerektiğinden, turizmin ödemeler bilançosuna olan net katkısı, ihracata oranla daha yüksek miktarda olacaktır.

Turizm sektörü, emek-yoğun bir sektördür ve bu sebeple de, sektörün büyüklüğü oranında istihdam yaratacaktır. Ancak, ülkemize gelen ziyaretçinin, iyi bir tatil geçirebilmesi, dinlenebilmesi veya amacına ulaşabilmesi sektör çalışanlarının ilgi ve alakasına bağlıdır. Bundan dolayı, ziyaretçi memnuniyeti, turizm bilinci kazanmış ve eğitilmiş olan sektör çalışanlarına bağlıdır ve turizmde çalışanların belli bir eğitim aşamasından geçmesi gerekmektedir. Ancak bu yolla, turizmde sürdürülebilir gelişme yakalanmış olacaktır.

24 Ocak 1980 Ekonomik İstikrar Tedbirleri'nin, turizm sektörünü doğrudan etkileyen kararları arasında yer alan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun çıkartılmasıyla, ülkemiz turizmi tam anlamıyla bir ivme kazanmıştır. Ülkemiz turizm gelirleri, daha önceki yıllara oranla yüksek seviyelere ulaşmıştır. Türkiye'nin, Dünya turizminin içindeki payı % 0.3'ten % 4'e ve gelen yabancı turist sayısında da 1.4 milyondan 9.7 milyon kişiye yükselmiştir.

Tablo 4.2. ve 4.3.'e bakıldığında turizmin gerek sabit sermaye yatırımları içerisindeki payının gerekse yatırım teşvik belgelerinin dağılımındaki payının çok az olduğu görülecektir. Oysa, daha gelişme aşamasında olduğu düşünülen turizm sektörümüzün, yatırıma, teşviğe ve finansmana ihtiyacı vardır. Türkiye'de şu anda yatırım ve işletme ihtiyacı için yaklaşık 564.000 yatak kapasitesi gerekiyor.

Ancak, bu olumlu gelişmeler, 1997 yılında Asya kriziyle başlayan ve Türkiye'yi de etkisi altına alan, küresel ekonomik krizin yaptığı etkilerle, yavaşlamaya başlamış, daha sonrasında da rakiplerimizin gerekli ekonomik tedbirleri zamanında alarak bize karşı avantaj sağlamaları ve 1998 yılı sonunda, Türkiye ile İtalya arasındaki siyasi gerginliğin de turizm sektörüne yansısıyla, maalesef uzun yıllar lokomotif sektörlerden biri olan turizm sektöründe kriz yaşanması kaçınılmaz olmuştur. Bu noktada, turizm ve milli gelir konusunun irdelendiği alt başlıkta değinildiği gibi, ülkemiz turizminin en büyük iki pazarı Almanya ve Bağımsız Devletler Topluluğu'dur. Bu ülkelerdeki mevcut pazarımızı, daha fazla tanıtım ve reklam yoluyla büyütüp, turizmde ülke çeşitlemesine gidilmelidir. Turizmde ülke çeşitlemesine gidilmesi sonucu, turizm, dışpazarının büyük bir kısmını oluşturan bu iki ülkede çıkabilecek herhangi bir ekonomik ve siyasi krizden etkilenmeyecektir.

Ülkemizde, turizm sektörünün sürüklediği yaklaşık olarak 37 adet yan sektör bulunmaktadır. Turizm sektörünün olumsuz yönde etkilenmesi bu sektörleri de olumsuz olarak etkilemektedir.

Herşeyden önce, ülkemizin ihtiyacı olan en önemli faaliyet tanıtımdır. Tanıtıma yalnızca turizmin değil, büyük ölçüde ülkemizin ihtiyacı vardır. Bu aşamada, Türkiye'nin tanıtım sorununun sağlıklı ve ihtiyaca uygun biçimde çözülebilmesi için öncelikle tanıtım konseptinin değişmesi gerekir. Tanıtım konsepti oluşturulurken de şu perspektiften hareket edilmelidir; tanıtım, yalnız turizm sektörü ve Turizm Bakanlığı'nın işi değildir. Dolayısıyla, tanıtım sorununa kalıcı ve sağlıklı çözüm; ilgili bütün birim ve sektörlerin fikrî ve parasal katkısının olması ve dış tanıtımda, politika etkilerine ve güncel değişikliklere kapalı bir konsept oluşturulmasıdır.

