

T. C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

T. C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

TURİZMİN EKONOMİYE ETKİLERİ TÜRKİYE İÇİN BİR DEĞERLENDİRME

(Yüksek Lisans Tezi)

Enver TUTUCU

Eskişehir, 1987

Anadolu Üniversitesi
Merkez Kütüphanesi

2- (1968-1972) İkinci Beş Yıllık Kalkınma Pla-	
nında Turizm	19
a) <u>İlkeler ve Hedefler</u>	19
3- (1973-1977) Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Pla-	
nında Turizm	19
a) <u>İlkeler ve Hedefler</u>	19
4- (1979-1983) Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Pla	
nında Turizm	20
a) <u>İlkeler ve Hedefler</u>	20
5- (1985-1989) Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Pla-	
nında Turizm	21
a) <u>İlkeler ve Hedefler</u>	21

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM EKONOMİSİ

Birinci Kısım

TEMEL KAVRAMLAR

I- TURİZMDE ARZ	23
A- ARZ VE TURİZMDE ARZ KAVRAMI	23
B- TURİZMDE ARZA ETKİ EDEN FAKTÖRLER	23
1- Doğal Kaynaklar	23
a) <u>Doğal Güzellikler</u>	24
b) <u>İklim</u>	24
c) <u>Şifalı Sular ve Kaplıcalar</u>	24
2- Sosyal Kaynaklar	24
a) <u>Tarihi Eser ve Anıtlar</u>	24

b) <u>Müzeler</u>	25
3- Psikolojik Kaynaklar	25
4- Ekonomik Kaynaklar	26
II- <u>TURİZMDE TALEP</u>	26
A- <u>TALEP VE TURİZMDE TALEP KAVRAMI</u>	26
B- <u>TURİZMDE TALEBE ETKİ EDEN FAKTÖRLER</u>	27
1- Milli Gelir	27
2- Fiyatlar	28
3- Ulaştırma	29
4- Şehirleşme	30
5- Diğer Faktörler	30
C- <u>DEVALÜASYONUN TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ FİYATLARA</u> <u>VE TURİZM TALEBİNE ETKİSİ</u>	31

İkinci Kısım

TURİZM ve MİLLİ GELİR

I- <u>MİLLİ GELİR KAVRAMI</u>	35
I- <u>TURİZMİN MİLLİ GELİRE ETKİSİ</u>	36
A- <u>TURİSTİK HARCAMALARIN GELİR ETKİSİ</u>	36
1- Turistik Tüketim Harcamalarının Milli Ge- lire Etkisi	37
2- Turistik Yatırım Harcamalarının Milli Ge- lire Etkisi	39
B- <u>TURİZMİN KATMA DEĞER ETKİSİ</u>	39
C- <u>TURİZMİN DIŞ ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ</u>	41
1- Dış Ödemeler Dengesi Kavramı	41

2- Turizmin Yeri ve Önemi	41
3- Turizmin İhracata Etkisi	43
a) <u>Turizmin Görünmeyen İhracat Olarak Etkisi</u>	43
b) <u>Turizmin Ek İhracat Olarak Etkisi</u>	44
4- Turizmin İthalata Etkisi	45
a) <u>Turizmin Görünmeyen İthalat Etkisi</u>	46
b) <u>Turizmin Ek İthalat Etkisi</u>	46
III- TÜRKİYE'DE TURİZM ve NİELİ GELİR	
A- <u>TÜRKİYE'DE TURİSTİK HARCAMALARIN GELİR ETKİSİ</u>	
1- Türkiye'nin Dış Turizm Gelirleri ve Dış Turizm Giderleri	59
2- Türkiye'nin Dış Turizm Gelirleri ve İhracat Gelirleri	59
3- Türkiye'nin Dış Turizm Giderleri ve İthalat Giderleri	60
4- Türkiye'nin Dış Turizm Gelirleri ve Dış Ticaret Dengesi	60
5- Türkiye'nin Dış Turizm Dengesi ve Dış Ticaret Dengesi	61
6- Türkiye'nin Dış Turizm Gelirleri, Dış Turizm Giderleri ve Dış Ödemeler Dengesi .	61

Üçüncü Kısım

TURİZM ve ENFLASYON

I- GENEL OLARAK	64
-----------------------	----

II- TURİZMİN ENFLASYON ÜZERİNE ETKİSİ	64
A- <u>TURİZMİN TALEP ENFLASYONU YARATMASI</u>	64
B- <u>TURİZMİN MALİYET ENFLASYONU YARATMASI</u> ...	65
C- <u>TURİZM YATIRIMLARININ ENFLASYON YARATMASI</u>	67
III- ENFLASYONUN TURİZM ÜZERİNE ETKİSİ	68
IV- TÜRKİYE'DE TURİZM VE ENFLASYON	70

Dördüncü Kısım

TURİZM VE İSTİHDAM ✓

I- TURİZMİN İSTİHDAMA ETKİSİ.....	72
A- <u>TURİZM SEKTÖRÜNDE İSTİHDAMIN ÖZELLİKLERİ</u> .	74
II- TÜRKİYE'DE TURİZMİN İSTİHDAMA ETKİSİ	75

Üçüncü Bölüm

TURİZMİN TÜRK EKONOMİSİNE ETKİLERİNİ
ARTIRABİLMEK İÇİN YAPILMASI GEREKENLER

I- ALT-YAPI	73
A- <u>ULAŞIM</u>	78
B- <u>HABERLEŞME</u>	79
C- <u>TANITIM</u>	79
D- <u>YASAL DÜZENLEMELER</u>	79
E- <u>EĞİTİM</u>	80
F- <u>DİĞER FAALİYETLER</u>	81
II- ÜST-YAPI	82
A- <u>ULAŞIM</u>	82
B- <u>KONAKLAMA</u>	86
C- <u>PAZARLAMA</u>	89

D- <u>YASAL DÜZENLEMELER</u>	91
E- <u>EĞİTİM</u>	92
SONUÇ	94
<u>YARARLANILAN KAYNAKLAR</u>	97

TABLolar

- (Tablo: 1) Türkiye'de Brüt Dış Turizm Gelirleri ve G.S.M.H. İçindeki Payı
- (Tablo:2) Turistik Tüketim Harcamalarının Yüzde Dağılımı
- (Tablo:3) Turistik Tüketim Harcamalarının Dolaysız ve Dolay-Gelir Etkici
- (Tablo:4) Turistik Sabit Sermaye Yatırımlarının, Toplam Sa-bit Sermaye İçindeki Payı
- (Tablo:5) Çalışmada Kullanılan Sektörler, Girdi-Çıktı Oranla-rı ve Katma Değer Oranları.
- (Tablo:6) Yabancı Turistlerin Tüketim Harcamalarının Yüzde Dağılımı
- (Tablo:7) Türkiye'de 1985 yılında Dış Turizm Gelirlerinin Yarattığı Katma Değer
- (Tablo:8) Türkiye'de 1985 Yılı Dış Turizm Gelirlerinin Katma Değer Etkisi
- (Tablo:9) Türkiye'nin Dış Turizm Gelir ve Giderlerinin, İh-racat Geliri, İthalat Gideri ve Dış Ticaret Den-gesi İçindeki Payı
- (Tablo:10) Türkiye'nin Dış Turizm Gelir ve Giderlerinin, Top-lam Döviz Giriş ve Çıkış Miktarları İçindeki Payı
- (Tablo:11) Türkiye'deki Bazı Sektörlerin İstihdam Yaratma Gücü
- (Tablo:12) Türkiye'ye Gelen Yabancıların Yararlandıkları Ula-şım yollarına Göre Dağılımı
- (Tablo:13) Türkiye'ye Gelen Yabancıların Yararlandıkları Ulaşım Yollarının Oransal Dağılımı

(Tablo:14) 1985-1989 Döneminde Türkiye'ye Gelecek Tahmini
Yabancı Turist Sayısı ve Bunlardan Konaklama
Yapacak Olanlar

(Tablo:15) 1985-1989 Döneminde Yabancı Turist Tahmini Yatak
Talebi

KISALTMALAR

- B.Y.K.P. : Beş Yıllık Kalkınma Plânı
D.İ.E. : Devlet İstatistik Enstitüsü
D.P.T. : Devlet Plânlama Teşkilatı
K.T.B. : Kültür ve Turizm Bakanlığı

G İ R İ Ő

Günümüz ekonomilerinde: turizm; yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel, politik etkileri ve ulaştığı boyutlar sonucu, gerek iç ekonomik akınlarda gerekse uluslararası ekonomik akınlarda yarattığı etkilerle giderek artan bir önem kazanmaktadır.

Çeşitli nedenlerle gelişerek, daha geniş toplum kesimlerinin de katıldıkları ve bugün artık büyük kitle hareketlerine yolaçabilen turizm olayı; iç ekonomide yatırımları uyarıp geliştirmekte, harcamalar ve toplam talep yoluyla milli geliri etkilemekte, dolaysız ve dolaylı istihdam imkânları yaratabilmektedir. Bunun yanısıra ülkenin döviz gelirlerini artırarak; dış ödemeler dengesine olumlu etkiler yaratmakta, ithalat imkânlarını arttırmakta, döviz darboğazlarının aşılmasında rol oynayabilmektedir. Bu özellikleri; turizme hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerin giderek artan oranlarda önem vermeleri sonucuna doğurabilmektedir.

Ekonomik alanda yarattığı çeşitli ve önemi giderek artan etkileri, temelde sosyal bir faaliyet olan turizmin

ekonomik yönünün ön plâna çıkmasına neden olmuştur. Biz de çalışmamızda turizmin bu yönünü ele alarak; ekonomideki bazı makro değişkenler üzerinde yarattığı etkileri ele alıp incelemeye çalıştık.

Çalışmamızda 'dolaylı araştırma tekniği' kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde ettiğimiz verileri, makro düzeyde değerlendirmeye çalıştık.

Çalışmamızda konuyu üç bölümde incelemeye çalıştık. Birinci bölümde; 'Turizm' ve 'Turist' kavramlarını tanımlayarak, bunlar hakkındaki genel bilgileri ve turizmin Dünya'daki ve Türkiye'deki tarihi gelişimini ele aldık.

İkinci bölümde; turizm arzı ve turizm talebini, turizmin milli gelire, enflasyona ve istihdama olan etkilerini incelemeye çalıştık. Bu bölümde konulara önce teorik açıdan yaklaşarak, literatürdeki teorik açıklamalara yer verdik. Daha sonra da olayı Türkiye açısından inceleyerek, değerlendirmeye çalıştık. Bu değerlendirmelerimizde; kullanılacak nitelikte ve sağlıklı istatistik verilerin yeterli olmayışı nedeniyle oldukça basit formülasyonlar kullanılmış ve bazı varsayımlara başvurmak zorunda kalınmıştır.

Üçüncü bölümde; konunun geniş kapsamı ve önemi nedeniyle ayrı bir araştırmayı gerektirdiği görüşünden hareket ederek; turizmin Türkiye ekonomisinde yarattığı etkilerin arttırılabilmesi için neler yapılması gerektiği, ana başlıklar halinde ele almaya çalıştık. Daha sonra turizmin Türkiye ekonomisinde yarattığı etkiler hakkındaki değerlendirme ve görüşlerimize yer vermeğe çalıştık.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KONUSUNA GENEL YAKLAŞIM

Birinci Kısım

TEMEL KAVRAMLAR

I- TURİZMİN TANIMI ve TEMEL ÖZELLİKLERİ

Günümüzde insanlar, sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle ayrılarak başka ülke veya bölgelere gitmekte ve buralarda gezme, görme, dinlenme, eğlenme ve öğrenme gibi sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını gidermektedirler. İşte bu olay "Turizm" olarak isimlendirilmekte ve hem ekonomik ve hem de sosyal anlamda geniş etkiler doğurmaktadır.

Turizm olayını veya kavramını belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar XIX. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Olayın değişik yönlerine farklı önem atfeden yazarlar bugüne kadar birbirinden oldukça ayrılan tanımlar yapmışlardır. Bu tanımlardan birkaçı şöyledir:

Prof. Dr. Hunziker'e göre; "Turizm, herhangi ticari bir amaç izlemek üzere insanların kendi konaklama yerleri dışında seyahat ve konaklamalarından meydana gelen olay ve ilişkiler bütünüdür" (1).

Uluslararası turizm sözlüğünde ise: "Turizm, zevk amacıyla yapılan seyahatleri ifade eden bir deyim, bu özelliği taşıyan seyahatleri gerçekleştirmek için yapılan sosyal faaliyetlerin bütünü, turistin ihtiyaçlarını karşılanmaya imkân veren bir endüstridir" (2).

Uluslararası Turizm Uzmanları Birliğinin (AIEST- Adsociation International d' Experts Scientifiques du Tourisme), AIEST Kongresinde şöyle bir tanım yapılmıştır:

(1) William HUNZIKER, Un Siec'le de Tourisme en Suisse, Berne, 1947, s. 3.

(2) "Tourisme", DICTIONNAIRE INTERNATIONAL DU TOURISME- Monte-Carlo, 1958, s.217.

"Turizm yabancıların seyahat ve geçici veya d emamlı, asli kazanç elde etme faaliyetleri için yerleşmeye dönüşmek koşulu ile konaklamalarından doğan ilişkilerin ve olayların bütünüdür" (3).

Prof. Dr. Tunca Toskay'ın tanımlaması; "Turizm insanların devamlı ikânet ettikleri, çalıştıkları ve her zaman-ki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ile buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkilerin bütünüdür" (4) şeklindedir.

Yapılan bu tanımların genelde hepsinde görülen, turizme ilişkin belirleyici özellikler ana hatlarıyla şunlardır;

i) Turizmden söz edebilmemiz için, öncelikle bir seyahat olayının varlığı gerekir.

ii) Seyahat; sürekli yaşanan, çalışılan ve doğal ihtiyaçların karşılandığı yerlerin dışına ve geçici bir süre ile yapılmalıdır.

iii) Seyahat; ticari amaç veya herhangi bir görev nedeniyle yapılmamalıdır.

iv) Ayrıca turizm, seyahat olayına katılan insanların seyahat ve konaklamalı sırasında ihtiyaçlarını karşılayan turizm işletmelerinin tümünü de kapsamına alır.

(3) Paul BERNECKER, Grundlagenlehre des Fremdes Verkehrs, Fremdenverkehrslehre und Fremdes Verkehrs Politik, Österreichischer Gewerbeverlag, Wien 1962, s.7

(4) Tunca TOSKAY, Turizm Olayı Genel Yaklaşım, Der Yayınevi, İstanbul, 1983, s.39.

Yapılan turizm tanımları ve belirleyici özellikleri gözönüne aldığımızda;

- Eğlenme ve dinlenme amacıyla,
- Sağlık ve hava değişimi için,
- Spor, sanat ve kültür etkinliklerine katılmak veya izlemek amacıyla ,
- İnceleme, araştırma, kongre veya bir toplantıya katılmak veya izlemek amacıyla,
- Dini açıdan kutsal sayılan bölgelere ibadet amacıyla, gruplar halinde veya tek olarak gerçekleştirilen seyahatlar turizm olayının kapsamı içinde sayılabilir. Buna karşın,
- Yalnızca tedavi amacına yönelik olarak hastanelerdeki konaklamalar,
- Öğrenim görme amacıyla yaşanılan bölge dışındaki uzun süreli konaklamalar,
- İş arama veya sürekli yerleşilecek yeni bölgelere yapılan seyahatlar,
- Gündelik ihtiyaçların karşılanması için, yaşanılan bölge dışına hergün yapılan düzenli seyahatlar turizm olayının kapsamına dahil edilemezler.

II- TURİSTİN TANIMI ve TEMEL NİTELİKLERİ

Turizm olayı tüm dünya ülkelerinde genişleyip, önem kazanınca; olayın uygulamada bütüm hacmiyle kavranması zorunlu hale gelmiştir. Yapılacak istatistiki çalışmalarda kavram birliğinin sağlanması ve dolayısıyla doğru ve eksiksiz istatistiki bilgilere ulaşılması, sonuçta da turizmin tüm yönleri ile

ölçülere uluslararası karşılıklı ilişkilerde kolaylık sağlanması gibi amaçlarla, uluslararası kuruluşlar tarafından ortak bir " Turist " tanımlamasına gidilmiştir. Çeşitli ülkelerin derledikleri istatistikî bilgilerde bu ortak tanımlanan hareket etmeleri sağlanmaya çalışılmıştır. Böylelikle uluslararası bilgi alışverişlerinde de kolaylık sağlanacaktır.

İlk turist tanımı " Milletler Cemiyeti Turizm Komitesi " tarafından 1937 yılında yapılmıştır. Bu tanıma göre; (çoğunlukla oturduğu yerden başka bir ülkeyi 24 saatten fazla bir süre ziyaret eden kimse) (5) yabancı turisttir.

1963 yılında Roma'da toplanan " Birleşmiş Milletler Seyahat ve Turizm Konferansı "nda 'ziyaretçi' ve 'turist' kavramları yeniden ele alınarak tanımlanmıştır.

"İstatistikî amaçlarla ziyaretçi; devamlı ikâmet ettiği ülke dışında herhangi bir ülkeyi, o ülkede çalışma amacı dışında ziyaret eden kişidir"

Bu tanım şunları kapsar;

Turistler, ziyaret ettiği ülkede asgari 24 saat kalan ve ziyaret amacı aşağıda verilen başlıklar altında tasnif edilebilen geçici ziyaretçilerdir.

i-) Boş zaman değerlendirme (eğlenme, tatil, sağlık, din, spor, kültür, eğitim)

ii-) İş, ailevi sebepler, diplomatik sebepler, toplantı gibi.

Günöbirlikçiler; (Ekursionists) ziyaret edilen ülkede 24 saatten az kalan geçici ziyaretçilerdir. (Deniz siyahatı yapanlar dahil)"(6).

(5) Ergun GÖKSAN, Turizmoloji , İzmir, 1978, s. 25.

(6) TOSKAY, a.g.e. , s. 42.

Yabancı turist hakkındaki bu tanımlardan sonra, şimdi de yerli turistin tanımını verelim.

"Turist herhangi bir yeri asgari 24 saat süre ile ziyaret eden kişidir. Zevk için 24 saatten az bir süre seyahat edenler günübirlikçi olarak (Excursionist) mütalâ edilirler" (7).

B. tanımlamalar sonucu turist (yerli-yabancı) temel nitelikleri genel olarak şu şekilde belirlenebilir.

a) Turistler, sürekli yerleşme amacı olmaksızın dinsel inançları, sağlık nedenleri, sosyal-kültürel gereksinimleri, aile bağları, eğlenme ve dinlenme arzuları veya işleri gereği olarak veya boş zamanlarını değerlendirme amacıyla başka ülkelere (veya bölgelere) seyahat eden insanlardır.

b) Bilimsel, sportif, politik ve benzeri olaylara ve toplantılara katılmak amacıyla seyahat edenler de turist olarak kabul edilirler.

c) Turist, temel amacı psikolojik tatmin sağlamak olan, seyahat süresince mal veya hizmet üretimi veya satışı yoluyla kazanç elde etmeyi düşünmeyen, ekonomik anlamda tüketicisi olan ve normal düzeyde bir mali güce sahip bulunan ancak zamanı sınırlı olan bir kişidir" (8).

Yukarıda saydığımız niteliklere sahip ziyaretçileri "turist" olarak isimlendirebiliriz. Bu nitelikleri taşımayan; sürekli olarak yerleşmek çalışmak ve kazanç sağlamak amacıyla seyahat edenler, başka bir ülkeye göçmen statüsünde seyahat edenler, eğitim-öğretim, tedavi veya benzer bir amaçla, asıl yaşadıkları bölgeden başka bir bölgeye veya ül-

(7) TOSKAY, a.g.e., s.41.

(8) İsmet Sabit BARUTÇUGİL, Turizm İşletmeciliği, Uludağ Üni. Basımevi, Bursa, 1982, s. 4.

ülkeye seyahat edip, o bölge veya ülkede bir yıldan fazla ikamet eden ziyaretçiler turist olarak kabul edilmezler.

TURİZMİN TARİHİ GELİŞİMİ

I- İLK ve ORTA ÇAĞLARDA TURİZM

"Turizm olayının başlangıcı; yazılı, parayı ve tekerleği ilk bulan ve kullanan Sümerlere, yani M.Ö. 4000 yıllarına kadar geriye götürülebilir" (9).

Sümerlerle başlayan seyahatler, Fenikeliler tarafından modern anlamda ilk ticaret seyahatlerine dönüştürülmüştür. "Güney Doğu Asya'dan başlayan, adalar arasından geçerek, daha uzaktaki adalara Polinezyalılar'ın yaptıkları seyahatler" (10).

"M.Ö. 3000 yıllarında piramitler ve tapınaklar nedeniyle Mısır" (11).