Ülkemizin pazarlama sorunu altbaşlığında da açıklandığı üzere, dış tanıtım amacıyla finansmana ihtiyacı vardır. 1985 yılında çıkartılan bir yasayla kurulan Tanıtma Fonu'na yalnızca spor toto, loto, milli piyango ve at yarışlarından ayda ortalama 1 trilyon TL kaynak aktarılmaktadır. Ancak, bu paraların ne olduğu, nerelerde kullanıldığı bilinmemektedir. Fona aktarılan bu meblağın, Fonun kuruluş amaçlarına uygun olarak değerlendirilmesi halinde, dış tanıtım için gerekli olan mali kaynak yeterince sağlanmış olacaktır.

Turizm sektöründe, seyahat acentalığı sisteminin düzenlenerek, yurtiçi ve yurtdışı tur operatörlüğünün geliştirilmesi şarttır. Çünkü, pazarı arayan, bulan ve gerekli bağlantıları yapan, bu kesimdir. O nedenle bu kesimin, çok iyi organize olması ve desteklenmesi gerekmektedir.

Türkiye'de, yurt içi seyahat pazarı 1999 yılı değeriyle 5 milyar \$'ı aşan bir hacme ulaşmıştır. Bu rakam 1993 yılında ise 1.2 milyar \$'dı. Yani, yurt içi seyahat pazarı 6 yılda dört kattan fazla büyümüştür. Kaldı ki, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi araştırmalarında da Türkiye, turizm harcaması en hızlı büyüyen ve büyümesi önümüzdeki yıllarda da artarak sürecektir. Ülkeler arasında ilk sırada yer alıyor. Böylece, yurt içi seyahat pazarının harekete geçirilmesi, aynı zamanda Türkiye'nin, herhangi bir nedenle yurt dışı pazarlarından birinin yitirilmesi durumunda bile, sektörde geçen yıl daha yoğun biçimde tartışılan sıkıntıların daha az yaşanmasına da olanak tanıyacaktır.

Turizm sektörünün yaşadığı kriz, çok çeşitli nedenlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıktıysa da, krizin hemen atlatılamaması ve özellikle 1999'da artması; Dünya ve Türkiye ekonomisini etkisi altına alan global krizin etkisiyle sıkışan finans sektörünün, desteğini kesmesi, hatta yatırım ve işletme kredilerini vadesinden önce geri çağırması ve yeniden kullanılmaması önemli bir faktör olmuştur. Ekonomik kriz ve finansman darlığı arasında sıkışan

sektör, 1999 yılı rezervasyon iptalleriyle, gelen turist sayısının % 60 - % 70 oranında azalması sonucu, en kötü yıllarından birini yaşamıştır. Bu aşamada, finans sektörüyle, turizm sektöründe faaliyet gösteren kuruluşların işbirliği içinde çalışmaları sağlanarak, öncelikle likidite sorunu olan firmalara, faaliyetlerini sağlıklı bir şekilde sürdürebilmeleri için, ihtiyaç duydukları finansman, uygun koşullarla sağlanmalı, mevcut kredileri ödemede zorlanan firmaların borçları, ödeyebilecekleri süreye yayılmalıdır.

Turizm yatırımları için, yabancı sermayenin de devreye sokulması hususunda önlemler alınması, bu konuda özendirici olunmasında büyük yarar vardır. Büyük turizm şirketleri bu anlamda henüz Türkiye'yi keşfetmiş değildir. Türkiye bir turizm ülkesi olarak tur operatörlerinin programlarına ve kataloglarına alınmış olsa da, turizm alanında yeterince yatırım çekmemektedir. Yabancı sermayeyi bu alana çekebilmek için, olumsuz yöndeki imajımızı silmek, riskleri azaltabilmek ve bürokratik engelleri hızla minimize edebilmek gerekmektedir.

Sektörün tekrar yapılanması için, gerekli tedbir ve atılımların zamanında yapılmaması halinde, 1990'lı yıllarda Dünya turizminden aldığı payla ilk 20'ye giren ülkemizin, gelecek yıllarda daha alt sıralara düşmesi kaçınılmaz olacaktır. Geçtiğimiz yıl, turizmimiz yaklaşık 2 milyar \$ kaybetmiştir ve bu rakam Bakü-Ceyhan Boru Hattı'nın maliyetine eşittir.