"Eski Yunan'da M.Ö. 700 yıllarında Olimpiyat Oyunlarının başlaması" (12).

Bunlar ilkçağda turizmin ilk işaretleridir. Bu seyahatler bugün anladığımız şekliye birer turizm olayı olarak nitelenemeseler de, turizmin başlayıp gelişmesine yol açacak olaylar olarak kabul edilebilirler.

Roma İmparatorluğu tarihte ilk defa geliştirdiği geniş, sağlam stratejik karayolları ağı ve yol disiplini ile yer değiştirmeleri kolaylaştırmıştır. Bu olayda düşüncemizi güçlendirmektedir.

Ortaçağlar Avrupası'da din büyük önem kazanmıştır. Bu dönemde insan yaşamının tüm yönlerini etkileyen din, seyahatleri de etkilemiştir. Bu nedenle, bu dönemde yapılan seyahatlerin büyük bir çoğunluğunu din amacına yönelik seyahatler oluş-

(9) BARUTÇUGİL, a.g.e. , s.28.

(10) TOSKAY, a.g.e. , s.77.

(11) BARUTÇUGİL, a.g.e. , s.28.

(12) BARUTÇUGİL, a.g.e. , s.28.

turuyordu. Sonuçta da bu dönemin turistik merkezleri, kutsal bölgeler olmuştur. "Fransa'da Mont-Saint-Michel (Mon sen Misel) Manastırına, Efes'te Saint-Jean (Sen Jan) Kilisesine doğru büyük turistik hareketler görülmüştür"(13).

Aynı şekilde İslâm Dini de; temel ibadet şekli olarak kabul ettiği "Hac" müessesesi ile Suudi Arabistan'daki Mekke şehrine seyahatlerin gerçekleşmesinde önemli bir rol oynamıştır. Ortaçağın seyahat dünyasında önemli bir isim de Marco Polo'dur. "İran ve Afganistan'dan geçerek Pamir Yaylası'na ve oradan da Gobi Çölü'nü aşarak Çin'e ulaşmış, Daha sonra da Java Sumatra ve Hindistan'ı gezerek İtalya'ya dönmüştür"(14).

Ortaçağlardaki seyahatlerin yapılma nedenleri; din, sağlık, yabancı ülke ve insanları tanıma, dinlenme, macera hevesi v.b. nedenlerdir. Bunlardan sağlık, dinlenme ve yabancı ülke ve insanları tanıma amacıyla seyahat edenler azınlıktadır. Bunun dışındaki nedenlerle seyahat edenler ise genellikle turizmlen farklı amaçlar taşımaktadırlar. Bu amaçlar: Yeni ülkeler keşfetmek ve bu ülkeleri kolonileştirerek ekonomik fayda sağlamak, gidilen ülke veya bölgelerde ticaret yapmak, Hristiyanlık Dini'ni yayma amacıyla düzenlenen haclı seferlerinin turizme ilişkisinin olduğu söylenirse de sonuçta bunların birer savaş olduğu gözden uzak tutulmalıdır. Buradan da o dönemdeki "Seyahat" ve "Seyahate" katılanların, günümüzdeki modern "turizm" ve "turist" kavramlarıyla aynı anlamda olmadığı sonucunu çıkarabiliriz.

(13) Hasan OLALI, Turizm Dersleri, Ege Üniversitesi Matbaası, Bornova, 1971, s.41.

(14) BARUTÇUGİL, a.g.e. , s.29.

II- YENİ ve YAKIN ÇAĞLARDA TURİZM

Ortaçağlar Avrupası'nda Hristiyanlık Dini kisvesi altında "kilise"nin toplumlar üzerindeki baskısı Rönesansla birlikte sona ermiştir. Bilim yaşamındaki ilerlemelerin yanısıra Amerika'nın keşfi ve Dünyanın çevresinin dolası- insanların uzak yerleri görme konusundaki meraklarının uyanmasına neden olmuştur.

"1492'de Kristof Colomb'un Amerika Kıtasına, daha sonra 1497'de Vasco de Gama'nın Ümit Burnu etrafından Hint denizine ve nihayet 1520'de Macellan'ın denizden yaptığı ilk dünya turları yeni seyahat yörelerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır"(15).

Osmanlı donanmasının kaptanlarından olan Piri Reis; XVI. yüzyıl başlarında savaşlar ve başka nedenlerle pek çok gezi yapmıştır. Bu gezileri sonucunda "Kitab-ı Bahriye" adlı eserini ortaya çıkarmıştır. Bu eserinde gezdiği tüm denizlerin haritası yer alır. Piri Reis'in bu olağanüstü sayılacak çalışması deniz seyahatlerinin daha güvenli ve hızlı yapılmasında önemli bir yer tutar. Yine 1611-1682 yılları arasında yaşayan ünlü Türk Gezgini 'Evliya Çelebi' de gezip dolaştığı yerlere ilişkin gözlem ve izlenimlerini 10 ciltlik "Seyahname"sinde toplamıştır. Bu eserinde insanların değişik yöreler hakkında bilgi sahibi olmasında ve bu yöreleri gezme isteklerinin doğmasında önemli bir payı olduğu söylenebilir.

Bu gelişmelerden sonra, ilk grup seyahati 1841 yılında gerçekleştirilmiştir.

(15) Abdullah TÜRKÖĞLU, "Turizm Tarihçesi" , Ak İktisat Ans. c. II, Sermet Mat. , İstanbul, 1973, s. 91

"Thomas Cook 9 Haziran 1841'de İngiliz Yeşilay Örgütünün Liecester'deki toplantısı için 15 millik bir yürüyüş yaptıktan sonra Longbrorough Kongresine bir tren kiralamayı kararlaştırdı. İlk geziye (5 Temmuz 1841'de yapıldı ve kişi başına 1 şiling alındı) 579 kişi katıldı"(16).

Bu dönemde çok sayıda insanın birarada ve dönem koşullarına göre hızlı bir biçimde seyahat etmesini sağlayan demiryolu ulaştırmacılığı, Avrupa Kitası, Kuzey Amerika ve İngiltere'de büyük bir hızla gelişmiştir. Buhar gücünün keşfedilmesinden sonra deniz ulaştırmasında yelkenli gemilerin yerini, buharlı gemiler almaya başlamıştır.

Genel olarak sıraladığımız bu olaylar ve çalışmalar sonucunda bölgeler veya ülkelerarasında seyahat etmek büyük ölçüde kolaylaşmıştır. Bu kolaylık ve destekleyici diğer faktörlerin de etkisiyle seyahat edenler artmış, seyahatlar daha uzak ve daha çok bölgeye yönelmiştir. Bu gelişmeler, seyahatlerin önceden plânlanması ve organize edilmesi ihtiyacını doğurarak; "Seyahat Acentaları"nın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ayrıca konaklama tesisleri üzerinde de etkiler yaratmış; demiryollarının geçtiği ve ulaştığı yerlerde konaklama işletmeleri hızla artmış, bu işletmeler de çevrelerine ekonomik canlılık getirmişlerdir.

Bu dönemin ilk zamanlarında genel olarak iki tür insandan sözedebiliriz. Birincisi yaşamı boyunca hep çalışan topraksız kişiler, ikincisi ise yaşamı boyunca hiç çalışmayan soylular ve toprak sahibi zenginler. Seyahat ede-

bilenler de ikinci türe giren soylular ve zenginlerdi. Dönemin ortalarından itibaren; buharlı gemilerin ve demiryollarının hızla gelişmesi, çok bölgeye hızlı-güvenli ve hepsinden önemlisi daha ekonomik koşullarda seyahat imkânı doğması, soylular ve zenginlerin yanısıra bazı küçük tüccar ve emek geliri elde edenlerin de seyahat edebilmelerini mümkün kılmaştır.

III- GÜNÜMÜZDE TURİZM

XX. yüzyılın ilk yarısında meydana gelen I. ve II. Dünya Savaşları; tüm Dünya Devletlerini değişik ölçülerde ve pek çok yönde etkilemiştir. Bu etkilenmelerden turizm de payını almıştır.

I. Dünya Savaşı'nı da, motorlu araçlar yaygın bir biçimde kullanılmıştır. Kullananlar bu araçlar hakkında bilgi sahibi olmuşlar, bunun sonucunda da motorlu araçların kullanımı, savaş sonrası çok geniş boyutlara ulaşmıştır. Aynı şekilde II. Dünya Savaşı'nda kullanılan motorlu hava ulaştırma araçları ve bu alanda çalışan bol sayıdaki teknik eleman; savaş sonrası sivil havacılığın gelişmesinde önemli yararlar sağlamıştır.

Savaşlar sonrasında motorlu kara ve hava taşıtlarında elde edilen hızlı gelişmeler, daha çok bölgeye-daha hızlı-daha güvenli ve daha ekonomik koşullarda seyahat yapılmasını mümkün kılmıştır. Ayrıca çalışma yaşamında sosyal hakların gündeme getirilmesi (örneğin: ücretli yıllık izin uygulaması) tüm toplumun seyahat edebilmesi imkânını

doğurmuştur. Bir başka deyişle, toplumun tüm bireyleri turizm olayına katılmaya başlamışlardır.

Turizmdeki bu hızlı ve kapsamlı gelişmenin diğer nedenlerine gelince:

"Fertlerin gelirlerindeki devamlı artış, özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra gelir yükselişindeki istikrar, gelirin daha adaletli dağılımı gittikçe artan biçimde kitlelerin seyahat etme imkânına kavuşmasına yol açmıştır.

Verimliliğin artışı ile, bir taraftan günlük ve haftalık çalışma saat ve günleri kısalırken, diğer taraftan ücretli yıllık izin bütün gelişmiş ve birçok gelişmekte olan ülke için genel bir hak haline gelmiştir.

Sanayileşme ve devamlı nüfus artışı şehirlerin büyümesine, yaşanılan çevrenin tabiatla ilişkisinin en az düzeye inmesine sebep olmuştur. Ayrıca, çalışma hayatındaki ihtisaslaşma ve otomasyon fertlerin psikolojik ve fizyolojik olarak zorunlularına yolaçmakta, değişik bir çevrede tatil yapma ihtiyacı şiddetini arttırmaktadır.

Günümüzde, kitle haberleşme araçlarının çok gelişmesi ve yaygınlaşması, insanların dünyanın her tarafı hakkında bilgi sahibi olmasına imkân vermekte, onlarda değişik ülkeleri gezip görme arzusu uyandırmaktadır.

Ayrıca, toplumların gittikçe artan bölümünün her yıl seyahat etmesi henüz seyahat etmeyenler üzerinde seyahata teşvik edici bir etki yapmakta, daha açık bir deyişle seyahat etme, tatil yapma bir prestij meselesi haline de gelmektedir.

Fertlerin değişik yerlere seyahat etme ihtiyacına günümüz ulaştırma araçları tatmin edici biçimde cevap verebilmektedir. Bu alanda güvenlik, hız ve konfor açısından geçmiş dönemlerle karşılaştırılamayacak bir düzeye ulaşılmıştır.

Seyahat ve tatil yapmak isteyen kişilere turizm organizasyonları büyük imkânlar sağlamaktadır. İster grup seyahati, ister ferdi seyahat yapılsın ulaştırma konaklama ve diğer ihtiyaçların giderilmesi, seyahatin plânlanması, finansmanı ve hatta sigorta edilmesi dahi mümkündür. Bu konuda seyahat acentaları çok çeşitli alternatifleri müşterilerine sunmaktadırlar.

İkinci Dünya Savaşından sonra Batı Dünyasındaki liberalleşme eğilimi uluslararası alandaki anlayış havası, seyahat sınırlamaları ve formalitelerinin yavaş yavaş kalkması seyahatler için olumlu bir atmosfer yaratmıştır. Batı Dünyasındaki bu gelişme, Doğu Blokü Ülkelerini katı tutumlarını değiştirmek, kısmen de olsa vatandaşlarına seyahat imkânı sağlamak zorunda bırakmıştır"(17).

"...Geleneksel konaklama tesisleri in yanısıra daha ucuz konaklama olanakları sunan kamping, tatil köyü, pansiyon ve benzerlerinin gelişmesi ve yaygınlaşması: özgür, doğaya yakın ve ucuz bir biçimde uzun süreli tatil kapmayı düşünenleri de turizm olayına katmaktadır.

...Uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerin artması, farklı ülkeler arasındaki eğitim, bilim, kültür, sanat ve spor amaçlı ilişkilerin yoğunluk kazanması ve ulusal ve

(17) TOSKAY, a.g.e. , s.103-104.

uluslararası düzeyde turizmi geliştirici politikaların uygulanması da turizme katılanların sayısını arttıran bir diğer önemli faktördür"(18).

IV- TÜRKİYE'DE TURİZMİN TARİHİ GELİŞİMİ

A- PLANLI DÖNEM ÖNCESİNDE TURİZM

Türkiye'de turizm ile ilgili ilk önemli olaylar XIX. yüzyılın ikinci yarısında gerçekleşmiştir.

"1846 yılında İstanbul'daki Aya İrini kilisesinin Askeri Müzeye dönüştürülmesi, 1863 yılında İstanbul'daki "Sergi-i Umumi-i Osmanî" adı ile ulusal bir fuarın açılması aynı yıl yine İstanbul'da bir seyahat acentasının kurulması ve 1890 yılında "seyyahlara tercümanlık edenler hakkında 190 sayılı nizamnamenin" yayınlanması Türkiye'de turizmin ilk önemli olayları olarak kabul edilir."(19).

Bu ilk girişimlerden sonra XX. yüzyılın ilk yıllarında; bir yandan Osmanlı Devleti'nin parçalanması ve çöküşü öte yandan I. Dünya Savaşı, turizmin gelişmesini önleyen başlıca faktörler olmuştur. Parçalanan Osmanlı Devletinin yerine kurulan Türkiye Cumhuriyeti, her alanda olduğu gibi turizm alanında da gelişme çabalarını başlatmıştır.

"Bu konudaki ilk girişim, Atatürk'ün direktifiyle 1923 yılında "Turing ve Otomobil Kulübü" nün kurulmasıdır"(20).

Turizm alanında oluşturulan ilk kamu kurumu ise "Türk Ofisi'ne" bağlı "Turizm Bürosu"dur.

(18) BARUTÇUGİL, a.g.e. , s.32:

(19) BARUTÇUGİL, a.g.e. , s.197.

(20) BARUTÇUGİL, a.g.e. , s.198.

1939 yılında Ticaret Bakanlığına bağlı bir Turizm Müdürlüğü oluşturulmuştur. 1943 yılında turizm işleri, Başbakanlığa bağlı olarak kurulan "Basım-Yayın Genel Müdürlüğü"ne devredilerek bu kurumun görevleri arasında kabul edilmiştir. 1949 yılından itibaren "Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü" adını alarak çalışmalarını sürdüren bu örgüt bünyesinde turizm işlerinde etkinliği sağlamak amacıyla bir de "Turizm Dairesi" oluşturulmuştur.

Oluşturulan bu kurum ve kuruluşların amacı; Türk turizminin sağlıklı bir gelişme sürecine girebilmesiydi. Bu kurum ve kuruluşlar bu amacı gerçekleştirememişlerdir. Ayrıca 1948 yılında toplanan I. Turizm Danışma Kurulunda ortaya atılan öneriler doğrultusunda; Turizm Dairesinin hazırlanmış olduğu, "Turizm Ana Programı"nın milli turizm politikasına temel olarak alınması amaçlanmıştır. Fakat ne bu program uygulanmış ne de sonraki yıllarda yeni bir milli turizm politikası saptanmasına gidilmiştir.

1955 yılında çeşitli bankaların iştirakiyle kurulan "T.C. Turizm Bankası"; hem AID (Agency for International Development) tarafından oluşturulan turizm fonlarından, Türkiye'ye önemli miktarlarda ve düşük faizlerle kaynak aktarmış hem de Türkiye'de modern turizm işletmelerinin kurulmasını sağlamıştır.

Türkiye'de plânlı kalkınma döneminin başladığı 1963 yılında turizm alanında da önemli sayılabilecek bir girişimde bulunulmuştur. Yalnızca turizmle ilgili olarak çalışacak "Turizm ve Tanıtma Bakanlığı" kurulmuştur.

Böylece iç ve dış turizmi geli-tirmek, turizmi ekonominin verimli bir kesimi haline getirmek, turizmle ilgili özen-dirici, yol gösterici, birleştirici çalışmalar yapmak, bu çalışmalar sonucu milli turizm politikasının oluşmasını sağ-lamak görevleri bu bakanlığa verilmiştir.

B- PLANLI DÖNEMLERDE TURİZM

Türkiye'de uygulanmakta olan karma ekonomi mode-linde yapılan plânlar kamu kesimi için emredici, özel kesim için yol göstericidir. Plânlar; 1963 yılından başlamak üze-re, beşyıllık dönemler için yapılır. Plânlarda ekonomideki tüm sektörlerde, ilgili plân dönemlerinde uygulanacak poli-tikalarla, bu politikalar ilke ve hedefler belirlenir. Plân-lar hakkındaki bu kısa hatırlatmalardan sonra; plânlı dö-neplerde Türkiye turizmini beş plân döneminde incelemeye çalışalım.

1-) (1963-1967) Birinci Beş Yıllık Kalkınma Plânında Turizm

a) İlkeler ve Hedefler

"a- Türkiye, bugün yabancı ülkelerde yükselen ge-lir seviyelerine paralel olarak gelişen turizmden, ödeme bilançosu açığının kapatılmasında geniş ölçüde yararlanmak zorundadır... Yapılacak yatırımlarda gecelene yerleri tesis-lerine ve hatıra eşyası sanayiine de büyük önem verilecektir.

b- Önümüzdeki beş yılda kaynakların sınırlı olması sebebiyle yurdun turizme elverişli bölgelerden ancak bir kısmının geliştirilmesi mümkün olacaktır. Bu bakımdan seme-resiz bir dağılımın önlenmesi için çalışmalar turist

çekme kabiliyeti yüksek olan ve kısa zamanda netice alınabilecek bölgelere teksif edilecektir..." (21).

I.B.Y.K.P. döneminde 1.488.000- yabancı geleceği tahmin edilmiş, gerçekleşen rakam ise; 1.804.435+ olmuştur. Aynı dönemde hedeflenen turizm geliri 139.000.000- A.B.D. doları idi, gerçekleşen turizm geliri ise 55.000.000- dolarda kalmıştır.

2-) (1968-1972) İkinci Beş Yıllık Kalkınma Plânında Turizm

a) İlkeler ve Hedefler

"a- İkinci plân süresince turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından tam olarak yararlanılacaktır.

b- Özellikle dış turizm gelirleri, yabancı turist sayısı ortalama tüketimleri arttıracak yükseltilecek ve iç turizm hareketleri geliştirilecektir" (22).

Bunların yanısıra yatırımların yoğunlaştırılması, fiyat politikasının uluslararası rekabete uyum sağlaması, kredi politikasının yenilenmesi, kamu kısmının alt yapıyı ve örnek tesisleri gerçekleştirmesi gibi ilke ve hedefler saptanmıştır.

II. B.Y.K.P.'nda dönem içinde toplam 4.283.000- yabancı turist geleceği tahmini yapılmış, gerçekleşen rakam ise, 3.982.923 'dür. Yine bu dönemde tahmin edilen toplam turizm geliri 422 milyon dolardır. Gerçekleşen turizm geliri ise 278.9- milyon dolardır.

3-) (1973-1977) Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Plânında Turizm

a) İlkeler ve Hedefler

"a- Yatırımların, tanıtma faaliyetlerinin, sektörün tüm organizasyonunun ve kamu denetiminin kitle turizmi esas-

(21) D.P.T. , Birinci Beş Yıllık Kalkınma Plânı, D.P.T. Yayını
Ankara, 1963, s. 425-429.

(22) D.P.T. , İkinci Beş Yıllık Kalkınma Plânı, D.P.T. Yayını,
Ankara, 1967, s. 593-594.

larına uygunluğu sağlanacaktır.

b- Turizm yatırım ve işletmeciliğinde dış ve iç turizm talebine uygun biçimde özel sektör esas alınacaktır" (23).

Bunlardan başka turizm yatırımlarının gerçekleştirilmesinde fiziksel plânlara uyulması, kıyıların turistik ve milli park niteliğindeki alanların toplum yararına kullanılmasını sağlayacak gerekli yasal düzenlemelerin yapılması, turizm sektöründeki kredi ihtiyaçlarının, Turizm Bankası yanında diğer bankalardan da karşılanması, turistik konaklama tesislerinde istihdam edilecek personelin akademik eğitim yerine, beceri eğitimine dönüştürülmesi gibi ilke ve hedefler saptanmıştır.

Bu dönemde toplam 8.015.000- yabancı geleceği tahmin edilmiş, fakat gerçekleşen sayı 7.237.362- kişi olmuştur. Yine bu dönemde 569.7 milyon dolar turizm geliri hedeflenmiş, gerçekleşen rakamlar ise hedefin üstüne çıkarak, 951.6 milyon dolar olmuştur.

4-) (1979-1983) Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Plânında Turizm

a) İlkeler ve Hedefler

"a- Sektörün işleyişi öncelikle kitle turizmi ilkesine göre düzenlenecektir...

b- Turizm yatırım ve işletmeciliğinde kamunun etkinliği arttırılarak, özel kesim yabancı sermaye ve küçük tasarrufların yatırımlara dönüştürülmesi özendirilecektir. Bu yolla özellikle konaklama kapasitesinin arttırılmasına çalışılacaktır.

c- Uluslararası optimal büyüklüklerin altında olmak koşuluyla yabancı turizm yatırımcıların yatırımları, sermaye paylarına bakılmaksızın özendirilecektir" (24).

Bunların yanısıra; kamu kuruluşlarına ait kampların tek elden yönetimiyle daha çok kişinin buralardan yararlanması sağlanacak, turizmde çalışanlara ilişkin sosyal güvenlik önlemlerinin arttırılması, yoluna gidilecek, deniz ve göl kenarlarının kamu yararına kullanılmasına ilişkin yasal düzenlemeler sonuçlandırılacak, yılın belirli dönemlerinde yoğunlaşan talebin tüm yıla dengeli dağılımını sağlayabilmek amacıyla gerekli yatırım ve yönlendirmeler yapılacaktır, turizm istatistikleri geliştirilecektir, gibi ilke ve hedefler saptanmıştır.

Bu dönemde turizm gelirleri tahmin: 2.413.050.000- dolar olup, gerçekleşen turizm geliri ise; 1767.327.000- dolardır. Yine bu dönemde ülkemize gelmesi tahmin edilen turist sayısı 13.942.000 dir. Gerçekleşen rakam ise, 7.351.076 olmuştur.

5-) (1985-1989) Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Plânında Turizm

a) İlkeler ve Hedefler

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

b- Türkiye OECD ve OPEC ülkelerinin yanısıra Balkan ve Üçüncü Dünya Ülkeleri ile turistik ilişkilerini geliştire-

recektir.

c- Kitle turizmüne öncelik verilecek ancak bireysel turizm de ihmal edilmeyecektir. Çalışanların en uygun şartlarda tatil yapmaları ve dinlenmeleri sağlanacaktır" (25).

Ayrıca turizme ilişkin istatistiki verilerin yetersizliği gözönünde tutulacak, turizm konusunda güncel ve sağlıklı veriler toplayabilmek amacıyla modern teknik imkânlarından yararlanılması yoluna gidilmesi, doğal ve kültürel çevre değerlerinin turizm amacına yönelik kullanımlarında koruma ve turizmi geliştirme stratejilerinin birleştirilmesi yoluna gidilecektir. Son olarak da Turizm Bankası'nın doğrudan yatırım yapması yerine, sağlanan fonların kredi olarak dağıtım işini üstlenmesi tercih edilecektir.

Bu dönemde tahmini turizm geliri 3.338.2 milyon dolardır. Beklenen yabancı turist sayısı ise, 12.300.000'dür.

(25) D.P.T. , Besinci Bes Yıllık Kalkınma Planı, D.P.T. Yayını, Yayın No: 1974, Başbakanlık Basımevi, Ankara, 1985, s. 120.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM EKONOMİSİ

Birinci Kısım

TEMEL KAVRAMLAR

I- TURİZMDE ARZ

A- ARZ ve TURİZMDE ARZ KAVRAMI

Ekonomik anlamda arz; belli bir dönemde (genellikle bir yıl), belli fiyat düzeylerinde satılmak isteyen mal veya hizmet miktarıdır. Tanımından da anlaşılacağı gibi, herşeyden önce ekonomide mal ve hizmetlerin varolması (üretmiş olması) gerekir. Buradan hareketle, turizm arzından söz edebilmek için turistik mal ve hizmetlerin varolması gerekir. Kısaca varolan turistik zenginliklerin hepsine birden turizm arzı denilmektedir.

"... Turizm arzı, belli şartlar altında belirli bir fiyatta, bir memleketin veya bir bölgenin turistlere satmaya ya da turistlerin faydalanmasına sunduğu turistik zenginliklerin bütünüdür" (26).

Bu tanımlamadan sonra, şimdi de turizm arzına etki eden faktörleri inceleyelim.

B- TURİZMDE ARZA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

1) Doğal Kaynaklar: Turizm arzının en önemli kaynağıdır. Ülkeler veya bölgelerin diğer ekonomik zenginliklerinden farklı olarak; insanların herhangi bir katkısı ve emeği olmadan doğal olarak meydana gelmiş kaynaklardır. Bunlar: Doğal güzellikler, iklim, şifalı sular ve kaplıcalardır. Ülkemiz bu kaynaklara fazlasıyla sahiptir.

(26) Orhan M. SEZGİN, -Yıldırım ACAR, Turizm (Tanıtma-Pazarlama-Ekonomi) Ankara, 1983, s. 28.

Bugün dünyanın değişik bölgelerinde yaşayan pekçok insanın tarihi, kültürel bağları ülkenize deşin uzanmaktadır. Türk konukseverliği dünyada belli başlı özelliğimizdir. Sonuçta ülkenizin psikolojik kaynak larının da zengin olduğu söyle-
nebilir.

4) Ekonomik Kaynaklar: Turizm piyasasına sunulabile-
cek mal ve hizmetlerin arasında ilgili ülkenin ekonomik ge-
lişnişlik ve zenginliği ile doğrudan bağıntılı olan kaynak-
lardır. Bunlar: Turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek
nitelikteki konaklama işletmeleriyle diğer turistik tesisle-
rin arz ettikleri hizmetin kalitesi, diğer bir deyişle bir
ülkedeki turizm endüstrisidir.

Günümüzde turizm arzının en önemli elemanı olarak
turistlerin ihtiyacına cevap verebilecek nitelikteki konak-
lama tesisleri (otel, motel, tatil köyü, pansiyon v.b.) gibi
turistik işletmeler ile diğer turistik kuruluşlar (ulaştır-
ma, sanayi, seyahat acentaları v.b.) kabul edilmektedir.
Çünkü yukarıda sayılan diğer kaynaklar; ekonomik kaynaklar
olmadan turistlere satılamaz, onların faydalanmalarına su-
nulamazlar. Turizm arzından sözedebilmek için kaynakların
"Satılması" veya "Faydalanmaya Sunulması" gerekli olduğun-
dan en önemli faktör/kaynak ekonomik kaynaktır.

II- TURİZMDE TALEP

A- TALEP ve TURİZMDE TALEP KAVRAMI

Ekonomik anlamda talep yeterli satın alma gücü ile
desteklenen bir arzu veya istek olarak tanımlanır. Bu tanım-
da sözü edilen "arzu veya istek" turizme katılma diğer bir

deyişle turistik bir gezi yapma şeklinde oluşursa, bu durumda turizm talebinden sözedebiliriz. Turizm talebi şöyle tanımlanabilmektedir: "Turistik gezi yapma arzusunda olan ve bu arzusunu gerçekleştirebilecek gelire sahip olan insanların miktarına " turizm talebi denir"(27). Oluşacak bu turistik gezi yapma arzusunun nerede tatmin edildiği de, turizm talebinin türlerini belirlemektedir. Şöyle ki; eğer kişi kendi ülkesinde kalmak kaydıyla bu arzusunu tatmin ediyorsa bu kişinin talebine de iç turizm talebi, kişi kendi ülkesi dışına çıkmak istiyorsa kişinin talebini dış turizm talebi olarak nâtelendirebiliriz.

B- TURİZNDE TALEBE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

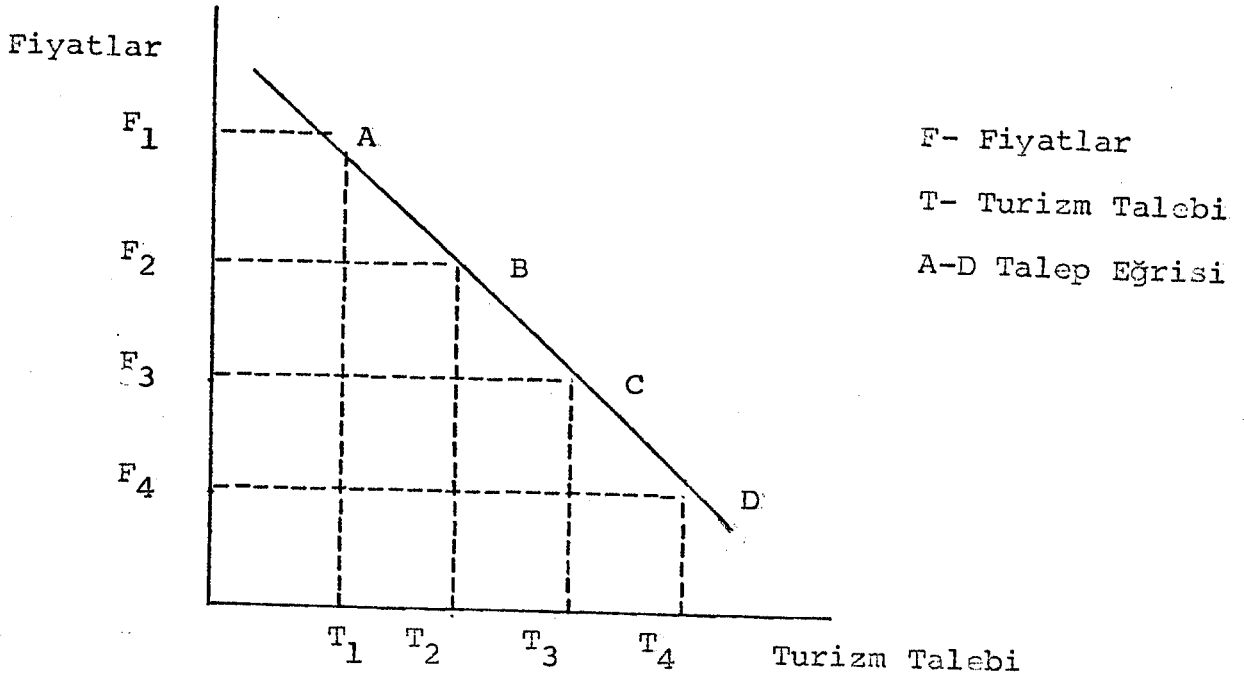
Gerek iç gerekse dış turizm talebinde etki eden pek çok faktörden sözedilebilir. Bu faktörlerin en önemlileri ekonomik ve sosyal faktörlerdir. Bu faktörler şöyle sıralanabilir:

- 1- Milli gelir,
- 2- Fiyatlar,
- 3- Ulaştırma
- 4- Şehirleşme,
- 5- Diğer faktörler,

1) Milli Gelir:

Turizm olayına katılmayı:, satın alma gücü olan yani geliri ile geçimi sağladıktan sonra, bir miktar daha tüketilecek geliri kalabilen insanlar gerçekleştirebilmektedirler. Fertlerin geliri arttıkça turizm talebi de artabilecektir.

(27) SEZGİN-ACAR, a.g.e. , s. 37.



3) Ulaştırma:

Turizm talebini etkileyen faktörlerden biri de ulaştırma dır. Kurulan turistik tesise ulaşım yolları sınırlı ise buraya yönelecek talebin de istenilen düzeyde olmayacağı açıktır.

Ulaşımı sağlayacak yolların çok iyi yapılmış olması, bu yollarda çok çeşitli araçların kullanılabilmesi, ulaştırma araçlarının fiyatlarının istikrarlı ve ekonomik olması, hem ülkedeki iç turizm talebinin hem de dış ülkelerden sözkonusu ülkeye yönelecek dış turizm talebinin artması sonucunu doğurabilecektir. Dış turizm talebine ülkelerarası uzaklıkta da etki eder. Mesefa uzadıkça ulaştırma giderlerinin artması, talepte azaltıcı bir etki yaratabilecektir.

Tatil yöresine veya ülkesine gidilirken yararlanılabilecek ulaştırma araçlarının çeşitliliği de önemlidir. Kara, hava ve deniz ulaştırma araçlarından hangilerinin kul-

lanılabileceği, bunların özellikleri de (ekonomiklik, güvence, zaman tasarrufu, konfor gibi) turistin gideceği ülke veya bölgenin seçiminde etkili olabilmektedir. Bu konuda yapılan araştırmalar; kısa ve orta mesafelerde karayolu ulaşım araçlarının mesafeler arttıkça havayolu veya denizyolu ulaşım araçlarının tercih edildiğini ortaya koymaktadır.

4) Şehirleşme:

İnsanların ilk çağlarda güvenlik gerekçesiyle başlayan toplu olarak yaşama gelenekleri günümüze değin artarak devam etmiştir. Günümüzde güvenlik faktörü daha alt sıralara düşmüşse de; teknolojik gelişmeler psikolojik ve sosyolojik faktörlerin de olaya katılması ile, insanlar daha çok sayılarda birarada bulunmaya/yaşamaya başlamışlardır. İnsanların "şehir" adı verilen yerleşim birimlerinde toplanmaları ve nüfus artışı; şehirlerin giderek beton yığınları haline dönüşmesine neden olmuştur. Teknolojik gelişmeler sonucunda geliştirilen yerlerin de (ofis, büro, fabrika v.b.) betonarme yapılara dönüşmesi insanların doğadan giderek daha fazla uzaklaşmalarına neden olmuştur.

Şehirlerin betonarme yapılarla dolması, aşırı kalabalıklaşma, gürültü v.b. faktörler insanların boş zamanlarında yaşadıkları yerden farklı yerlerde dinlenme ihtiyacını duymaları sonucunu doğurmuştur. İşte bu ihtiyaç yeterli satın alma gücü ile desteklendiğinde turizm talebi ortaya çıkmaktadır.

5) Diğer Faktörler:

Mevsimler, sosyal haklar, politik gelişmeler, reklâm

propaganda (tanıtım) v.b. faktörler de turizm talebine etki edebilmektedirler. Gidilecek ülke veya yöredeki mevsim, turizm talebinin ortaya çıktığı anda, istenilen mevsim olmayabilir. Bu durumda talep başka bir ülke veya yöreye yönelebilir. Sosyal haklar; çalışanlara sağlanan haftalık ve yıllık izinler, tatiller, tatil kredileri v.b. haklardır. Bunlarda sağlanan olumlu gelişmeler turizm talebine yansiyabilir. Sıcak veya soğuk savaşlar ülkelerarasında ortaya çıkan siyasal sorunlar, gerginlikler; insanların turizme katılma isteklerini olumsuz yönde etkileyebilir. Turistik zenginliklerini reklâm ve propaganda yoluyla tanıtan ülke veya yörelere daha fazla turizm talebinin yöneleceği söylenebilir.

C- DEVALÜASYONUN TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ FİYATLARA ve TURİZM TALEBİNE ETKİSİ

Devalüasyon; Bir ülke milli parasının yabancı paralar karşısında değerinin düşürülmesi işlemi olarak tanımlanabilir. Bir başka anlatımla, döviz kuru paritelerinin yabancı paralar lehine değişmesidir.

Bir ülke devalüasyon yaparak yabancı paralar karşısında milli parasını ucuzlattığında uluslararası turizm piyasasındaki turizm akımlarının yönü de değişebilmektedir. Devalüasyon yapan ülkede, turizm sektöründeki fiyatlar, yabancı paralar cinsinden düşebilir. Bu durum yabancı turistlerin paralarının satın alma güçlerinin artması, diğer faktörler sabit kalmak kaydıyla ülkeye yönelen dış turizm talebinin artması sonucunu doğurabilir. Fakat devalüasyon

yapılmasıyla ülke ekonomisinde ortaya çıkabilecek bazı gelişmeler devalüasyonun turizm sektöründeki fiyatlar ve turizm talebi üzerinde yaratacağı etkilerin azalmasına hatta yok olmasına yol açabilir.

Devalüasyon yapılmasıyla ülkeye ithal edilen üretim girdileri ve her türlü malın fiyatı artacaktır. Bu ülke ekonomisinde çesitli enflasyonist baskıların ortaya çıkmasına ve fiyatlar genel seviyesinin yükselmesine neden olabilecektir. Böylece devalüasyonla yabancı turiste sağlanan tüketici rantı ortadan kalkabilecektir.

Devalüasyonla birlikte devalüasyon yapan ülkeden dış ülkelere yönelecek talepte de (dış fiyatların artması nedeniyle) azalmalar görülebilir. Ülke vatandaşlarının bir kısmı iç turizme yönelir. Bu arada yabancı ülkelere gelecek olanların da, devalüasyon nedeniyle artması ülkede toplam turizm talebini arttırır. Toplam turizm talebinin artması; turizm arzının esnek olmaması nedeniyle, turizm sektörünün tam kapasite ile çalıştığı bir durum söz konusu ise, turizm fiyatlarının artmasına neden olur. Böylece sektördeki fiyat istikrarı bozulmuş olur.

İşte bunun gibi olumsuz gelişmelerin dikkatle incelenmesi ve önceden gerekli önlemlerin alınması gerekir. Bunun yanısıra:, etkin bir devalüasyon için dikkat edilmesi gereken hususlar şöyle sıralanabilir.(28):

i) Devalüasyonun zamanlamasının iyi yapılması gerekir. Seyahate çıkacakların gezi angajmanlarının yapıldığı prog-

(28) Alp TİMUR, "Turizm Açısından Devalüasyon Kararları ve Türk Turizmi", Turizm İşletmeciliği Dergisi, Sayı. 8, Mart 1981, Aydın, 1981, s. 240.

ramların kesinlik kazandığı ve seyahat acentalarının anlaşmalarını yaptıkları bir tarihten sonra yapılan devalüasyonların dış piyasalara yansması ve etkin sonuçlar vermesi çok güçtür.

ii) Devalüasyonun beklenen etkilerini yaratması için, sektörde faaliyet gösteren kuruluşların yabancı seyahat acentaları ile anlaşmalarını ülke parası üzerinden yapması gerekir.

iii) Devalüasyondan beklenen faydaların turizm açısından gerçekleşmesi için, diğer bir önemli faktör de ziyaret edilecek ülkenin nihai seçiminde önemli rolü olan siyasi istikrarın sağlanmasıdır.

Yukarıda sayılan hususlar dikkate alınarak yapılacak devalüasyonun yaratacağı muhtemel etkiler şöyle sıralanabilir.

"i) Kısa dönemler içinde, turizm talebi üzerinde fiyatların etkinliği oldukça yüksektir. Tatil bütçesini hazırlamış olan turist için, bir ülke devalüasyon nedeniyle ucuz bir ülke durumuna geldiğinde, turistin satın alma gücü kendiliğinden artacak ve artıştan yararlanmak için turist devalüasyon yapan ülkeyi tercih edebilecektir. Çünkü, bu durum turist için bir tüketici rantı sağlayacağından kendi tatil bütçesi ve tatil programına göre tasarladığı turistik ürün demetini, ödemeye hazır olduğu fiyattan daha düşük bir fiyatta satın alma olanağına kavuşmuş olacaktır.

Bu durumda devalüasyon yapan ülkenin (ülkeye yönelik) turizm talebinde ve gelirlerinde bir artış meydana gelir.

ii) Uzun dönemde ise, fiyatların etkinliği daha değişiktir. Coğrafik bakımdan elverişli yerde bulunan, alt-yapı donatımı elverişli bir ülke devalüasyon yaptığıında; turistik mal ve hizmetlerde sağlanan bu ucuzluk az çok uzun bir süre turistik akımların bu ülkeye yönelmesine neden olur.

iii) Devalüasyon sonrası iç turizmde de bir canlanma olur. Devalüasyonun yarattığı şok etkisi ve enflasyon dönemlerindeki antisipasyon konjonktürü (önce gelen genişleme konjonktürü) nedeniyle, ülke vatandaşları iç turizme yönelirler.

Çünkü, devalüasyonun neden olduğu yurt dışı seyahat maliyetlerindeki artış kişilerin artık dış turizm yerine iç turizme yönelmesi sonucunu doğurur.

iv) Turistik akımların ülkeye yönelmesi ve iç turizmin gelişmesi sektörün iş hacmini arttıracığından bu canlanma uzun dönemde yatırımları uyarır"(29).

(29) Alp TİMUR, " Turizm Açısından Devalüasyon Kararları ve Türk Turizmi", Turizm İşletmeciliği Dergisi, Sayı: 7, Aralık, 1980, Aydın, 1980, s. 239.