BİBLİYOGRAFYA

KİTAPLAR

- AKOĞLU, Tunay. **Dünya’da ve Bizde Turizm, Dünü ve Bugünü.** Varlık Yayınevi, İstanbul: 1971.
- AKOĞLU, Tunay. **Turizm Gerçeklerimiz.** Ajans Türk Matbaası, Ankara: 1966.
- AKOĞLU, Tunay. **Turizm Olay ve Ekonomisine Toplu Bakış.** Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Yayını, İstanbul: 1964.
- AKOĞLU, Tunay. **Turizmi Geliştirmek veya Geliştirmemek.** Erler Matbaası, İstanbul: 1978.
- ASLAY, Leyla. **Yıllar İtibariyle Türk Turizmindeki Gelişmeler ve Doğurduğu Sonuçlar.** Yayınlanmamış Bilim Uzmanlığı Tezi, İstanbul: 1993.
- AYVERDİ, Fazlı. **Turistik Faaliyetler Yönünden Türkiye.** Turing ve Otomobil Kurumu Neşriyatı, İstanbul: 1961.
- BAKIR, Mehmet. **Turizm Yatırımlarında Döviz Faktörü ve Proje Değerlendirmede Kullanma Yöntemleri,** Ankara: 1978.
- BARUTÇUGİL, İsmet S. **Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri.** Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul: 1986.
- BARUTÇUGİL, İsmet S. **Turizm İşletmeciliği.** Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa: 1982.
- BURKART, A.J. ve S. MEDLIK. **Tourism; Past, Present And Future. 2.** Baskı, Londra: 1982.
- CEYLAN, Ali ve Ahmet İPEKYÜN. **Turizmin Türkiye ve Bursa Ekonomisindeki Yeri.** Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Yayını, Bursa: 1986.

- ÇORUH, Selahattin. **Genel Turizm Bilgisi**. Güven Matbaası, Ankara: 1969.
- ÇORUH, Selahattin. **Turizm Çalışmalarımızın Geçmiş Günleri**. Ankara: 1974.
- ÇORUH, Selahattin. **Turizm Ekonomisi**. Güven Matbaası, Ankara: 1970.
- DEREKÖY, Ahmet Hamdi. **Turizm Endüstrisinde Kamu Desteği ve Türkiye Örneği**. HDTM, Araştırma-İnceleme Dizisi: 22, Haziran: 1993.
- DİKMEN, Orhan. vd. **Türkiye’de Turizmin Geliştirilmesi**. İktisadi Araştırmalar Tesisi II, İstanbul: 1965.
- DİNÇER, Mithat Zeki. **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**. Filiz Kitabevi, İstanbul: 1993.
- DÜZGÜNOĞLU, Ercihan ve Erol KARABULUT. **Development of Turkish Tourism**. TÜRSAB, İstanbul: 1999.
- ERALP, Ziya. **Turizm Politikası**. Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu, Ankara: 1978.
- ERDOĞAN, Harun. **Uluslararası Turizm**. Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa: 1996.
- GÜLER, Şevki. **Turizm Sosyolojisi**. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayınları 3, Ankara: 1978.
- HACIOĞLU, Necdet. **Turizm Pazarlaması**. Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa: 1989.
- HİÇ, Süreyya. **Türkiye Ekonomisi**. 2. Baskı, Filiz Kitabevi, İstanbul: 1994.
- İLKİN, Akın ve M. Zeki DİNÇER. **Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi**. TOBB Yayını, Ankara: 1991.

- İSTANBULLU, Füsün. **Yabancı Tur Operatörleri ve Türk Turizmi.** TÜRSAB, İstanbul 1992.
- KOZAK, Nazmi, vd. **Genel Turizm (İlkeler Kavramlar).** Anatolia Yayıncılık, Ankara: 1996.
- LEA, John. **Tourism and Development in the Third World.** Loutledge Publishing House, Londra: 1988.
- Lognman Group U.K. Limited. **Developing Tourism Destinations, Policies and Perspectives.** Hong Kong: 1991.
- MANİSALI, Erol ve Şükrü YARCAN. **Survey of Turkish Tourism Industry.** İstanbul: 1989.
- MANİSALI, Erol ve Şükrü YARCAN. **Türk Turizm Endüstrisi Araştırması.** Turizm Bankası A.Ş. İnceleme Araştırma Dizisi: 2, Ankara 1987.
- Milletlerarası Ticaret Odası Raporu. **Milletlerarası Turizm ve İktisadi Kalkınma.** Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret borsaları Birliği Matbaası, Ankara: 1962.
- OLALI, Hasan ve Alp TİMUR. **Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri.** Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti., İzmir: 1986,
- OLALI, Hasan, vd. **Dış Tanıtım ve Turizm.** Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara: 1983.
- OLALI, Hasan. **Turizm Politikası ve Planlaması.** Ege Üniversitesi Matbaası, İzmir: 1982.
- OLALI, Hasan. **Turizm.** Milli Eğitim Basımevi, İstanbul: 1995.