İkinci Kısım

TURİZM ve MİLLİ GELİR

I- MİLLİ GELİR KAVRAMI

Milli gelir tanımlaması çeşitli yönlerden yapılabilmektedir. Bunlardan harcamalar yönüyle milli gelir; "... mal ve hizmetleri üretmek için harcamalar yapılmaktadır. Bu harcamalar tüketim ve yatırım harcamaları olarak ikiye ayrılır. Bu harcamalardan amortismanlar ve vasıtalı vergiler düşülerek milli gelir değeri hesap edilebilir" (30). Gelir yönünden ise; "Milli gelir mal ve hizmet üretimine katılan üretim faktörlerinin verimli hizmetleri karşılığı elde ettikleri gelirlerin toplamı" (31) olarak tanımlanmaktadır. İnsanlar bir üretim faktörü olarak elde ettikleri bu gelirlerinin bir kısmını; turizm olayına katılarak bir başka ülkede harcamaya dönüştürebilmektedirler. Böylece harcamanın yapıldığı ülke milli gelirine katkıda bulunmaktadır.

Açık bir ekonomide milli gelir eşitliği şu şekilde yazılabilir;

$$Y: C + I + G + (X - M)$$

Eşitlikte;

Y: Milli geliri,

C: Tüketim harcamalarını,

I: Yatırım harcamalarını,

G: Kamu (devlet) harcamaları,

X: İhracatı,

M: İthalatı ifade etmektedir.

(30) Halil DİRİMTEKİN, Genel İktisat Teorisi-II (Makro) ,

Sevinç Matbaası, Ankara, 1985, s. 12 .

(31) DİRİMTEKİN, a.g.e. , s.11.

Turistin ziyaret ettiği ülkede yaptığı turistik harcamalar; çeşitli gelir ve harcama akımlarına yol açarak milli geliri oluşturan kalemlerin bir veya birkaçının artmasına ve böylece milli gelirin de artmasına yol açabilirler. Turistin kendi ülkesi açısından ise, bu turistik harcama milli geliri azaltıcı bir etkiye sahiptir.

Günümüzde bir ülke hem yabancı turistlerin ziyaretine hedef olmakta hem de bu ülkeden diğer ülkelere turistik seyahatler gerçekleştirilmektedir. Böylece turistik harcamalar aynı dönemde hem milli geliri arttırıcı hem de azaltıcı etkiler gösterebilmektedir. Sonuçta nihai etki pozitif olacağı gibi negatif de olabilmektedir.

II- TURİZMİN MİLLİ GELİRE ETKİSİ

Turizmin milli gelire etkisi çeşitli yönlerden ele alınarak incelenebilir;

- A- Turistik Harcamaların Gelir Etkisi *
- B- Turizmin Katma Değer Etkisi
- C- Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

A- TURİSTİK HARCAMALARIN GELİR ETKİSİ

Ülkeye gelen yabancı turistler ile ülke içinde turizm olayına katılan yerli turistlerin harcamaları ve turizm arzını arttırmaya yönelik turizm yatırımları için yapılan harcamalar; turizm sektöründeki ve ilişkili olan diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin gelirlerini oluştururlar. Bu gelirler dolaysız olarak milli gelire etki ederler. Bunun yanı sıra; yerli ve yabancı turistlerin yaptığı tüketim harcamaları

ları "turistik tüketim çarpanı" kanalıyla müteşebbislerin yaptığı yatırım harcamaları da "turistik yatırım çarpanı" yoluyla milli gelire etkide bulunurlar.

1) Turistik Tüketim Harcamalarının Milli Gelire Etkisi

Turistlerin yapmış oldukları tüketim harcamalarının ilk muhatapları ulaştırma işletmeleri, konaklama işletmeleri ve diğer turistik işletmelerdir. Bu dolaysız olarak milli gelire etki eder. Turistlerin bu harcamalarını gelir olarak elde eden turizm sektöründeki çeşitli işletmeler, bu gelirlerinin bir kısmını çeşitli gider kalemlerine (ücret ve maaş, vergi, çeşitli alımlar) harcama olarak yöneltirler. Böylece ekonomi içinde bir devir başlamış olur. Bu devir olayı da dolaysız yönden milli geliri etkiler.

"Bir ülkedeki turizm harcamaları, tüketici ve üretici kademelerinde her el değiştirişte hacminden marjinal tasarruf eğilimi kadar kaybederek gelişir. ve kümülâtif olarak ilk değerinden çarpan katsayısı kadar fazla gelir yaratmış olur" (32).

Klasik çarpan katsayısı formülü şöyle yazılabilir:

$$k: \frac{1}{1-c} \quad c: \frac{\Delta C}{\Delta Y}$$

formülde,

k: Çarpan katsayısını,

c: Marjinal tüketim eğilimini ifade etmektedir.

(32) Hasan OLALI- Alp TİMUR, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri , Ofis Tic. Mat. San. Ltd Şti. , İzmir, 1986, s.59'dan Brian H. ARCHER, Tourism In the Third World: Some Economic Considerations, Universty, of Surrey , Guildford, 1979, s.7

Bu formüle "Michael Peters tarafından marjinal ithal eğilimini ifade etmek amacıyla ülke vatandaşlarının yurt dışı seyahatlerindeki tüketim eğilimleri" (33), "Donald E. Lundberg tarafından da ülkeye gelen turistlerin ithal malı tüketim eğilimleri" (34) ilave edilmiş ve formül şu şekle dönüşmüştür:

$$k: \frac{l-t}{l-c-m}$$

$$m: \frac{AC_T}{AY}$$

Formülde:

k: Turistik Tüketim Çarpan Katsayısı,

t: Turistlerin İthal Malı Kullanma Eğilimi,

c: Marjinal Tüketim Eğilimi,

m: Ülke Vatandaşlarının Yurt dışı Seyahatlerindeki Tüketim Eğilimini,

C_T : Ülke Vatandaşlarının Yurtdışı Seyahatlerindeki Harcamaları ifade etmektedir.

Bu katsayı yardımıyla turistlerin yaptıkları turistik harcamaların ülke milli gelirini hangi miktarda değiştireceğini bulabiliriz.

AY: k. Y_T

Formülde:

AY: Milli Gelirdeki Değişme Miktarını,

k: Turistik Tüketim Çarpan Katsayısını,

Y_T : Brüt Dış Turizm Gelirlerini İfade Etmektedir.

(33) OLALI-TİMUR, a.g.e. , den, Michael PETERS, "International Tourism" Hutchinsen, 1969, s. 236-238.

(34) OLALI-TİMUR, a.g.e. , den Donald E. LUNDBERG, "The Tourist Business (Second Printing)", Kohcahners Publishing co. , Chicago, 1972, s. 236.

2) Turistik Yatırım Harcamalarının Milli Gelire Etkisi

Keynezyen ekonomik görüşte yatırımlarda meydana gelecek bir artış; kişilerin gelirlerini arttıracığından toplam talepte bir artışa yolaçacaktır. Bu artış marjinal tüketim eğiliminin büyüklüğü oranında fazla olacaktır. Yatırımlar nedeniyle yaratılan bu gelir tüm ekonomiye harcamalar-gelir-harcamalar dönüşümü ile yayılacak ve sonuçta milli geliri artış yönünde etkileyecektir. Milli gelirdeki artışın miktar olarak hesaplanması ise aşağıdaki formül yardımıyla yapılabılır.

AY: K.AI

K: $\frac{1}{1-c}$

K: $\frac{AY}{AI}$

Formülde;

AY: Gelir Artışını,

K: Turistik Yatırım Çarpanını,

AI: Turistik Yatırımlardaki Artışı,

c: Marjinal Tüketim Eğilimini İfade Etmektedir. Burada sözünü ettiğimiz yatırım artışı, otonom yatırımlardaki artıştır. Otonom yatırımlardaki bu artış sonucu yaratılan gelir ve harcama akımı uyarılmış yatırımları da harekete geçirecektir. Böylece Uyarılma yatırımlarında yaratacağı gelir ve harcama akımı, milli gelirdeki artışın hızlanmasına neden olacaktır.

B- TURİZMİN KATMA DEĞER ETKİSİ

Üretim yolu ile katma değer tanımı şöyledir:

("Katma değer, satışa arzedilen malın fiyatından, bu malı üretmek üzere daha önce başka kişiler veya firmalar ta-

rafından yapılmış ara tüketim harcamaları çıkarıldığında kalan fark olmakta ve ülkede bütün ekonomik birimlerin mal ve hizmet üretiminde yarattıkları katma değer toplamı milli geliri vermektedir" (35).

Hizmetler sektöründe yer alan turizm sektörünün ürettiği mal ve hizmetlerde genel olarak 'ara tüketim harcamaları' düşük kalacağından, sektörde yaratılacak katma değer yüksek oranlarda gerçekleşebileceği söylenebilir. Sektörde üretilen mal ve hizmetlerin her biri için (Mikro düzeyde) katma değer hesaplamasına gidilebileceği gibi, tüm mal ve hizmetler için (Makro düzeyde) de katma değer hesaplanabilir. Diğer bir ayırım da mal ve hizmetlere harcamalarını yönelten turistlerin, yerli ve yabancı olarak sınıflandırılarak hesaplanalara gidilmesidir.

Turizm sektöründe; "Makro açıdan turizm sektörü katma değeri hesaplanırken, ülkenin iç ve dış turizm gelirlerinden hareket edilir. Bu yöntemde, turizm gelirleri üretim (çıktı) olarak kabul edilip, sektörel katma değer oranı üretim değerine uygulanarak katma değer bulunur" (36).

Hesaplama öncelikle turistlerin yapmış oldukları harcamaların turizm sektörü içindeki alt sektörlerle (ulaşım, konaklama, eğlence v.b.) hangi oranlarda dağıldığı bulunur. Böylece her sektörün elde ettiği gelir tahmin edilebilir. Sektör gelirlerine, ilgili sektörün katma değer oranı uygulanarak o sektörde yaratılan katma değer bulunur. Sektörlerin katma değer rakamları toplanarak da, turizm sektöründe top-

(35) OLALI-TİMUR, (a.g.e.), s.76.

(36) OLALI-TİMUR, (a.g.e.), s.76.

12/12
87/5

lam katma değere ulaşılabilir.

Ø C- TURİZMİN DIŞ ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ

1) Dış Ödemeler Dengesi Kavramı

Uluslar arasındaki mal ve hizmet alım-satımları 'Döviz' ile yapılır. Döviz, uluslararası ödeme gücüne sahip olan para cinsidir.

Bir ülkenin belli bir dönemde (genellikle bir yıl) diğer ülke veya ülkelerle gerçekleştirmiş olduğu mal, hizmet, sermaye akımlarından doğan döviz hareketlerini gösteren tabloya; dış ödemeler dengesi (ödemeler bilânçosu) adı verilir. Tablo iki ana bölümden oluşur.

i. Aktif Bölümü: Ülkeye döviz girdisi sağlayan kalemlerden oluşur.

ii. Pasif Bölümü: Ülkeden döviz çıkışına neden olan kalemlerden oluşur.

2) Turizmin Yeri ve Önemi

Turizm olayının ülkeler arasında gerçekleşmesi diğer bir deyişle dış turizm hareketleri; turistin kendi ülkesi açısından döviz talebinin, ziyaret ettiği ülke açısından da döviz arzının artmasına yol açar. Bir ülkeye hem dış ülkelerden turist geldiği, hem de o ülkeden diğer ülkelere turist gittiği kabul edilirse; bu turistik hareketler ülkenin dış ödemeler dengesinin hem aktif bölümünde, hem de pasif bölümünde yer alan kalemlere yansıtacaktır. Turist ziyaret ettiği ülkenin milli parasını talep ederek, döviz arzedecek, böylece döviz girdisi sağladığı için ziyaret ettiği ülkenin ödemeler bilânçosundaki aktif bölümün artmasına neden olacaktır. Kendi ülke

ekonomisinden döviz çıkışına neden olmasıyla da, kendi ülkesinin ödemeler bilânçosunun pasif bölümünün artışına neden olacaktır.

Dış turizmin döviz arz ve talebini etkileyerek ödemeler bilânçosunu olumlu yönde etkileyebilmesi, bazı koşulların gerçekleşmesine bağlıdır.

~~-----~~ Döviz gelirleri elde edilirken yapılan döviz harcamalarının, elde edilen döviz gelirlerine oranı 1'den küçük olmalıdır. Yani;

$$\left(\frac{\text{Döviz geliri için yapılan döviz harcamaları}}{\text{Döviz Gelirleri}} \right) < 1 \text{ olmalıdır.}$$

Net turizm döviz gelirlerinin, bu geliri sağlayabilmek amacıyla milli para ile belirtilen toplam giderlerden fazla olması gereklidir. Yani;

$$\left(\frac{\text{Döviz gelirleri}}{\text{Toplam giderler}} \right) > 1 \text{ olmalıdır.}$$

Turizmden elde edilen döviz gelirlerinin, söz konusu ülkede turizm sektörü bulunmaması halinde getireceği dövizden daha fazla olması gereklidir.

Bunun için de ; turizm sektöründeki $\left(\frac{\text{Döviz gelirleri}}{\text{Toplam giderler}} \right)$ oranının, ihracat sektörlerindeki $\left(\frac{\text{Döviz gelirleri}}{\text{Toplam giderler}} \right)$ oranından büyük olması gereklidir.

Dış turizmin ödemeler bilânçosu üzerindeki etkisi somut olarak, ülkenin turizmden elde ettiği döviz gelir ve gider miktarlarıyla gösterilebilir. Ancak kambiyo merkezlerinde işlem gören döviz miktarı gerçek döviz arzından genel-

likle düşük kalmakta ve yurt dışına çıkan vatandaşlar yasal olmayan yollarla ülke dışına döviz çıkararak gerçek rakamların istatistiklere geçmesine engel olmaktadır. Bu nedenlerle de istatistik veriler yetersiz kalmakta ve turizmin ödemeler bilançosuna olan etkisi tam ve net olarak ortaya konamamaktadır.

Dış turizm sonucu ortaya çıkan döviz gelir ve giderleri ülkenin ödemeler bilançosunun hem aktif, hem de pasif bölümünün 'görünmeyen işlemler' kaleminde yer alırlar. Ülkeler arasındaki turizm hareketleri sonucu ortaya çıkan ekonomik ilişkiler, birer dış ticaret ilişkisi (ihracat-ithalat) olarak da nitelenebilirler. Bu niteleneden yola çıkarak turizm hareketlerinin dış ticarete yarattığı etkileri inceleyelim.

3) Turizmin İhracata Etkisi

Herhangi bir mal veya hizmetin diğer ülke veya ülkelerdeki tüketicilere arz edilmesi durumunda bu ticari ilişki; mal veya hizmetin üretildiği ülke açısından ihracat olarak adlandırılmakta ve milli gelir eşitliğinde (X) kalemi içinde yer almaktadır.

Turizmin ihracata etkisi iki şekilde olabilmektedir:

a) Turizmin Görünmeyen İhracat Olarak Etkisi :

Bir turist ziyaret ettiği yabancı ülkede çeşitli ihtiyaçlarını (ulaşım, konaklama, yeme-içme v.b.) karşılayabilmek amacıyla harcamalarda bulunur. Bu harcamaların yöneldiği kişi veya firmaların elde ettikleri gelirler bir bakıma ihracat geliri gibidirler. Çünkü burada da ülkede üretilen

bir mal veya hizmet yabancı bir tüketiciye arz ediliyor. Tek fark ise arz yabancı tüketicinin ülkesinde değil mal veya hizmeti üretenin ülkesinde gerçekleşiyor. Böyle bir ticari değişim resmi olarak ülkenin dış ticaret kayıtlarındaki ihracat (X) kaleminde yer almıyor. Elde edilen gelirler ödemeler bilânçosunun aktif bölümündeki görünmeyen işlemler kalemine kaydediliyor.

b) Turizmin Ek İhracat Olarak Etkisi:Turizm milli ekonomi için bir ek ihracat ve dolayısıyla milli geliri arttırıcı yönde etkileyen bir kaynaktır. Ülkelerdeki ekonomik gelişme ve refah artışı, ve buna paralel olarak turizmin hızla gelişmesi; turistlerin yabancı ülkelere gitme eğilimlerinin artmasına neden olmuştur.

Değişik ülkelereseyahat eden turistler, buralardaki zorunlu (ulaşım, konaklama, yeme-içme v.b.) harcamalarından başka harcamalar da yapmaktadırlar. Kişilerin turizm olayına katıldıklarında "Normal yaşamını sürdürdüğü yerde alıştığından daha fazla harcama eğilimi içinde" (37) oldukları da göz önünde tutulursa, turistlerin diğer harcamaları genellikle yaptıkları söylenebilir. Bu harcamalar turistlerin zevk ve tercihlerinin yanısıra, ülkelerin özelliklerine göre değişik şekil ve boyutlarda gerçekleşmektedir.

Turistin kendi ülkesi gelişmiş bir endüstri ülkesi ise; bu turist gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret ettiğinde genellikle, antika, hatıra eşyası, ülke veya bölgenin özel el işi yapımı eşyalarını v.b. şeyleri talep etmektedir.

(37) BARUTÇUGİL, a.g.e. , s.11.

Aynı turist diğer gelişmiş bir endüstri ülkesini ziyaret ettiğinde; bu kez seçimini iki ülke arasında uygulanan mevcut gümrük tarifelerini ve kotaları da göz önüne alarak yapar ve kendi ülkesinde bulunmayan veya gittiği ülkede daha avantajlı olarak elde edebileceği malları zevk ve tercihlerinin doğrultusunda talep eder.

Turistin ülkesi gelişmekte olan bir ülke ise; bu turist gelişmiş bir endüstri ülkesini ziyaret ettiğinde, kendi ülkesinde üretilmeyen, ithal edilmeyen veya ithal edilse bile vergi veya kotalar nedeniyle satın alamadığı endüstri mallarını zevk ve tercihleri doğrultusunda talep eder. Bu turist kendi ülkesi gibi gelişmekte olan bir ülkeyi ziyaret ettiğinde mevcut gümrük tarifeleri, kotalar veya iki ülkenin faktör yoğunluğu veya faktör fiyatlarındaki farklılıklar nedeniyle kendi ülkesinden daha avantajlı bir biçimde elde edebileceği malları zevk ve tercihleri doğrultusunda talep eder. Bu talepler sonucu ortaya çıkan harcamalar dasyine malın üretildiği ülkede yabancılara arzedilmektedirler. Böylece bir ihracat olayı ortaya çıkmaktadır. Burada yapılan harcamalar milli gelir eşitliğinde tüketim harcamaları (c) kaleminde gözükmemekte ve ihracat olarak addedilmemektedir. Fakat harcamalar kaleminin artışı yoluyla milli geliri arttırıcı bir etki göstermektedir. Bu gelirler aynı zamanda ödemeler bilançosunun aktif bölümünde yer alan görünmeyen işlemler kalemine kaydedilmektedirler.

4) Turizmin İthalata Etkisi

Başka bir ülkede üretilen bir mal veya hizmetin,

diğer bir ülkede talep edilmesi durumunda; talep edilen ülke açısından bu ticari değişim ithalat olarak adlandırılır. Milli gelir eşitliğinde ise negatif işaretle (M) olarak gösterilir. İşaretinden de anlaşılacağı gibi milli geliri azaltıcı etkiye sahiptir. Turizmin ithalata etkisi iki şekilde olur;

a) Turizmin Görünmeyen İthalat Etkisi:

Bir turist ziyaret ettiği ülkede çeşitli harcamalarda (ulaştırma, konaklama v.b.) bulunur. Bu harcamalarını, kendi ülkesinde elde etmiş olduğu geliri ile yapmaktadır. Yani kendi ülkesinde elde ettiği, gelirini, bir başka ülkede harcayarak; ziyaret ettiği ülke lehine bir gelir transferi yaratmaktadır. Turist bu harcamasını dövizle yapabileceğinden kendi ülke ekonomisinden döviz çıkmasına neden olmaktadır. Harcamasını yönelttiği mal veya hizmeti ise yabancı bir ülkede talep ederek, orada tüketmektedir.

Dikkat edilecek olursa ele aldığımız turistin ülkesi açısından bu harcama bir ithalattır. Normal ithalattan farkı ise, mal veya hizmetin yabancı bir ülkede tüketiliyor olması ve milli gelir eşitliğindeki (M) kaleminde gözükmesidir. Ülke vatandaşlarınca yabancı ülkeleri ziyarette harcamaya dönüştürülen bu dövizler, ödemeler bilançosunun pasif bölümündeki görünmeyen işlemler kaleminde yer almaktadır.

b) Turizmin Ek İthalat Etkisi:

Turist ziyaret ettiği ülkedeki zorunlu harcamalar ve turistik harcamalarından başka harcamalar da yapabilmektedir. Kendi özellikleri ve çeşitli alternatifleri gözönünde bulundurarak yaptığı bu harcamalar ziyaret ettiği ülke açısından

ek ihracat olarak adlandırılmaktaydı. Bu harcamalar kendi ülkesi açısından ise ek ithalat olarak adlandırılabilir. Çünkü yabancı bir ülkede üretilen mal, döviz harcanarak talep edilmekte ve bu yabancı mal turistin kendi ülkesine getirilmektedir. Böylece hem turistin kendi ülkesinden bir döviz kaybı olmakta, hem de milli geliri azaltıcı bir etki yaratılmaktadır.

Ayrıca turistlerin ziyaret ettikleri ülkelerde tükettikleri mal veya hizmetlerden; o ülkede üretilmeyip ithal edilerek turistlere arz edilen mallar da ek ithalata dahil edilebilirler.

Turistlerin ziyaret ettikleri ülkelerde ellerindeki dövizlerin ne kadarını ek ithalata, ne kadarını görünmeyen ithalata ayırdıklarını ayrıca ülkeye resmi olarak ithal edilerek turistlere arz edilen mallar ve turistik amaçla yapılan döviz ödemelerinin miktarları ayrıntılı olarak bilinmemektedir. Bu nedenle ülkenin ek ithalat olarak çıktısı hakkında bir tahmin yapmak dahi mümkün değildir. Ek ithalatta ödemeler bilançosunun pasif bölümündeki görünmeyen işlemler kaleminde yer almaktadır.

III- TÜRKİYE'DE TURİZM ve MİLLİ GELİR

A- TÜRKİYE'DE TURİSTİK HARCAMALARIN GELİR ETKİSİ

1) Turistik Tüketim Harcamalarının Gelir Etkisi

Türkiye'nin turizm gelirleri (Tablo:1) de gösterilmiştir. Bu tablo incelendiğinde görüleceği gibi, Türkiye'nin dış turizm gelirleri bir hayli düşüktür. Brüt dış turizm gelirlerini Gayri Safi Milli Hasılaya oranladığımızda % 04-06

(gibi oldukça küçük rakamlarla karşılaşmaktayız.

(Tablo:1) Türkiye'nin Brüt Dış Turizm Gelirleri ve G.S.M.H. İçindeki Yeri (Milyon Dolar)

<u>YILLAR</u>	<u>G.S.M.H.</u>	<u>Brüt Dış Tur. Gelir.</u>	<u>Dış Turizm Gelir. G.S.M.H. için. Payı</u>
1974	30 507.0	193.7	0.0063
1975	37 598.0	200.9	0.0053
1976	40 980.9	180.5	0.0044
1977	49 027.6	204.5	0.0041
1978	53 604.0	230.4	0.0042
1979	52 452.9	280.7	0.0053
1980	54 179.4	327.0	0.0060
1981	54 454.0	381.0	0.0069
1982	58 881.0	370.0	0.0062
1983	60 824.0(1)	408.4	0.0067
1984	64 290.0 (2)	548.0	0.0085
1985	67 568.8(3)	600.0 (4)	0.0088

Kaynak: D.İ.E, D.P.T, K.T.B. İstatistiklerinden derlenmiştir.

(1),(2),(3) Sayıları 1983'te % 3.3, 1984'te % 5.9, 1985'te % 5.1 büyüme hızı ve doların sabit değeri esas alınarak hesaplanmıştır.

(4), Programlanan tahmini gelir.

Diğer ülkelerde brüt dış turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıladaki payları; Avusturya'da % 7.9, İspanya'da % 3.3, Yunanistan'da % 4.3, Portekiz'de % 4.6, İsviçre'de % 3.6 dır.

Türkiye'de dış turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı önemli olmamasına rağmen; marjinal tüketim

eğiliminin oldukça yüksek olması, brüt dış turizm gelirlerini Türkiye açısından önemli bir potansiyel haline getirmektedir.

1980 yılında yapılan bir araştırmada Türkiye'de yapılan turistik tüketim harcamaları şöyle sınıflandırılmıştır (Tab:2).

Turistik Tüketim Tipi	Geceme Yapanlar			Günübir-likçiler	Bütün Turist.
	Yab. Turist.	Yerli Turist.	Toplam		
Konaklama	23.1	18.2	21.3	4.1	20.1
Yiyecek-İçecek	23.3	30.2	28.6	22.0	29.9
Yerel Ulaştırma	14.7	23.1	17.5	33.9	15.0
Alışveriş	20.6	17.8	19.8	26.2	19.9
Eğlence	18.3	10.7	12.8	13.8	15.1
TOPLAM	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Kaynak: Turgut VAR- Alp TİMUR, 'Kuşadası ve Çeşme Turistik istasyonlarında Bölgesel Turizm Çoğaltanları', (Yayınlanmamış araştırma), İzmir, 1980.

Tablo incelendiğinde yabancı turistlerin yerel ulaştırma dışında tüm harcamalarını dengeli bir dağılımla dağıttıklarını görüyoruz. Yerel ulaştırma yüzdesinin düşüklüğü ise yabancı turistlerin ülkelerinden ya direkt olarak turizm yörelerine gitmelerinden veya çok küçük bir ulaşım sonucu turizm yörelerine varmalarından kaynaklanmaktadır. Yerli turistlerin harcamaları ise dalgalı bir dağılım göstermektedir. Konaklama hizmetleri harcamalarının düşüklüğü ise daha kalitesiz yerlerde kalınmasından, alışveriş ve eğlence harcamalarının düşüklüğü ise yiyecek-ışecek kaleminin fazlalığından kaynaklanmaktadır. Yabancı turistten daha fazla yerel ulaşım hizmetlerin-

den yararlanan yerli turistin, yerel ulaştırma harcamaları da yabancı turistten yaklaşık % 9 daha fazla olmaktadır. Gü-nübirlilikçiler için belirlenen % 4.1'lik konaklama harcaması-nın nedeni; günübirlilikçi turistlerin konaklama işletmelerin çeşitli hizmetlerinden (plâj, restoran, bar v.b.) yararlan-malarıdır.

Türkiye'de "marjinal tüketim eğilimi 1983 yılı için 0.752"(38), "paranın devir hızını gelişmekte olan ekonomiler için 5 olarak"(39) kabul ederek hesaplanalarda kullanacağız.

şimdi yabancı turistlerin 1985 yılındaki 600 milyon dolarlık turistik harcamalarının yaratacağı dolaysız ve dolay-lı gelir etkisini hesaplayalım(Tablo:3).

(Tablo:3) Turistik Tüketim Harcamalarının Dolaysız ve Dolaylı Gelir Etkisi (Milyon Dolar)

Turistik Tük. Tipi	Devir Dönemleri					Harcamalar Toplamı
	1	2	3	4	5	
Konaklama	138.6	138.6	104.2	73.4	58.9	518.7
Yiye-İçecek	139.8	139.8	105.1	79.0	59.4	523.1
Yerel Ulaş.	88.2	88.2	66.3	49.9	37.5	330.1
Alış-veriş	123.6	123.6	92.9	69.9	52.6	462.6
Eğlence	109.8	109.8	82.7	62.1	46.7	411.1
TOPLAM	600	600	451.2	339.3	255.1	2245.6

Görüldüğü gibi 600 milyon dolarlık harcamanın, do-laysız ve dolaylı gelir etkileri toplamı 2245.6 milyon dola-

(38) OLALI-TİNUR, a.g.e. , s.61.

(39) OLALI-TİNUR, a.g.e. , s.61.

ra ulaşmaktadır. İlk harcama miktarının nihai etkisi yaklaşık 4 katını bulmaktadır. Bu hesaplama 'Turistik Gelir Çarpanı', formülüyle de yapılabilir.

$$k: \frac{1-t}{1-c+m}$$

$$t: 0.03 \quad (40)$$

$$c: 0.752 \quad (41)$$

$$m: 0.014$$

$$m: \frac{C_{T85} - C_{T84}}{Y_{85} - Y_{84}}$$

$$m: \frac{324.9-277.0}{67568.8-64290.0} : 0.014$$

Değerleri formüldeki yerlerine koyalım,

$$k: \frac{1-0.03}{1-0.752+0.014} : \frac{0.97}{0.262} : 3.70$$

$$AY: k \cdot Y_T$$

$$AY: 3.70 \cdot 600.0$$

$$AY: 2220.0 \text{ milyon dolar olacaktır.}$$

Görüldüğü gibi 600 milyon dolarlık brüt dış turizm geliri harcamalar kanalıyla ekonomiye dağılarak, nihai olarak 2220.0 milyon dolarlık bir gelir yaratmaktadır. Yani 1 dolarlık turizm geliri 3 dolardan fazla nihai gelir yaratabilmektedir. Sonuçta turizm gelirlerimizin, ekonomik dolaşıma ilk girdikleri miktardan yaklaşık 4 kat fazla gelir etkisi yarattıklarını söyleyebiliriz.

2) Turistik Yatırım Harcamalarının Gelir Etkisi

Türkiye'de turistik yatırım harcamaları, toplam içinde düşük oranlarda ve düşük miktarlarda oluşmaktadır.

(40) VAR-TİMUR, a.g.e. , s.28.

(41) Marjinal tüketim eğilimi rakamı, temsil kabiliyeti bakımından 0.752 alınmıştır.

Bu durum turistik yatırım harcamalarının yarattığı gelir etkisinin de az olması sonucunu doğurmaktadır.

Turistik yatırımların, toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payını (Tablo:4) den izleyelim.

(Tablo:4) Turistik Sabit Sermaye Yatırımlarının, Toplam Sabit Sermaye Yatırımları İçindeki Payı

<u>Plân Dönemleri</u>	<u>Turistik Sabit Serma. Yatırım Sabit Sermaye Yat. İçin. Payı</u>
Birinci Plân Dönemi (1963-1967)	% 1.3
İkinci Plân Dönemi (1968-1972)	% 2.0
Üçüncü Plân Dönemi (1973-1977)	% 1.6
Dördüncü Plân Dönemi (1979-1983)	% 1.2
Beşinci Plân Dönemi (1985-1989)	% 0.9

Kaynak: D.P.T. Beş Yıllık Kalkınma Plânları.

Tablo incelendiğinde turizme akan sabit sermaye yatırımlarının, toplam içinde ortalama olarak %1 paya sahip olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle son yıllarda turizmde büyük gelişmelerin beklentisi ile, Beşinci Plân Dönemindeki % 0.9 luk sabit sermaye yatırım oranının düşüklüğü amaçlarla, uygulamaların gelişmesi olarak nitelenebilir. Turizm arzının yetersiz düzeylerde olması, eksik kapasitelerin olmaması gibi saptamalar, bu yargımızı güçlendirmektedir.

1985 yılı toplam sabit sermaye yatırımları cari fiyatlarla 5.442.0 milyar TL'dir. Bunun ortalama olarak % 1'inin turizme aktığı kabul edilirse, 1985 yılı turistik sabit ser-

maye yatırımlarının yaklaşık olarak 54.42 milyar TL. olduğu söylenebilir.

AY: K. AI

K: $\frac{AY}{AI}$ idi

K: $\frac{Y_{85} - Y_{84}}{I_{85} - I_{84}}$ yazılabilir

Y_{84} : 18.374.8 milyar TL.

I_{84} : 3.190.4 milyar TL.

Y_{85} : 27.715.2 milyar TL.

I_{85} : 5.442.0 milyar TL.

K: $\frac{27.715.2 - 18.375.8}{5442.0 - 3.190.4} : 4.14$

AY: 4.14 . . . 54.42

AY: 225.2 milyar TL. olmaktadır.

54.42 milyarlık yatırım harcaması, 225.2 milyarlık gelir yaratmaktadır. Oran olarak 4 katı artış yaratılması sözkonusudur. Fakat miktar olarak yatırımların azlığı, gelir etkisinin de miktar olarak az olması sonucunu doğurmaktadır.

B- TÜRKİYE'DE TURİZMİN KATMA DEĞER ETKİSİ

Turizm sektöründe yaratılan katma değerın hesaplanabilmesi için özellikle yeterli ve sağlıklı verilerin var olması gerekir. Türkiye'de iç turizme ilişkin yeterli veri olmadığından; dış turizm gelirlerini, üretim değeri olarak kabul ederek hesaplamalarda kullanacağız. Hesaplama ihtiyacı duyacağımız katma değer oranları ise 1977 yılında yapılan bir çalışmada şöyle bulunmuştur (42). (Tablo:5)

(42) Alptekin ORHON-Ahter KRAL, Turizm Sektöründe Katma Değer Hesabına İlişkin Bir Yöntem Çalışması, K.T.B Araş. ve Değer. Gen. Müd. Yayını, No: 22, Ankara, 1977, s.10.

(Tablo:5) Çalışmada Kullanılan Sektörler, Girdi-Çıktı Oranları ve Katma Değer Oranları

<u>Sektör No:</u>	<u>Sektör Adı</u>	<u>Girdi-Çıktı Oranı</u>	<u>Katma Değer Oranı</u>
1	Toptan ve Perekende Tic.	0.1192	0.8808
2	Lokanta, Meyhane, Birahane	0.5842	0.4158
3	Kebabçı, Köfteci	0.5002	0.4998
4	Otelci	0.3648	0.6352
5	Pastacı, Tatlıcı, Börekçi	0.6450	0.3550
6	Kahvehane	0.4314	0.5686
7	Diğer Kara Taşımaları	0.3344	0.6656
8	Denizyolu Taşımaları	0.4124	0.5876
9	Havayolu Taşımaları	0.5670	0.4330
10	Kişisel ve Mesleki Hiz.	0.1869	0.8131

Not: 1) Diğer kara taşımaları, denizyolu taşımaları ve havayolu taşımaları toplam olarak düşünülmüş ve yerel ulaştırma için kullanılacak katma değer oranı 0.6473 alınmalıdır.

2) Tablodaki 2,3,5 ve 6 numaralı sektörlerin toplam katma değer oranları 0.4417 olarak bulunmuştur ve bu oran yiyecek-içecek harcamaları için kullanılacaktır.

Turistik tüketim tipi ayırım, harcamalar içinde geçerli kabul edilebilir. Öyleyse; yabancı turistlerin Türkiye'deki harcamalarının dağılım oranları şöyle gerçekleşecektir (Tablo:6).

(Tablo:6) Yabancı Turistlerin Turistik Tüketim Harcamalarının Yüzde Dağılımı

<u>Turistik Tüketim Tipi</u>	<u>Yüzde Dağılımı</u>
Konaklama	23.1
Yiyecek-içecek	23.3
Yerel Ulaştırma	14.7
Alış-veriş	20.6
Eğlence	18.3
TOPLAM	100.-

Kaynak: VAR-TİMUR, a.g.a. , İzmir, 1980

Şimdi de bazı varsayımlara dayanılarak bulunan; harcamaların yüzde dağılımı oranları ve sektörlerin katma değer oranlarına dayanarak Türkiye'de 1985 yılında dış turizm gelirlerinin yarattığı katma değeri hesaplamaya çalışalım (Tablo:7).

(Tablo:7) Türkiye'de 1985 Yılında Dış Turizm Gelirlerinin Yarattığı Katma Değer

<u>Turistik Tüketim Tipi</u>	<u>1985 Yılı Dış Turizm Gelirleri(mil.dol.)</u>	<u>Harcamaların Dağılımı</u>	<u>Katma Değer Oranı</u>	<u>Katma Değer (mil.dol)</u>
Konaklama	: 600.0 (X)	0.231 (X)	0.6352	: 38.0
Yiyecek-İçecek	: 600.0 (X)	0.223 (X)	0.4417	: 61.7
Yerel Ulaştırma:	600.0 (X)	0.147 (X)	0.6473	: 57.0
Alış-veriş	: 600.0 (X)	0.246 (X)	0.8808	: 108.9
Eğlence	: 600.0 (X)	0.183 (X)	0.8131	: 89.3
TOPLAM				404.9

Atatürk Kültür Merkezi

1985 yılı için tahmini dış turizm geliri olan 600 milyon dolar, turizm sektöründe yaklaşık olarak 404.9 milyon dolarlık katma değer yaratmaktadır. Şimdi de toplam katma değeri, dış turizm gelirine oranlayarak sektör düzeyinde ve toplam olarak hangi oranda katma değer yaratıldığını görelim(Tablo:8).

(Tablo:8) Türkiye'de 1985 Yılı Dış Turizm Gelirlerinin Katma Değer Etkisi

<u>Turistik Tüketim Tipi</u>	<u>1985 Yılı Dış Turizm Gelirleri (mil.dol)</u>	<u>Sektörlerin Katma Değer Payı(mil.dol)</u>	<u>Sektörlerin Katma Değer Etkisi</u>
Konaklama	600.0	88.0	0.1467
Yiyecek-İçecek	600.0	61.7	0.1028
Yerel Ulaştırma	600.0	57.0	0.0950
Alış-veriş	600.0	108.9	0.1815
Eğlence	600.0	89.3	0.1488
TOPLAM			0.6748

Tabloda görüldüğü gibi konaklama sektörü yarattığı 88.0 milyon dolarlık gelirle toplam katma değer etkisinin 0.1467'sine sahiptir. Demekki konaklama işletmeleri 88.0 milyon dolarlık katma değer yaratmıştır. Bu hesaplama sonucu ele aldığımız işletme gruplarından alışveriş işletmeleri grubu; 108.9 milyon dolarlık katma değer ve 0.1815'lik katma değer etkisiyle en çok paya sahiptir. Turizm sektörü toplam olarak 0.6748'lik katma değer etkisine sahiptir.

Ele aldığımız beş grup için hesapladığımız 0.6748'lik katma değer etkisi; dış turizm gelirlerinin ekonomideki

dağılımı sonucu yaratacağı yeni katma değer etkileri ve ele alınmadığımız diğer turizm işletmelerinin yaratacakları katma değer etkileriyle, Devlet Plânlama Teşkilatı tarafından hesaplanan ve İkinci Beş Yıllık Kalkınma Plânının hazırlıklarında kullanılan 0.75 rakamına ulaşabilecektir.

Bu yüksek katma değer etkisi, turizm sektörünün milli gelirin oluşumunda önemli bir paya sahip olabilecek potansiyele ulaşabileceğini gösterir.

C- TÜRKİYE'DE TURİZMİN DIŞ ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ

Türkiye geliştirmekte olan ülkeler grubunda yer almaktadır. Bu nedenle de ekonomisinin gelişebilmesi için gerekli olan teknolojiyi ve know-how bakımından varolan eksikliklerini giderebilmek için ağır ithalat faturalarıyla karşılaşmak durumunda kalmaktadır. İthalat kaleminin bu fazlalığı nedeniyle dış ticaret dengesi sürekli olarak negatif değerler almaktadır.

Turizmin Türkiye'de dış ödemeler dengesine olan etkilerini net bir biçimde değerlendirmek mümkün olmamaktadır. Çünkü dış turizm gelirlerinin elde edilmesinde milli parayla ve döviz cinsinden yapılan giderler bilinmemektedir. Bu ise değerlendirmeyi güçleştirmektedir. Ayrıca yurtdışı seyahatlerde vatandaşların ve ülkemize gelen yabancıların resmi olarak gözükmeyen döviz hareketlerine başvurusu da net bir değerlendirme imkânlarını kısıtlamaktadır. Fakat dış ticareti devamlı açık veren bir ekonomiye sahip olmamız, dış turizm gelirlerini dış ödemeler dengesi açısından önemli kılmaktadır.

(Tablo: 9) Türkiye'nin Dış Turizm Gelir Ve Giderlerinin; İhracat Geliri, İthalat Gideri ve Dış Ticaret Dengesi İçindeki Payı

YILLAR	İhracat	Dış Tur. Gelirle.		İthalat		Dış Tur. Giderle. (%)		Dış Tur. Gelir. Tic. Den. İç. Payı		Dış Tur. Dengesi. Dış Tic. Den. Ora
		Dış Tur. Gelirle.	İhracat İç. Payı	Dış Tur. Giderle.	İthalat	Dış Tur. Giderle. (%)	Dış Tic. Dengesi	Dış Tur. Dengesi		
1973	1317.1	171.5	13.0	2099.0	93.0	4.4	-781.9	21.9	78.4	10.0
1974	1532.2	193.7	12.6	3767.6	151.7	4.0	-2240.0	8.6	41.8	1.8
1975	1400.1	200.9	14.4	4738.7	154.9	3.2	-3338.6	6.0	45.9	1.3
1976	1950.0	184.5	9.2	5128.0	207.8	4.0	-3168.0	5.7	-27.4	-0.8
1977	1753.9	204.9	11.7	5796.3	268.5	4.6	-4042.4	5.1	-63.6	-1.5
1978	2288.2	230.4	10.1	4599.0	102.4	2.2	-2310.3	10.0	127.9	5.5
1979	2261.2	280.7	12.4	5069.4	95.0	1.8	-2808.2	10.0	185.6	6.6
1980	2910.1	326.7	11.2	7667.3	114.7	1.5	-4757.2	6.9	211.9	0.1
1981	4701	381.6	8.1	8933	103.3	1.1	-4231	9.0	278.3	6.5
1982	5746	370.3	6.4	8734	108.9	1.2	-2988	12.3	261.4	8.7
1983	5725	411.0	7.1	9235	127.3	1.3	-3507	11.7	283.7	8.0
1984	7134	548.0	7.7	10757	277.0	2.5	-3523	15.5	271.0	7.6
1985	7958	600.0	7.5	11343	324.0	2.8	-3385	17.7	276.0	8.1

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Devlet İstatistik Enstitüsü'nün İstatistikleri

Türkiye'nin ihracat gelirleri ile, ithalat giderleri ve dış turizm gelirleri ile dış turizm giderleri (Tablo:9) da gösterilmiştir. Tablo ile ilgili açıklamalar ise şöyledir:

1) Türkiye'nin Dış Turizm Gelirleri ve Dış Turizm Giderleri

Dış turizm dengemiz 1973-1985 döneminde genelde gelirlerimizin fazlalığı sonucu pozitif değerler almıştır.