- ONARAN, Mekin H. **Turizm Ekonomisi (Ders Notları)**. Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Talebe Cemiyeti Neşriyat Kolu Yayını, Ankara: 1963.
- SESSA, Alberto. **Tourism as a Factor of Progress in the Economy of Developing Countries**. Unesco-Paris: 1970.
- SEZGİN, Orhan M. ve Yıldırım ACAR. **Turizm, Tanıtma, Pazarlama ve Ekonomi**. Ankara: 1983
- SEZGİN, Orhan Mesut. **Genel Turizm**. Ankara: 1995.
- ŞAHİN, Adem. **İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi**. Türkiye Ticaret, Sınai, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, Ankara: 1990.
- ŞAHİN, Hüseyin. **Türkiye Ekonomisi**. Gözden Geçirilmiş 4. Baskı, Ezgi Kitabevi, Bursa: 1997.
- TEKİN, Abdullah. **Türkiye’nin Turizm Sorunlarına Genel Bir Yaklaşım ve Antalya Özel Örneği**. Emel Matbaacılık Sanayi, Ankara: 1983.
- TİMUR, Alp. **Turizmin Ekonomik Etkileri ve Türkiye Bakımından Bir Değerlendirme**. Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi, İzmir: 1982.
- TOSKAY, Tunca. **Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım**. Der Yayınları, İstanbul: 1983.
- TUNAY, Akoğlu. **Turizm Politikasının Anahtarları**, Ankara: 1967.

- Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü. Yatırımları Yönlendirme Dairesi Başkanlığı. **Türkiye’de Turizm Yatırım Olanakları ve Yatırım Süreci**. Ankara: 1995.
- Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü. **Turizmin Gelişmesine İlişkin Ulusal ve Uluslararası Ölçekler ve Alternatif Öneriler Paneli**. 7 Ağustos 1997.
- Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Daire Başkanlığı (Yayınlanmamış Doküman). Haziran 1999.
- Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü. **Turizm ’90**. Ankara: 1991.
- Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası A.Ş. **Akdeniz Havzasında Turizmin Gelecekteki Durumu İle İlgili Araştırma**. İstanbul: Kasım, 1977.
- Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği. **Turizm Bilgisi ve Turizm Meselelerimiz**. Ankara: 1963.
- Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği. **Avrupa Birliği’nin Turizm Politikası**. Essen (Almanya), Kasım: 1996.
- USTA, Öcal. **Turizm, Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım**. İstanbul: 1988.
- VAKIFBANK. **Turizm Sektörünün İhtiyaçları, Sorunları ve Çözüm Yolları Paneli**. Kuşadası: 26 Haziran 1999.
- YARCAN, Şükrü. **Türkiye’de Turizm ve Uluslararasılaşma**. Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul: Kasım 1996.
- YARCAN, Şükrü. **Uluslararası Turizm ve Gelişmekte Olan Ülkeler**. Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, İstanbul: 1981.