Yalnızca 1976-1977 yıllarında dış turizm gelirlerimiz giderlerimizi karşılayamamıştır. Bu sonuç, bu dönemde dış turizm giderlerinin, dış turizm gelirlerinden fazla miktarda artış göstermesinden kaynaklanmıştır.

1978-1979 yıllarındaki dış turizm giderlerimizin azlığı dış turizm dengesinin pozitif artış göstermesine neden olmuştur. 1980-1985 döneminde ise dış turizm gelirlerimizdeki artış nedeniyle dış turizm dengesi artan miktarlarda fazla vermiştir. Olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

2) Türkiye'nin Dış Turizm Gelirleri ve İhracat Gelirleri

Türkiye'de 1973-1980 yılları arasında dış turizm gelirlerinin, ihracat gelirleri içindeki payı 1976 yılı hariç tutulursa ortalama olarak % 12-14 arasında değişmektedir. 1976 yılında ise hem ihracat artmış hem de dış turizm gelirleri azalmıştır. Bu nedenle oran % 9.2 olarak gerçekleşmiştir. 1981-1985 yılları arasında ise dış turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı % 7-8 'lere düşmüştür. Bu dönemde dış turizm gelirlerinde azalma olmamasına

rağmen ihracat gelirlerinin önceki döneme oranla ikiye katlanarak artması, oranın düşük kalmasına neden olmuştur.

3) Türkiye'nin Dış Turizm Giderleri ve İthalat Giderleri

Dış turizm giderlerimizin 1973-1977 döneminde, ithalat giderleri içindeki payı % 4 civarında olmuştur. 1978 yılında döviz tahsisi ve ülke dışına çıkma kısıtlanmış, ithalat giderleri artmış ve turizmin payı % 2 civarına düşmüştür. 1979'da da aynı durum gözlenmiş ve 1980 sonrası ithalat giderleri içinde dış turizm giderlerimizin payı % 1.5'lere düşmüştür. Bu düşüş ithalat giderlerimizin artışıdan kaynaklanmıştır.

4) Türkiye'nin Dış Turizm Gelirleri ve Dış Ticaret Dengesi

Dış turizm gelirlerinin dış ticaret dengesi içindeki payı, 1973 yılında % 21.9 ile en yüksek orana ulaşmıştır. 1974-1977 döneminde ithalat kalemindeki artış dış turizm gelirlerinin payını % 5-8 oranına düşürmüştür. 1978-1979 yıllarında ise ithalat miktarlarının aynı kalması oranı % 10'lara çıkarmıştır. 1980 ve 1981'de dış ticaret açığının ikiye katlanması sonucu, dış turizm gelirlerinin artmasına ve dış turizm dengesindeki pozitif artışlara rağmen dış turizm gelirlerinin, dış ticaret dengesi içindeki payı % 6.9 ve % 9.0'lara düşmüştür.

1981-1985 döneminde dış ticaret açığında genel olarak bir azalma eğilimi görülmüştür. Dış turizm gelirlerinde kaydedilen artışlar, bu dönemde dış turizm gelirlerinin dış

ticaret dengesi içindeki payının % 12-15 civarına yükseltmiştir.

5) Türkiye'nin Dış Turizm Dengesi ve Dış Ticaret Dengesi

1973-1985 döneminde iki yıl hariç (1976-1977), dış turizm dengesinin dış ticaret dengesinde ortaya çıkan açıkları gidermeye çalıştıklarını söyleyebiliriz. 1976 ve 1977 yıllarında dış turizm dengesi, dış ödemeler dengesindeki toplam açığı % 1 dolayında arttırmıştır. Dış turizm dengesinin, dış ticaret dengesindeki açıkları gidermeye yönelik katkısı 1973 yılında % 10 ile en yüksek orana ulaşmıştır. 1974-1979 döneminde ise % 08 ile % 6.6 oranında değişimler göstererek oldukça düşük seviyelerde bir etkileme sözkonusu olmuştur. 1980 yılında ithalat giderleri ve dış ticaret açığında meydana gelen patlama dış turizm dengesinin, dış ticaret dengesine olan olumlu etkisini % 01 dolayına kadar düşürmüştür. 1981-1985 döneminde ise ihracat gelirlerindeki artışlar ve dış ticaret açıklarının bir miktar azalması sonucu; dış turizm dengesinin, dış ticaret dengesine etkisi % 6.5 ile % 8.7 arasında değişen oranlara yükselerek olumlu bir gelişme ortaya çıkmıştır.

6) Türkiye'nin Dış Turizm Gelirleri, Dış Turizm Giderleri ve Dış Ödemeler Dengesi

Türkiye'nin dış turizm gelirlerinin, toplam döviz girişi miktarına ve dış turizm giderlerini de toplam döviz çıkışı miktarına oranlayarak dış turizm gelir ve giderlerinin, dış ödemeler dengesi içindeki paylarını bulmaya çalış-

şalım.

Dış turizm gelir ve giderlerinin, toplam döviz giriş ve çıkış miktarlarına oranları (Tablo:10)'da gösterilmiştir.

(Tablo:10) Türkiye'nin Dış Turizm Gelir ve Giderlerinin Toplam Döviz Giriş ve Çıkış Miktarları İçindeki Payı (Milyon Dolar)

YILLAR	Top. Döviz Girişi	Dış Turizm Gelirleri	Turizmin Payı(%)	Top. Döv. Çık.	Dış Tur. Gid.	Turizmin Payı (%)
1973	3321	171	5.0	3321	93	2.8
1979	6686	231	2.5	6686	95	1.4
1980	9865	326	3.3	9865	111	1.1
1981	11290	381	3.3	11290	103	0.9
1982	11794	370	3.1	11794	109	0.9
1983	11806	408	3.4	11806	127	1.0
1984	13675	548	4.0	13675	277	2.0
1985	15259	600	3.9	15259	324	2.1

Kaynak: D.P.T., D.İ.E., K.T.B., Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı İstatistiklerinden Derlenmiştir. (Toplam döviz girişi ve toplam döviz çıkışı rakamlarına denkleştirci kalemler de eklenmiş ve rakamlar yuvarlaklaştırılmıştır.)

Tablo incelendiğinde Türkiye'nin dış turizm gelirlerinin toplam döviz girişi içindeki payı; 1973'de % 5, daha sonraki 1979-1985 döneminde ise % 2.5- % 4 arasında değişmektedir. Genel olarak son yıllar için % 3.5'lik bir etkinin olduğunu söyleyebiliriz. Bu oldukça düşük bir orandır. Çünkü turizmi gelişmiş veya turizm olayını bir döviz kaynağı olarak gören diğer ülkelerde bu oran %5-10 arasında de-

ğışmektedir. Dış turizm giderlerimizin toplam gider döviz çıkış miktarı içindeki payı 1973'de % 2.8, 1979-1985 döneminde ise genelde % 1.5 civarındadır. Bu düşük oran Türk turizminin ödemeler bilançosuna etkileri bakımından olumlu bir durum olarak değerlendirilebilir.

Üçüncü Kısım

TURİZM ve ENFLASYON

I- GENEL OLARAK

Turizm olayının yarattığı ekonomik akımlar ile fiyatlar genel seviyesi ve enflasyon arasında bir etkileşim söz konusu olmaktadır.

Turizm olayına katılanların yaptıkları tüketim harcamaları ve ekonomideki turistik yatırım harcamaları; ülkede toplam talebin artışına yol açabilir. Bu artış ile toplam talep toplam arzdan fazla olursa, ekonomide fiyatlar genel seviyesi yükselir, diğer bir deyişle enflasyon baş gösterir. Ülke ekonomisinde ortaya çıkan fiyat artışları turizm sektöründeki mal ve hizmetlerin de fiyatlarını arttıracak; bu da yabancı turistlerin başka ülkeleri tercih etmeleri, yerli turistlerin de turizm taleplerini kısmaları veya dış ülkeler gitmelerine sonuçlarını doğurabilecektir. Görüldüğü gibi hem turizmin enflasyon üzerine, hem de enflasyonun turizm üzerine etkileri söz konusu olabilmektedir.

II- TURİZMİN ENFLASYON ÜZERİNE ETKİSİ

Turizm olayının her geçen gün giderek gelişmesi ve buna bağlı olarak turizm talebinin artması; kısa dönemde turizm arzının bu artışa cevap verememesi nedeniyle enflasyon ortaya çıkabilmektedir.

A- TURİZMİN TALEP ENFLASYONU YARATMASI

Turizm arzı esnek değildir. Arz esnekliğinin düşük olması kısa dönemde arzın arttırılamaması sonucunu doğurmak-

tadır. Turizm talebi arttığıında; esnek olmayan arz nedeniyle, ortaya çıkan bu ek talep fiyat artışlarına neden olabilmektedir.

Fiyatlar genel seviyesinde meydana gelecek bir artış bireylerin satın alma güçlerini; buldukları gelir gruplarının seviyelerine ve elde ettikleri gelirin türüne göre farklı biçimlerde etkilemektedir. Kişi 'düşük gelir' liler veya 'sabit gelir' liler grubunda ise fiyat artışlarından fazlasıyla etkilenmekte, geliri ile ancak 'zorunlu ihtiyaçlar' ını karşılayabildiğinden, 'sosyal ihtiyaç' olan turizm ihtiyacını (turizm talebini) ya kısmakta veya hiç talep edememektedir. Kişi 'orta ve yüksek gelir' liler veya 'oynak gelir' liler grubunda ise fiyat artışlarından fazla etkilenme durumu söz konusu olabilmektedir. Fakat fiyat artışları dış turizm olayına katılan bu kişilerin, iç turizme yönelmelerine neden olabilmektedir. Bu kişilerin iç turizme yönelmeleriyle ortaya çıkan ek turizm talebi, fiyatlar üzerinde yeni artış eğilimlerine neden olabilmektedir. Böylece turizm talep enflasyonu yaratan bir faktör olmaktadır.

B- TURİZMİN MALİYET ENFLASYONU YARATMASI

Turistlere arzedilen mal ve hizmetlerin üretim maliyetlerinin artması enflasyona neden olabilir. Söz konusu mal ve hizmetlerin üretiminde kullanılan üretim faktörlerine yapılan ödemelerde ortaya çıkacak artış fiyatlara yansıtılarak enflasyonist bir baskı yaratabilir. Faktör fiyatlarının artma nedenleri şöyle sıralanabilir:

i) Turizm işletmelerinin 'tam kapasite' ile çalışmadığı bir durumda, turizm talebinde ortaya çıkacak bir artış kapasite kullanımı arttırılarak karşılanmaya çalışılır. Bu ise, kısa dönemde üretimde kullanılan emek miktarının arttırılması ise sağlanır. Turizm sektöründe teknolojik yenilikler sonucu ortaya çıkan makineleşme ve otomasyondan yararlanabilme imkânlarının son derece kısıtlı olması, bu sektörde diğerlerine oranla daha fazla emek istihdamını gerektirmektedir. Sektörde varolan bu emek talebinin yanısıra, ortaya çıkan ek emek talebi, emek piyasasındaki arz-talep dengesini ve denge ücretini bozarak ücretlerin artma eğilimine girmesine neden olabilecektir.

ii) Teknolojik gelişmeler ve makinalardan yeterli yararlanma imkânının yeterli olmaması nedeniyle, turizm sektöründe kullanılan emeğin verimliliğinin belli bir seviyeden sonra arttırılamaz. Oysa çeşitli nedenlerle ortaya çıkan ücret artışları giderek emeğin verim artışından daha fazla olabilmektedir. Bu ise maliyetlerde bir artışa neden olmaktadır.

iii) İşletmeler arasındaki rekabet; reklâm ve tanıtma giderlerinin artmasına ve dolayısıyla maliyet artışınaa neden olabilmektedir.

iv) Turizm talebinin esnek bir yapıya sahip olması, turistlerin memnun edilebilmesi için daha kaliteli mal ve hizmetin sunulmasını gerekli kılmaktadır. Bu da maliyet arttırıcı bir unsur olabilmektedir.

v) Eğer ülkede devalüasyon yapılıyorsa; ithal edilen malların fiyatları milli para cinsinden pahalılanır. Bu mallardan bazılarını girdi olarak kullanan turizm işletmelerinin maliyetleri artar. Devalüasyon yapılmadığı halde; ithal edilen malın üretildiği ülkede ortaya çıkacak enflasyon, ithal edilen girdinin fiyatının artmasına ve toplam maliyetlerin artmasına neden olabilir.

Ayrıca hem turizm talebindeki artış hem de üretim maliyetlerinin artışı aynı anda ortaya çıkarak, birlikte de enflasyona neden olabilirler.

C- TURİZM YATIRIMLARININ ENFLASYON YARATMASI

Yatırım kararının alınarak yatırıma başlanmasıyla, hemen mal veya hizmet üretimi gerçekleşmeyebilir. Mal veya hizmetin üretilerek piyasaya arz edilebilmesi için belli bir süre gerekebilir. Turizm yatırımları ile turistik mal veya hizmetin piyasaya arz edilmesi arasında da böyle bir gecikmeden söz edilebilir. Oysa bir turistik yatırım kararı alınarak, yatırıma başlandığında yatırım harcamaları da başlar. Bu harcamaları gelir olarak elde edenler de, tekrar harcamaya dönüştürerek toplam talebin artmasına neden olabileceklerdir. Bu talep artışının ortaya çıktığı dönemde toplam arzda bir artış gerçekleştirilemezse, fiyatlar genel seviyesinde bir yükselme ile enflasyonist bir baskı doğar veya ekonomide varolan enflasyon artma eğilimi gösterir.

Turistik yatırım kararının, turizm talebinin artışı ile alındığını varsayarsak, ilgili ekonomide şu geliş-

melerden sözedebiliriz. Talep artışı yatırım artışını getirmektedir. Fakat yatırımların mal ve hizmet arzını gecikme ile arttırabilmesi; turizm piyasasında bir arz-talep dengesizliği yaratacağından (toplam turistik arz, toplam turistik talebi karşılayamadığından) fiyatlar artar ve enflasyon oluşur. Bir yandan yatırım harcamalarının yarattığı enflasyonist etki, öte yandan turistik arz-talep dengesizliğinin yarattığı fiyat artışları, birlikte enflasyonun daha da hızlanmasına neden olabilirler.

III- ENFLASYONUN TURİZM ÜZERİNE ETKİSİ

Ekonominin herhangi bir sektöründe ortaya çıkan enflasyon, giderek diğer sektörlerde ve bu arada turizm sektöründe de enflasyonist baskılara yol açabilmektedir. Böyle bir etki turizm sektöründe arz edilen mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır. Turizm sektörünün bizzat yarattığı enflasyonist etkiler de fiyat artışlarına neden olabilmektedir.

Enflasyon sonucu artan fiyatlar gelirlerin satın alma güçlerinin giderek azalması ve iç turizm talebinin kısılması gibi sonuçlar doğurabilmektedir. Eğer turizm sektöründeki fiyatlar yabancı ülkelerin turistik mal ve hizmet fiyatlarının üzerine çıkarsa, bu durumda azalan iç turizm talebi dış ülkelere yönelebilecektir.

Yabancı ülkelere gelecek dış turizm talebi ile fiyat artışı nedeniyle azalabilir. Eğer ülkede devalüasyon yapılmıyorsa dış ülkelere gelecek talep azalacaktır.

Talep azalması, daha az yabancı turist ve daha az turizm geliri demektir. Dış aktif turizmdeki bu olumsuz gelişmeye karşın ülke vatandaşlarının dış ülkeleri tercih etmesi; dış pasif turizmin gelişmesine, turizmden sağlanan net döviz gelirinin azalmasına yol açar.

Fiyatların yükselmesiyle iç ve dış turizm talebinin azalması müteşebbislerin kârlarını azaltacaktır veya zarar etmeleri söz konusu olabilecektir. Müteşebbisler kâr oranlarını eski seviyesinde tutabilmek veya 'başabaş nokta' da kalabilmek amacıyla üretim maliyetlerini düşürme yolunu seçebilirler. Bu ise turistik mal ve hizmetin kalitesinin bozulmasına ve varolan az miktardaki turistin taleplerini dış ülke gibi başka seçeneklere yöneltmesine neden olabilecektir.

Enflasyonun getireceği fiyat istikrarsızlığı sonucu turist hep aldatılma korkusunu hissedecek, bu korku psikolojik bir memnunsuzluk yaratacaktır. Bu istikrarsızlık seyahat acentalarını da; uzun vadeli tatil programları yaparken güç durumlara sokacaktır. Kişiler turizm olayına katılmaya genellikle bir süre önceden karar vermektedirler, özellikle yabancı bir ülkeye gidecek turist, seyahat acentalarının düzenlediği programlı seyahatlere katılmayı tercih etmektedir. Seyahat acentaları iyi bir organizasyon gereği turizm mevsimi bağlamadan çok önce rezervasyonlarını yaptırmak zorundadır. Fiyatların istikrarsızlığı turistik işletmelerle seyahat acentalarının anlaşabilecekleri ortak ve sabit bir fiyatın bulunamaması veya ikisinden birinin

zarar etmesi gibi sonuçlar doğurabilmektedir. Böyle bir olay da, turizm için olumsuz bir gelişme olarak nitelenebilir.

IV- TÜRKİYE'DE TURİZM ve ENFLASYON

Türkiye'de son yıllarda enflasyon oranlarının % 30-40 civarında olduğu söylenebilir. Bu enflasyonist ortamda fiyatlar genel seviyesi yükselmiş ve dolayısıyla turizm sektöründeki mal ve hizmet fiyatları da artma eğilimine girmiştir. Ayrıca fiyatlar genel seviyesindeki artış, üretim faktörü fiyatlarına da yansımış ve maliyet enflasyonunun ortaya çıktığı görülmüştür. Bu arada turizm olayının yarattığı turistik talep; turistik tüketim harcamaları ve turistik yatırım harcamaları kanalıyla ekonomideki toplam harcamaları az da olsa arttırarak, talep artışına yardımcı olmuş, bu da fiyatlar genel seviyesinin artışına yol açmıştır.

Bu enflasyonist ortamdan iç turizm talebi etkilenmiş, kişiler gelirlerinin satın alma güçleri azaldığından turistik taleplerini daha mütevazı, daha ucuz ve daha yakın yörelere yöneltmeye başlamışlardır. Tatil kredileri ve vadeli ödeme ile tatil yapma imkânlarının sağlanması iç turizm talebinin bir ölçüde de olsa azalmasını önlemede yardımcı olmuştur.

Türkiye'ye yönelen dış turizm talebinin ise enflasyondan pek etkilenmediğini söyleyebiliriz. Türk Lirası uluslararası döviz piyasalarında paritesi düşük bir paradır. Bu nedenle yabancı paraların Türkiye'de satınalma güçleri

T.L. cinsinden bir hayli yüksektir. 1-Mayıs-1981'de başlanan 'esnek kur sistemi' uygulamasıyla yabancı paraların T.L. cinsinden satınalma güçleri giderek artma eğilimi göstermektedir. Sonuç olarak enflasyonist ortam yabancı turistlerin dövizlerinin satınalma gücünü ya çok az oranlarda azaltmakta veya hiç azaltmamaktadır. Böylece de ülkemize yönelen dış turizm talebinin enflasyon nedeniyle azalmadığını söyleyebiliriz.

Esnek kur sisteminin bu olumlu etkisine karşın:, turizm yatırımlarının yapılması esnasında ithal edilen teknoloji, aramalı v.b. harcamaları arttırır. Ayrıca turistlere arz edilmek üzere ithal edilen malların da fiyatlarını T.L. cinsinden arttırır. Bu da maliyet açısından enflasyonist bir etki yaratabilir.

Son olarak Türkiye'de gerek turizmin enflasyon üzerine etkisini ve gerekse enflasyonun turizm üzerine etkisini net ve kesin olarak belirtmek; gerekli istatistikî verilerin yeterli olmaması sonucu mümkün olmaktadır. Fakat genel olarak belirttiğimiz etkilerin varolduğunu söyleyebiliriz.

Dördüncü Kısım

TURİZM ve İSTİHDAM

I- TURİZMİN İSTİHDAMA ETKİSİ

Turizm ile istihdam arasındaki ilişkiyi, diğer bir deyişle turizmin istihdama etkisini incelerken 'Dar Anlamda İstihdam' dan sözedeceğiz. Bilindiği gibi dar anlamda istihdam; üretim faktörlerinden sadece birinin (burada emeğin) istihdamı demektir.

Bir turizm işletmesinde arzedilen mal ve hizmetlere baktığımızda; bu mal ve hizmetlerin çoğunlukla emek tarafından direkt olarak üretildiğini görebiliriz. Üretimde makinelerin yeri çok azdır. Buradan hareketle turizm sektöründe 'emek-yoğun' üretim tekniğinin kullanıldığını söyleyebiliriz.

Emek-yoğun üretim tekniğinin kullanılması demek; sektörde 'teknoloji' nin az, 'emek' faktörünün çok istihdam edilmesi demektir. Turizm sektöründe makinalaşma ve otomasyona gitme imkânlarının kısıtlı olması, sektörde sürekli olarak emek-yoğun teknolojinin kullanımını gerektirmektedir. İşte bu özellikleri nedeniyle turizm sektörü, önemli bir emek istihdamı potansiyeline sahiptir.

Faaliyete başlayan turistik işletmelerin, emek talep ederek yarattıkları istihdama dolaysız istihdam etkisi denmektedir. Turistlerin yapmış oldukları harcamaları gelir olarak elde eden turizm sektörü; yan sektörlerinden ve diğer sektörlerden bazı girdi alımlarında bulunarak, bu sektörlerde bir canlılık yaratır. İlgili sektörlerin bu canlılık

sonuçuremek istihdam etmelerine de dolaylı istihdam etkisi denir. Ayrıca turist harcamalarının ekonomide yarattığı gelir ve harcama akımları, yatırım harcamalarına uyarıcı bir etki yaratır. Uyarılan yatırım harcamaları ve bunun sonucunda ortaya çıkacak yatırımlarda, istihdam hacmini arttıırırlar. İşte turizm işletmelerinin direkt emek talebinin yanısıra ortaya çıkardığı bu istihdam artışlarına da dolaylı istihdam etkisi denir.

Turizm talebindeki artışların, turizm sektöründeki direkt istihdamı arttııracağı söylenebilir. Kısa dönemde talep artışı gerçekleştiğinde, işletmeler tam kapasite ile çalışmıyorlarsa emek talep ederek mal ve hizmet arzını arttırma çabasına girebilirler. Bu çaba istihdam artışına yol açacaktır.

Dolaylı istihdam etkisinin yaratılabilmesi ve büyüklüğü ise; turizm sektörünün diğer sektörlerle olan ilişkilerine, ülke ekonomisindeki marjinal tüketim eğilimi, paranın devir hızı ve marjinal yatırım eğilimine bağlıdır.

Turistik faaliyetler yılın belli bir döneminde artış gösterir. Bu özellik nedeniyle turistik işletmeler; varolan devamlı istihdama ek olarak, faaliyetlerin artış döneminde mevsimlik istihdama da başvururlar. Mevsimlik personel çalıştırmaları; talebin artışı ve dönemin uzunluğu ölçüsünde dolaysız istihdamı arttıırmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde mevsimlik personel genellikle tarım sektöründen transfer edilmektedir. Tarım sektöründeki çalışma dönemi ile turistik işletmelerin mevsimlik personel talep

ettikleri dönem, aynı zaman dilimine rastlayabilmektedir. Böyle bir durumda turistik işletmelerin mevsimlik personel talep etmeleri 'mevsimlik işsizliği' azaltmayabilir. Hatta emek fiyatının (ücret) artmasına bile neden olabilir. Bunun yanısıra tarım sektöründe genellikle varolan 'gizli işsizlik', turizm sektörüne yapılan emek transferi nedeniyle azalabilmektedir.

A- TURİZM SEKTÖRÜNDE İSTİHDAMIN ÖZELLİKLERİ (43):

i) Turizmin mevsimlik özelliği nedeniyle; sektörde mevsimlik personel çalıştırılması turizm mevsiminde tam istihdama yaklaşılmamasına fakat mevsim dışında eksik istihdam da çalıştırılmasına neden olur.

ii) Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, turizm sektörü tarım sektöründen işgücü transfer ettiği için, yarı kalifiye ve kalifiye olmayan işgücüne istihdam imkânı sağlar.

iii) Turizm sektöründe istihdam edilen kadın personel sayısı diğer sektörlerle oranla daha yüksektir.

iv) Sektörde istihdam edilen kalifiye ve kalifiye olmayan personel oranı; ülkelere, bölgelere ve hatta işletmelere göre farklılıklar gösterir.

v) Sektördeki özel çalışma koşulları: (çalışma saatlerinin uzunluğu, hafta tatili veya diğer tatil günlerinde çalışma v.b.) sektörde çalışanların aile yaşamı kuramamaları veya diğer sosyal sorunlarla karşılaşmaları gibi sorunlar doğurabilmektedir.

II-TÜRKİYE'DE TURİZMİN İSTİHDAMA ETKİSİ

Turizm sektöründe emek-yoğun üretim tekniğinin kullanılması nedeniyle diğer sektörlerle göre çok daha az bir yatırım miktarıyla aynı istihdam hacmi yaratılabilmektedir.

Ülkemizde bir kişi istihdam edebilmek için; hangi sektörde, ne kadarlık yatırım yapılması gerektiği D.P.T. tarafından yapılan bir araştırmada hesaplanmıştır. Buradan bazı- larını (Tablo: 11) de görelim.

(Tablo:11) Türkiye'deki Bazı Sektörlerin İstihdam Yaratma Gücü

<u>Yatırım Konusu</u>	<u>(Bir) Kişilik İş Yaratmak İçin Gerekli Yatırım Miktarı (Mil. Dol)</u>
Ham Petrol Üretimi	240.8
Kimyasal Gübre Üretimi	91.6
Çimento Üretimi	40.8
Meyve-Sebze İşleme	20.5
Dokuma Üretimi	12.1
Elektrik. Alet. Üre.	9.9
Ayakkabı Üretimi	3.3
Turizm (Otelcilik) Sek.	1.5

(Hesaplamalar, 1984 yılı başındaki tahmini fiyatlar gözönüne alınarak yapılmıştır)

Tablo incelendiğinde görülecektir ki; ele alınan sekiz sektör içinde, (bir) kişiye iş yaratabilmek için en az yatırım gereken sektör turizm sektörüdür. Gelişmekte olan ülkelerin pekçoğunda olduğu gibi ülkemizde de üretim fak-

törlerinden 'sermaye'nin kıt oluğu ve tasarruf birikiminin azlığı gözönünde tutularak yapılacak değerdendirme; turizm sektörünün istihdam yaratmada en uygun ve önemli bir potansiyele sahip sektör olduğu söylenebilir. Fakat salt turizm sektöründe istihdam edilenlerin yılın belli dönemlerinde işsiz kalacakları ve mevsimlik işsizliğe neden olacakları da gözönünde tutulmalıdır.

Türkiye'de turistik tüketim harcamalarının yarattığı dolaysız ve dolaylı istihdam etkisini, gerekli olan istatistiki verilerin eksikliği nedeniyle, net olarak hesaplayarak sağlıklı bir değerdendirme yapmak güçleşmektedir.

Genel olarak turizm talebinin artışı ile dolaysız istihdamın arttığı söylenebilir. Bu arada mevsimlik personel çalıştırma, genellikle yapılan bir uygulamadır. Turizm sektörünün diğer sektörlerle ilişkilerinin fazla olduğu, marjinal tüketim eğilimi ve paranın devir hızının yüksek olduğu ülkemizde; turizm dolaylı istihdam etkisi de yaratmaktadır. Son yıllarda turizm sektörünün genelinde görülen canlanmaya; hükümetin de teşvikleriyle artma eğilimi gösteren turistik yatırımların dolaysız istihdamı arttıracığı söylenebilir.

Türkiye'de turizmin konaklama sektöründe yaratacağı dolaysız istihdam etkisini kabaca hesaplamaya çalışalım.

Turistik konaklama işletmelerinde oda sayısına göre personel istihdam edilmesi gerekir. "Uluslararası standartlara göre konaklama sektöründe oda başına 1,1-1,2 personel"(44)

(44)Hasan OLALI, Otel İşletmeciliği ve Yönetimi, Ege Üniversitesi, Matbaası, İzmir, 1973, s. 576.

istihdam edileceği belirlenmiştir. "Türkiye'de 'Turistik İşletme Belgesi'ne sahip konaklama işletmelerinde 0.60, belgesiz işletmelerde ise 0.35" (45) oranında istihdam söz konusudur. 1984 yılı verilerine göre Türkiye'de 66.884 Turistik İşletme Belgeli Yatak ve 190.000 civarında da belgesiz yatak mevcuttur (46).

D.İ.E.'nün 1976 yılında yaptığı 'Konaklama Tesisleri Envanter Çalışmaları' isimli araştırmada; toplam oda sayısı 124.379, toplam yatak sayısı 268.947 olarak bulunmuştur. Buradan bir genelleme yaparak, her odada 2 yatak bulunduğunu söyleyebiliriz. Öyleyse; $66.884 \cdot 2 = 33442$. 0.60: 20065 belgeli işletlerde dolaysız istihdam 190.000 $2 = 38000$ 95000 . 0.35 : 33250 belgesiz işletmelerde dolaysız istihdam miktarı olarak hesaplanabilir. Toplam istihdam hacmi ise, 53315 olmaktadır. Burada unutulmaması gereken, hesaplamalarımızın belli varsayımlar altında yapıldığı ve net olarak istihdam miktarın belirtmediğidir.

Türkiye'de turizm sektöründe hizmet verebilecek yeterli sayıda kalifiye elemanın bulunmaması, sektörün verimliliğini ve hizmetin kalitesini düşürmekte olduğu söylenebilir.

(45) OLALI-TİMUR, a.g.e., s.107.

(46) K.T.B. , 1984 yılı istatistikleri

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZMİN TÜRK EKONOMİSİNE KATKILARINI ARTIRABİLMEK

İÇİN YAPILMASI GEREKENLER

I- ALT-YAPI

Ekonominin diğer tüm sektörlerinde olduğu gibi turizm sektöründe de alt-yapı oluşturulmadan olumlu sonuçlar beklene-
mez.

Turistik alt-yapıdan anlayacağımız, turistik faaliyet-
lerin gerçekleşmesine yardımcı olacak faaliyetlerdir. Bunlar;

A- Ulaşım

B- Haberleşme

C- Tanıtım

D- Yasal Düzenlemeler

E- Eğitim

F- Diğer Faaliyetler şeklinde sayılabilir. Bu faaliyetlerin
önem dereceleri de hepsinin de aynıdır ve sıralama önem dere-
cesine göre yapılmıştır.

A- ULAŞIM

Turizm için potansiyel kaynağı olabilecek bölge veya
yöreler iyi bir ulaşım ağı ile donatılmalıdır. Mevcut turistik
arzu arttırabilecek bir bölge veya yörede yeterli ulaşım im-
kânları yoksa, bu bölge veya yörenin turizm kaynaklarının kul-
lanılabilmesi mümkün değildir. Bu bölge veya yöreye yapılacak
ulaşım hizmetleri, o yerin turizm için kullanılabilirliğini
mümkün hale getirecektir. Bölge veya yörenin coğrafik özel-
liklerine göre; karayolu, denizyolu veya havayolu ulaştırma
imkânlarından biri veya tümü gerçekleştirilerek bu bölgede

turistik faaliyetlerin yapılmasına imkân tanınmalıdır. Bu ulaşım imkânı bölge veya yörede turistik yatırımların ve turistik faaliyetlerin canlanmasına yol açacaktır.

B- HABERLEŞME

Bir bölge veya yörenin turistik merkez olması hedefleniyorsa, haberleşme hizmetlerinin de tamamlanmış olması gerekir. Günümüzdeki teknolojik gelişmeler haberleşme ağının da çok büyük mesafeler kaydedilmesini sağlamıştır. Teknolojinin getirdiği bu imkânlardan olabildiğince yararlanabilmek kurulacak haberleşme ağı turizm için önemli bir faktördür.

C- TANITIM

Bugün ülkemiz dünyadaki hiçbir ülkenin sahip olmadığı kadar çeşitli tarihi zenginliklere sahiptir. Bunun yanı sıra doğal güzelliklerimiz ve diğer turistik değerlerimiz, büyük bir potansiyel turizm arzına sahip olmamız sonucunu doğurmuştur.

Bu potansiyeli harekete geçirebilmek için tüm dünyaya bunların tanıtılması gerekir. Tanıtım; turistik işletmelerin ve turizm acentalarının gerçekleştirmekte zorluk çaktıkları bir olaydır. Kapsamlı ve maliyeti yüksek bir faaliyettir. O nedenle de devlet tanıtım faaliyetine her yönüyle yardımcı olmalı, gerekli sorumlulukları da üstlenmelidir.

D- YASAL DÜZENLEMELER

Turizmin varolan kapasitesini arttırılabilmesi için gerekli yasal düzenlemelere de titizlikle yer verilmelidir. Turizm alanında bugün veya gelecekte ortaya çıkabilecek yasal

güçlükler süratle kaldırılmalı, turistik yörelere muafiyet ve istisnalar tanınmalıdır. Yapılacak olan uluslararası anlaşmaların turizme olan etkileri incelenerek eğer varsa olumsuzluklar en aza indirilmeye çalışılmalıdır.

Turistik yörelere ve turizm sektörüne verilecek teşvik ve sübvansiyonların olumlu katkıları gözardı edilmemelidir.

E- EĞİTİM

Alt-yapı çalışmaları arasında sayılabilecek eğitimin önemi unutulmamalıdır. Buradaki eğitimden kasıt tüm olarak ülke halkının turizm konusunda aydınlatılması bilinçlendirilmesidir.

Günümüzde gelişmiş iletişim araçlarından yararlanarak herhangi bir konuda aydınlatıcı eğitici bilgileri tüm ülkeye yaymak bir hayli kolaylaşmıştır. Ülkemizde radyo veya televizyon ya da yazılı basını kullanarak ülkenin her yanına ulaşmak mümkündür. İyi bir plânlama, programlama ile belirli ilkeler doğrultusunda ülkede bir turizm bilinci yaratılabilir.

Ziyaret edilen ülkedeki insanların, turistlere uyguladıkları davranış biçimleri, ülkenin turizm talebini etkileyen bir faktör olmaktadır.

Gezmek, görmek amacıyla hareket edecek turistler, günlerinin büyük bir bölümünü bu faaliyetlere ayıracaklar ve çoğunlukla da yerli halkın arasına gireceklerdir. Bu nedenle ziyaret edilen ülke insanların turistlere davranışları önem kazanmaktadır.

Geleneksel Türk konukseverliğinin sürekli ön plân-
da tutularak hakkımızdayaratılacak turizm bilinci ülkemiz
turizmi açısından bir hayli önemlidir. Bu konuda hem turis-
tik yöredeki mahalli idarelere, hem de merkezi yönetime
büyük görevler düşmektedir.

F- DİĞER FAALİYETLER

Yukarıda saydığımız gerçekleştirilmesi mutlak gerekli
olan faaliyetlerin yanısıra ülkemize gelen turistlerin özöl-
likleri ve onların istekleri yapılacak istatistiki çalışma-
larla belirlenerek, yapılması gerekli olan diğer faaliyet-
ler belirlenerek yapılmalıdır.

Ekonomi yaşamının hemen hemen tümünde gerekli ve
vazgeçilmez bir unsur olan istatistiki çalışmalar diğer sek-
törlerde olduğu gibi turizm sektöründe de yetersizdir. Bu-
gün ülkemizdeki istatistiki verilerde; ya farklı çalışma-
larda, farklı rakamlarla karşılaşılmakta veya bir konuda
ayrıntılı ve sağlıklı rakamlar elde edilememektedir. Bu te-
mel eksiklik Devletin öncülüğünde başlatılacak bir çalış-
mayla süratle giderilmeye çalışılmalıdır.

Böylece sektörde; maliyet, talep, kârlılık, verim-
lilik gibi analizler sağlıklı bir biçimde yapılarak, turiz-
min ekonomik katkılarını arttıracak politikalar belirlene-
bilir hale gelecektir.

II- ÜST-YAPI

Ekonomide sağlıklı bir alt-yapının oluşturulmuş olması yeterli değildir. Turizm sektörünün ekonomiye olan katkıları, kârlarının artması, alt-yapı kadar üst-yapının da varlığına bağlıdır.

Ülkemize gelecek turistlerin yararlanacağı hizmetler ulaştırma-konaklama-ulaştırma olarak kaba bir biçimde sınıflanabilir. İşte turistlere bu temel hizmetlerin ve yanısıra ihtiyaçları doğrultusunda diğer mal ve hizmetlerin üretilerek onlara arz edilmesinden oluşan ekonomik ve sosyal faaliyetlerin tümüne turizmin üst-yapısı diyebiliriz. Üst-yapı konusunda yapılması gerekenleri şöyle sıralayabiliriz.

- A- Ulaşım,
- B- Konaklama,
- C- Pazarlama,
- D- Yasal Düzenlemeler,
- E- Eğitim,

Bu sıralama faaliyetlerin önem derecesine göre yapılmamıştır. Çünkü hepsi de birbiriyle bağıntılı ve gelişmiş bir turizm sektörü için gerçekleştirilmesi zorunlu faaliyetlerdir.

A- ULAŞIM

Zaman günümüzde önemli bir faktördür. Yolculuğa çıkan bir turist en kısa zamanda gideceği ülke veya bölgeye ulaşarak daha çok dinlenmek, görmek, veya tatil yapmak isteyecektir. Bu nedenle ulaşım en kısa sürede gerçekleştirilmelidir.

Turizm Kamu Teşekkülleri Uluslararası Birliği tarafından yapılan bir araştırma; ulaşım giderlerinin, toplam turizm harcamalarının aynı kıtada seyahat edilirse 1/4 'ünü, kıtalararası seyahat edilirse 1/2'sini oluşturduğunu göstermiştir.

Turizm ihtiyacı sosyal bir ihtiyaçtır. Ulaşımdaki rahatlık, emniyet, konfor ve yorucu olmama gibi özellikler turizm talebinin ülkeye yönelmesine etken olmaktadır. Bu nedenle de ulaşım rahat, emniyetli ve konforlu olmalı yorucu olmamalıdır.

Sonuçta bir turistik yöreye veya bölgeye; en kısa sürede, en az masrafla, rahat, emniyetli, konforlu ve yorucu olmayan ulaşım imkânlarının bulunarak geliştirilmesi gerekir.

Dış turizmi ele alarak, ülkemiz açısından bir değerlendirme yapmaya çalışalım. Önce Türkiye'ye gelen yabancıların hangi ulaşım yolunu seçtiklerini, değişik yıllara göre inceleyelim (Tablo:12).

(Tablo:12) Türkiye'ye Gelen Yabancıların Yararlandıkları Ulaşım Yollarına Göre Dağılımı

<u>YIL</u>	<u>Denizyolu</u>	<u>Denizyolu</u>	<u>Havayolu</u>	<u>Karayolu</u>	<u>Toplam</u>
1965	67.843	52.186	126.119	115.610	361.758
1970	244.228	23.595	247.142	209.819	724.784
1975	410.131	52.636	399.887	285.907	1.148.611
1980	423.187	93.511	312.046	454.316	1.288.060
1985	548.756	49.528	863.153	728.780	1.190.217

Kaynak: D.İ.E. ve Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri.

Bu rakamları oranladığımızda aşağıdaki tablo düzenlenebilir (Tablo:13).

(Tablo:13) Türkiye'ye Gelen Yabancıların Yararlandıkları Ulaşım Yollarının Oransal Dağılımı (%)

<u>YIL</u>	<u>Denizyolu</u>	<u>Demiryolu</u>	<u>Havayolu</u>	<u>Karayolu</u>	<u>Toplam</u>
1965	18.8	14.4	34.9	31.9	100
1970	33.7	3.2	34.2	28.9	100
1975	35.7	4.6	34.8	24.9	100
1980	32.9	7.6	24.2	35.3	100
1985	25.0	2.2	39.4	33.4	100

Tablo incelendiğinde son yıllarda ülkemize gelen yabancıların karayolu, havayolu, denizyolu ulaşımını yaklaşık olarak aynı oranlarda seçtiklerini ve bu üç ulaşım yolunun toplam ulaşımın % 97'sini oluşturduğunu görürüz. Demiryolu ise 1985'te %2.2 gibi çok düşük bir orana sahiptir.