MAKALELER

- AKGÜÇ, Öztin ve Kemal KURDAŞ. “Türkiye’deki Ekonomik Krizin Temelindeki Nedenler, Bunalımdan Çıkış Yolları.” Banka ve Ekonomik Yorumlar, Yıl: 36, S. 1, Ocak: 1999, s.3.
- AKIŞ, Sevgin. “Turizmin Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Etkileri”. Anatolia, Yıl: 7, S. 3-4, Eylül-Aralık: 1996, s.10.
- AYDIN, Mustafa Kemal. “Türkiye’nin Dış Aktif Turizm Gelirleri Tarafından Yaratılan Katma Değerin GSMH’ya Katkısı”. Banka ve Ekonomik Yorumlar, Yıl: 35, S. 1, Ocak: 1998, s.33.
- BARUTÇUGİL, İsmet S. “Tourism In Turkey: The Past, Present and The Future”. Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C. 4, S. 1, Mart: 1984.
- BRAMWELL, Bill. “Fragile Environments: People And Tourism”. Annals Of Tourism Research, C. 22, S. 4, 1995, s.937.
- BROTHERTON, Bob ve Bülent HİMMETOĞLU. “Developing Human Resources For Turkey’s Tourism Industry In The 1990s.” Tourism Management, C. 14, S. 2, 1994, s.109.
- BULUÇ, Gülçin. “Sosyo-Ekonomik Değişkenler ve Turizm Talebine Etkileri” D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, C: 12, S. 2, 1997, s.101.
- BULUÇ, Gülçin. “Turistik Çekicilik Kaynaklarının Planlanmasında Turistik Ürün Çeşitlendirmesi”. Hacettepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, C. 15, S. 2, 1997, s.140.
- CLEMENTS, M. A. ve A. GEORGIU. “The Impact Of Political Instability On A Fragile Tourism Product”. Tourism Management, C. 19, S. 3, 1998, s.283.

- ÇAMAŞ, Talha. "Turizm ve Ülkemizin Yurtdışı Tanıtımı". 3. İzmir İktisat Kongresi, DPT C. 9, 4-7 Haziran 1992, s.281.
- DALLI, Özen. "Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri". 3. İzmir İktisat Kongresi, DPT C. 9, 4-7 Haziran 1992, s.237.
- DEMİRCİOĞLU, Güzin. "Turizm-Çevre Etkileşimi Bakımından Sürdürülebilir Turizm Planlaması". D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, C. 12, S. 2, 1997, s.135.
- EDGELL, David L. "A Barrier-Free Future For Tourism?". Tourism Management, C. 16, S.2, 1995, s.226.
- FREDERICK, Martha. "Rural Tourism And Economic Development", Economic Development Quarterly, C. 7, S. 2, Mayıs 1993, s.215
- GÜRKAN, M. İlhan. "Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri". Anatolia, Yıl: 7, S. 1-2, Mart-Haziran: 1996, s.112.
- GÜVEMLİ, Oktay. "Turizm Yatırımlarının Özendirilmesindeki Gelişmeler". 3. İzmir İktisat Kongresi, DPT C. 9, 4-7 Haziran 1992, s.263.
- İÇÖZ, Orhan. "Çevre Sorunları Turizmi Tehdit Ediyor Mu?". Anatolia, Ocak-Haziran 1994, s.18.
- KAHLENBORN, Walter. "Environmental Technology And Tourism". Tourism Recreation Research, C. 23, S. 1, 1998, s.93.
- KAHRAMAN, Nüzhet. "Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm". Hacettepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, C. 12, 1994, s.27.
- KORZAY, Meral. "Turizmde İstihdam ve Eğitim". 3. İzmir İktisat Kongresi, DPT C. 9, 4-7 Haziran 1992, s.289.
- KOZAK, Nazmi. "Çevre Sorunları". Anatolia, Yıl: 2, S. 19-20, Temmuz-Ağustos: 1991, s.14.

- KÖSEBALABAN, Nalan. "Turizmde Çevresel Yönetim ve Planlama". İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi. C. 25, S. 2, Kasım: 1996, s.45.
- KURTULUŞ, Kemal. "Describing The Decision Process Of French And German Tourist In Turkey". İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi. C. 25, S.2, Kasım: 1996, s.128.
- KÜÇÜKALTAN, Derman. "Turizm Sektörümüze Yansımaları Açısından Karadeniz Ekonomik İşbirliği Bölgesi (KEİB) Projesi". Banka ve Ekonomik Yorumlar, Yıl: 34, S. 8, Ağustos: 1997, s.15.
- LINDBERG, Kreg ve Rebecca JHONSON. "The Economic Volues Of Tourism's Social Impacts". Annals Of Tourism Research C. 24, S. 1, 1997, s.90.
- ORAL, Saime. "Tourism Development In Turkey". Annals Of Tourism Research. C. 25, S. 3, 1998, s.449.
- ÖMEROĞLU, Hasan. "Turizm Yatırımlarında Uygulanan Teşvik Tedbirleri ve Önemi". 3. İzmir İktisat Kongresi, DPT C. 9, 4-7 Haziran 1992, s.267.
- ÖZDEMİR, Mehmet. "Cumhuriyet'in 70. Yılında Türk Turizmi (1923-1993)". Anatolia, Mayıs-Haziran 1993, s.10.
- ÖZTÜRK Yüksel ve Mehmet YEŞİLTAŞ. "Governments Role In The Formulation of Tourism Policies". H.Ü. İİBF Dergisi, C. 15, S. 2, 1997, s.161.
- PEDRO, Aurora. "Tourism In The Mediterranean: Challenges And Opportunities". Anatolia, C: 9, S. 1, 1998, s.58.
- SMERAL, Egon. "The Impact Of Globalization On Small And Medium Enterprises: New Challenges For Tourism Policiers In European Countries". Tourism Management. C. 19, S. 4, 1998, s.371.

- SMITH, Stephen L.J. "Tourism And The Environment: Regional, Economic, And Policy Issues". Annals Of Tourism Research, C. 22, S. 1, 1995, s.226.
- TANSEL, Aysıt. "Economic Impact Of And Demond For Tourism: A Survey". ODTÜ Gelişme Dergisi, C. 18, s.38.
- TEKİN, Abdullah. "Turizmin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Etkileri". Anatolia, Yıl: 5, S. 3, Eylül: 1994, s.45.
- TOOMAN, Alex L. "Tourism And Development" Journal Of Research, C. 5, S. 3, Kış 1997, s.33.
- TÜRKERİ, Yılmaz. "Türk Turizmi ve Turizm Yatırımlarının Gelişimi ve Geleceği". 1. Bilkent turizm Forumu '96, Ankara: 29-30 Kasım 1996, s.59.
- TÜRSAB. S.181, Şubat 1999.
- TÜRSAB. S.184, Ağustos 1999.
- TÜRSAB. S.184, Mayıs 1999.
- TÜRSAB. S.185, Haziran 1999.
- TÜRSAB. S.186, Temmuz 1999.
- TÜTÜNCÜ, Özkan ve Zeynep KUŞLUVAN. "Çevre Sorunlarının Doğuda Rekreatasyon Faaliyetlerine Duyulan Gereksinimi Artırıcı Etkisi". Anatolia, Yıl: 8, S. 1-2, Mart-Haziran: 1997, s.9.
- UNEP, IE/PAC. Industry And Environment. July-December: 1992, C. 15, S. 3-4, s.449.
- ÜNAL, Tankut. "Sürdürülebilir Turizm Gelişim Sürecinde Çevre. 3. İzmir İktisat Kongresi, DPT C. 9, 4-7 Haziran 1992, s.341.

- ÜNSAL, Engin. “Turizm Sektöründe İstihdam, Sendikalar ve Çalışma Barışı”. 3. İzmir İktisat Kongresi, DPT C. 9, 4-7 Haziran 1992, s.337.
- WESTLAKE John ve Dimitrios DIAMONTIS. “The Application Of Environmental Auditing To The Management Of Sustainability Within Tourism”, Tourism Recreation Research. C. 23, S. 2, 1998, s.69.



İSTATİSTİKLER, RAPORLAR VE RESMİ YAYINLAR

- DİE. İstatistik Göstergeleri (1923-1995).
- DPT. 1998 Yılı Programı. VII. BYKP (1996-2000). Ankara: 1998.
- DPT. Ekonomik ve Sosyal Göstergeler (1950-1997), Ankara: 1997.
- DPT. Haber Bülteni. 25.05.1999.
- DPT. Temel Ekonomik Göstergeler. Nisan: 1999.
- DPT. Turizm. Ankara: Eylül 1995.
- DTM. Başlıca Ekonomik Göstergeler. Mart-Mayıs: 1999.
- DTM. Türkiye Ekonomisindeki Gelişmeler 1998, Ankara: Mayıs 1999.
- İTO. Aylık Ekonomik Veriler. Mayıs, 1999.
- TOBB. Ekonomik Rapor '98. Ankara: Mayıs 1999.
- TOBB. İktisadi Rapor 1995. Ankara: 1995.
- TOBB. Uluslararası Karşılaştırmalı Sayıların Diliyle Türkiye. TESAV, Ankara: 1996.
- TOBB. Üç Aylık Ekonomik Rapor. Ekim-Aralık: 1998.
- TOBB. Üç Aylık Ekonomik Rapor. Ocak-Mart: 1998.
- Turizm Bakanlığı. Turizm İstatistikleri Bülteni. Ankara: 1997.
- World Tourism Organization. Tourism Market Trends Europe. Madrid: 1997.