Japonya ve Fransa'nın çok önemli gelişmeler kaydettikleri demiryolu ulaşımında, ülkemizin özellikle hız ve konfor açısından bir hayli geride olduğu söylenebilir.

Türkiye önemli turizm potansiyeli olan pazarlara uzak kalmaktadır. Bu nedenle çağımızın en hızlı ulaşım yolu olan havayolu ulaşımına ağırlıklı olarak önem verilmektedir. Oysa ülkemizde bugün uluslararası hava trafiğine açık hava alanı sayısı 4'ü geçmemektedir. Turizm bölgelerindeki küçük hava alanları bakımında geçilerek turizm amaçlı seferlere açılabilir hale getirilmeli, uluslararası taşımacılığa katılan uçak sayımızın (halen çok az) süratle

arttırılarak, havayolu ulaşım kapasitemiz hızla arttırılmıştır. Bu konuda Türk Havayolları İşletmesinin özelleştirme çabaları olumlu bir adım olarak nitelenebilir.

Üç yanı denizlerle kaplı ülkemizde denizyolu ulaşımının önemli olması kaçınılmazdır. Ayrıca turistik potansiyelimizden değerlendirebildiğimiz kaynaklar genellikle kıyılarımızdadır. Bu denizyolu ulaşımının önemini daha da fazla laştırmaktadır.

Özellikle Akdeniz Bölgesi'nde bulunan ülkelerden ve diğer ülkelerden gelen turistlerin ülkemize gelirirken deniz yolunu tercih etmeleri ve toplam ulaşımın (1985'te %25) önemli bir kısmının denizyolundan olması, bu ulaşım sisteminin önemini ortaya koymaktadır. Bugün denizyolu ulaşım sisteminizin uluslararası turizm hareketlerine hiçbir katkısı olmasına rağmen, toplam ulaşımın % 25.0'ına sahip olan deniz yolu ulaşımı; modern yolcu gemilerimizin artmasıyla turizm gelirlerimizin artmasına yardımcı olabilecektir.

Karayolu ulaşım Sistemimize gelince; ülkemize gelen yabancıların en fazla karayolu ulaşımını (1985'te % 33.4) seçmeleri nedeniyle önem kazanmaktadır. Ancak karayolu ulaşım sistemimizin de turizm açısından yeterli olduğu söylenemez. Özellikle trafik düzensizliğinden kaynaklanan can ve mal güvenliği sorunu, yol standartlarının yeterli olması, ulaşım araçlarının yeterli güven ve konforu sağlayacak donanımlardan yoksun bulunması, otobüs terminallerinin ve mola yerlerinin gerekli temizlik, düzen v.b. açısından yetersiz olması gibi nedenler, karayolu taşımacılığımızın

turizmin gelişmesini olumsuz yönde etkilemesine neden olabilmektedir. Tüm bu olumsuzluklara karşın karayolunun bu kadar çok tercih edilmesinin nedeni, ülkemizde denizyolu, demiryolu ve havayolunun oldukça yetersiz olmasından, karayolunun diğer ulaşım araçları ile gidilemeyen yerlere gidilmesine imkân tanınmasından ve karayolunun, havayolundan ekonomik, denizyolunulé demiryolundan daha hızlı olmasından kaynaklanmaktadır. Yukarıda sayılan olumsuzluklar giderildiğinde karayolu ulaşımı ülke turizminin gelişmesinde önemli bir rol oynayacaktır.

B- KONAKLAMA

Turizm talebinin Türkiye'ye yönlendirilmesi faaliyetleri, turizmin ekonomik katkılarının artmasına yardımcı olabilecektir. Fakat ülkemize gelen turistlerin konaklama ihtiyaçlarının da karşılanması gerekir. Bu yapılmadığında turistler memnun edilemeyecek ve gelecek yıllarda ülkemiz turizminin bu gelişmeden olumsuz etkilenmesi söz konusu olabilecektir.

Konaklama yatırımları yapılırken ülkemize gelecek turist sayısı ve bunlardan ne kadarının konaklama hizmetlerinden yararlanacağı gibi sorulara cevap bulunmadan yapılacak konaklama yatırımları; kaynak israfına yolaçabilir veya eksik kapasite nedeniyle yetersiz kalabilir.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Plânında, ülkemize 1985-1989 döneminde ne kadar turist geleceği hesaplanmıştır. Ülkemize gelen yabancılardan; 1984 yılında % 72'si konaklama hizmetlerinden yararlanmış ve 1989 yılında da yine

% 72'sinin konaklama hizmetlerinden yararlanacağı öngörülmüştür. Biz de hesaplamalarımızda D.P.T.'ce öngörülen %72 rakamını kullanacağız (Tablo:14).

(Tablo: 14) 1985-1989 Döneminde Türkiye'ye Gelecek Tahmini Yabancı Turist Sayısı ve Bunlardan Konaklama Yapacak Olanlar

<u>YILLAR</u>	<u>Ülkemize Gelen Yabancılar</u>	<u>Konaklama Yapacak Ol. (Topl Yabancı. % 72'si)</u>
1985	2.000.000	1.440.000
1986	2.200.000	1584.000
1987	2.400.000	1.728.000
1988	2.700.000	1.944.000
1989	3.000.000	2.160.000

Kaynak: D.P.T. Beşinci Beş Yıllık Plân

Ülkemize gelecek yabancı turist tahmini yapıldıktan sonra konaklama ihtiyacı tespit edilmelidir. Bir ülkede belirli bir dönemdeki konaklara ihtiyacını belirlemede kullanılan formül:

"	Dış turist. belge. konak. tesis. kalan yüzdesi	(X)	En dolu ay. dış tu. bel. konak. tesis. kalan yüzdesi	(X)	Turist başına ortalama gecele.	" Tahmin. (X) dış tu. sayısı
En dolu aya göre yatak talebi	En dolu ayın gün sayısı		(X)	En dolu ayın Konaklama tesisleri doluş oranı		(47)

şeklinde ifade edilmektedir. Burada bazı varsayımlar yapmak gereklidir. Bunlar;

"- Yabancı turistlerin % 100'ünün turistik konaklama tesislerinde kalacağı,

- En dolu ay olan Ağustos'ta turistik konaklama tesislerinde kalacak turist sayısının, yıllık turist sayısının % 20'si olacağı,
- Turist başına ortalama kalma süresi 10 gece olduğu,
- Turistik konaklama tesislerinin en dolu ay olan Ağustos'ta doluş oranının % 100 olacağı,
- En dolu ay olan Ağustos'un gün sayısı 30" (48) olacağı şeklindedir. Bu varsayımlardan hareketle Beşinci Plân döneminde yabancı turistlerin yatak talepleri; 'En Dolu Aya Göre Yatak Talebi' formülü yardımıyla hesaplanarak (Tablo:15) de gösterilmiştir.

(Tablo:15) 1985-1989 Döneminde Yabancı Turist Yatak Talebi

<u>YILLAR</u>	<u>Mevcut Turistik Yatak Sayısı</u>	<u>Toplam Turistik Yatak Talebi</u>	<u>Mevcutta Ekle. Yatak Talebi</u>
30-06-1984	66.328		
1985		96.000	29.672
1986		105.600	39.272
1987		115.200	48.872
1988		129.600	63.272
1989		144.000	77.672

Tablo incelendiğinde 1989 yılındaki tahmin edilen yabancı turistlerin, yatak talebi 144.000 olacaktır. Beşinci Plân Dönemindeki ek yatak ihtiyacı ise 144.000-66.328 : 77.672 olacaktır. Beşinci Plân Dönemi sonuna değin her yıl artan sayıda yatak ihtiyacının giderilmesi için gerekli turizm yatırımlarının gerçekleştirilmeye başlanması gereklidir.

Halen ülkemizde uygulanan ekonomik politikalar doğrultusunda; turizm sektörüne teşvik belgesi bulunmak koşuluyla çeşitli özendirici uygulamalar yapılmaktadır. Bu uygulamalar Turizm Kredileri, Gümrük Muafiyeti, Döviz Tahsisi, Yatırım İndirimi İstisnası, Kamu Arazisi Tahsisi, Fiyat ve Denetim Kolaylığı vb. teşviklerden oluşmaktadır. Bunlardan Turizm Kredilerinin tahsis miktarı 1980 yılında 998.7 milyon T.L. iken 1985 yılında bu rakam 30 milyon T.L.'sine çıkarılmıştır(49).

Bu olumlu gelişmelerin yanısıra konaklama ihtiyacının karşılanabilmesi için; ülkemizdeki enflasyonla mücadele önlemlerinin yarattığı finansman sıkıntısı ve sermaye birikiminin azlığı nedeniyle alternatif bir çözüm olarak yabancı sermaye faktörü de gözardı edilmemelidir.

Büyük ölçekli ve modern işletmeler kurulması açısından uluslararası pazarlama ve rekabet gücü açısından, yatırımların finansmanı ve döviz girdileri açısından, büyük maliyetli organizasyonlara neden olan 'dış tanıtım' açısından yabancı sermaye sayısız yararlar sağlayabilmektedir.

C- PAZARLANMA

"Bugün, uluslararası düzeyde turizm arzının turizm talebini aştığı bir dönemde bulunuyoruz" (50). Bu saptama turizm sektöründe pazarlama faaliyetlerinin önemini ortaya koymaktadır.

Turizm pazarlamasında, dinamik anlayışta pazarlama fonksiyonu benimsenerek uygulanmalıdır. Dinamik pazarlama

(49) T.C. Turizm Bankası A.Ş. , 23. Hesap Yılı Faaliyet Raporu,

Ankar, 1985, s.35.

(50) OLALI-TİMUR, a.g.e. , s.188.

anlayışında; pazarlamanın başlangıç noktası varolan ve potansiyel turistik tüketici talebidir. Bu tüketiciye ulaşmak için bütünleşmiş pazarlama faaliyetlerinden yararlanılır. İlk amaç turistik tüketicinin tatmini, nihai hedef turistik tüketicinin tatminine dayalı olarak kâr etmektir.

Turizmin gelişerek, ekonomik etkilerini arttırabilmesi için pazarlama konusunda yapılması gerekenler şu şekilde özetlenebilir (51):

i) Turizm sosyal bir ihtiyaçtır, bu nedenle turistik tüketici bulunduğu mal ve hizmetleri tüketmeye zorunlu bir kişi değildir. Öyleyse, turistik mal ve hizmetlerin üretimine turistin gerçek ihtiyaç ve arzularını karşılamaya dönük bir yön verilmelidir. Bunu yapabilmek için;

- Turizm sektöründe ürettiğimiz mal ve hizmetlerin ayrıntılı bir analizi yapılmalı,
- Gelen turistlerin ülkelere göre geliş nedenleri belirlenmeli,
- Rakip olabilecek ülkelerin pazarları ve ürettikleri turistik mal ve hizmetleri incelemeli,
- Ülke grupları ve tüketici kitle grupları bazında hedef pazarlar sağtanmalı,
- Turistik ürünümüzün hedef pazarların tüketici isteklerine uyumunu sağlayacak önlemler ülke ve bölge düzeyinde alınmalıdır.

ii) Turistik ürünün üretimi ile satışı birbirini tamamlayan evreler olarak kabul edilmeli, üretim ve satışın rekabet koşullarında başarısı için tanıtım (reklâm), kalite ve

özendirici fiyatların önemli birer faktör oldukları unutulmamalıdır.

iii) Pazarlama faaliyetlerinde finansman kaynaklarının boşuna harcanması önlenmelidir. Piyasanın kabul etmediği kötü bir ürün bizzat kendi kendini tahrip eder; turistlerin arzu ve ihtiyaçlarını karşılayamayan bir mal ve hizmetle, iyi bir reklâm ve satış geliştirme politikası izlenmeyeceği gibi, aynı şekilde kötü bir reklâmcılık ve satıcı geliştirme politikası ile iyi bir dağıtım da yapılamaz. Tüm pazarlama faaliyetleri bir bütünlük, bir plân ve program içinde, ülke, bölge, yöre, turistik işletme düzeyinde ele alınmadığında etkin bir sonuç alınmaz.

D- YASAL DÜZENLEMELER

Turistin ziyaret ettiği ülkede içinde bulunacağı çevrenin ve ülkenin doğal zenginliklerinin yasal düzenlemeler ve önlemlerle, ülke turizminin gelişmesi amacına yardımcı olması sağlanmalıdır. Bu konuda;

- 12.03.1982 tarih ve 2634 sayılı 'Turizmi Teşvik Kanunu'
- 18.01.1983 tarih ve 83/5760 sayılı 'Bakanlar Kurulu Kararı'
- 21.07.1983 tarih ve 2683 sayılı 'Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'
- 09.08.1983 tarih ve 2872 sayılı 'Çevre Kanununu'
- 09.08.1983 tarih ve 2873 sayılı 'Milli Parklar Kanunu'

v.b. yasal düzenlemeler etkin ve yerinde alınmış kararlar olarak nitelenebilir. Bunun yanısıra doğanın korunmasına yönelik çeşitli uluslararası anlaşma ve kararlarla katılması da memnuniyet verici gelişmelerdir. Sosyal yaşam ve doğanın

korunmasındaki yasal düzenlemelerin, uluslararası düzeye uyumunun sağlanması, ülkemize gelecek turistlere yerli halkın davranış gelişmelerini gidermeye yönelik olumlu bir gelişme olacaktır.

Türkiye Turing ve Otomobil Kurumunun, İstanbul'da gerçekleştirdiği doğal zenginliklerimizin korunma ve onarımına yönelik övgüye değer çalışmaların, tüm ülkeye yayılmasının sağlanması gereklidir.

Turistlerin kendi ülkelerinde normal davranış olarak nitelenen çetli davranış ve eylemlerinden bazılarının ülkemiz yasalarına göre suç olarak nitelenmesi; hem dış ülkelerde ülkemiz aleyhine olumsuz propogandaya neden olmakta, hem de dünya turizm pazarından ülkemizin aldığı payın azalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle sosyal düzenimize ve değerlerimize ters düşmemek kaydıyla bu konudaki eksik ve yanlış uygulamalardan süratle vazgeçilmelidir.

E- EĞİTİM

Turizmin ülkemizde yeterli gelişmeyi sağlayamamış olmasının bir nedeni de sosyal ve kültürel yapımızın gelişmemiş olmasındandır. Çünkü, "Toplum hayatının bütün kesimlerinin ayak uydurmaları gereken temeller üzerine dayanan turizm; gelişmiş ve endüstrileşmiş batı kültürlerinin bir ürünü olarak aynı unsurlara dayanmayan toplumlarda hemen sonuç verecek bir ürün değildir"(52). Öyleyse toplumun genelinde sağlanacak sosyal ve kültürel gelişme turizmin de gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Toplumun sosyal ve kültürel yapısındaki gelişmelerle oluşturulabilecek 'Turizm Bilinci' nin yanısıra, işletmeler düzeyin de eğitimin gerekliliği kaçınılmazdır. Bugün ülkemizde, diğer alanlarda olduğu gibi turizm sektöründe de modern işletmecilik anlayışına göre yönetilen işletme sayısı oldukça azdır. Bunun nedeni hem girişimcilerin yanlış tutumu hem de yeterli sayıda kalifiye elemanın olmayışındır. Bunun yanısıra "Siyasal amaçlı işletmecilik, turizm sektöründe kamu faaliyetlerini durmadan kemirmiştir"(53). Bu olumsuzlukların giderilebilmesi için yapılacak bir plân ve program çerçevesinde, turizm sektörüne kalifiye eleman yetiştiren eğitim kurum ve kuruluşlarının daha kaliteli eğitim yapmaları sağlanmaya çalışılmalıdır.

(52) Çelik GÜLERSOY, Turizmin Altmış Yılı, "Türkiye Cumhuriyeti Altmış Yılda Nereye Geldi?", İzmir, 1983, s.111.

(53) Çelik GÜLERSOY, "Dün, Bugün, Yarın", DÜNYA GAZETESİ, 21-4-1979

SONUÇ

Turizm sektörü; ekonomideki diğer pekçok sektörde üretilen mal ve hizmet üretimlerinden pay almakta ve bunları kendi bünyesinde değerlendirebilmektedir. Ayrıca turistlerin sektör dışı harcamaları da, turizmin diğer sektörleri bu harcama transferleri yoluyla etkilemesi sonucunu doğurmaktadır.

Türkiye'de marjinal tüketim eğiliminin yüksek olması, dolayısıyla çarpan katsayısının büyüklüğü, paranın devir hızının yüksek olması; ekonomide meydana gelecek küçük harcama miktarlarının, gelir ve harcama akımları yoluyla milli gelir üzerindeki etkilerinin büyük boyutlara ulaşabilmesini sağlamaktadır. Bu nedenle Türkiye'nin az miktardaki dış turizm gelirlerinin milli gelir üzerindeki nihai etkileri; ilk gelir miktarından, çok daha büyük boyutlarda olabilmektedir.

Kalkınma çabaları içindeki Türkiye'de 'tasarruf' ve 'sermaye' birikiminin azlığı; büyüme ve kalkınma için gerekli yatırımların yeterli miktarlarda yapılamamasına neden olmaktadır. Turizm sektöründe, diğer sektörlerle oranla daha az miktardaki sermaye ile yatırımların yapılabilmesi, ülkemiz koşullarında turizm yatırımlarının yapılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu yatırımların yapılmasıyla ekonomide milli gelir ve istihdam olumlu yönde gelişecek; Türk turizmi gelişerek, turizm gelirlerinde artışlar sağlanabilecektir.

Yabancı ülke turistlerinin ülkemizi ziyaret etmeleri sırasında ekonomimize kazandırdıkları 'döviz' gelirleri; ekonomimiz açısından turizmin sağladığı en önemli faydalardan

biri olarak nitelenebilir. Döviz gelirlerinin artmasıyla; kronik dış ticaret açıklarımız azalabilecek, ödemeler bilanşomuz olumlu yönde etkilenecek ve hepsinden önemlisi de döviz arzımız (rezervlerimiz) artacaktır. Yatırımlar için gerekli olan teknoloji ve yatırım mallarının ithal edilmesinde döviz ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca dış borç ödemeleri de döviz ihtiyacını arttırmaktadır. Karşılanamayan bu döviz ihtiyaçları, Türkiye'de fazla uzun olmayan aralıklarla döviz darboğazları ile karşılaşılması sonucunu doğurmaktadır. Dış turizm gelirleri ve dolayısıyla döviz rezervlerimizin artması, dövizdarboğazlarının aşılmasında önemli faydalar sağlayabilmektedir.

Yarattığı yüksek katma değer, turizmin bir başka özelliği ve önemini ortaya koymaktadır. Turizmin gelişmesi ile artacak katma değer, toplam katma değeri ve dolayısıyla milli geliri de arttırabilecektir.

Turizm sektöründe emek-yoğun teknolojilerin kullanımı; Türkiye'de turizmin, tarım sektöründeki gizli işsizliği önleyebilecek bir faktör olmasını sağlayabilir. Ayrıca yaratacağı istihdam imkânlarıyla, ülkede varolan işsizlik sorununu çözmeye yardımcı olabilir.

Turizm tüm bu yararlarına rağmen, bazı olumsuzluklara da neden olabilmektedir. Turizm sosyal bir ihtiyaçtır ve esnek bir talep yapısına sahiptir, bu nedenle talep ani olarak yön değiştirebilmektedir. Örneğin: A.B.D. ile Libya arasında ortaya çıkan gerginlik, 1986 yılında ülkemize gelen A.B.D.'li turist sayısında azalmaya yol açmıştır.

Talebin bu özellikleri nedeniyle turizm gelirlerinin sürekli gelir olarak nitelenmelerini güçleştirmektedir. Ayrıca turizmin, büyüme ve kalkınmada finansman kaynağı olarak nitelenmesi ve ekonomide öncelikli sektör olarak belirlenmesini de önleyebilmektedir.

Ülkemizdeki turistik işletmelerin küçük ölçekli işletmeler olması, elde edilen turizm gelirinin küçük parçalara bölünmesi ve sermaye birikimine yeterli faydayı sağlamasını önlemektedir. Sektörde istihdam edilen emek sahibi kimselerin marjinal tüketim eğilimlerinin yüksekliği; sektörde gelir artışıyla birlikte harcamaların da artmasına yol açmakta, böylece toplam talebin artması ve kısa dönemde fiyatlar genel seviyesinin yükselmesi gibi olumsuz gelişmelere neden olabilmektedir.

Turizm sektöründe faaliyet süresi, bütün bir yıl devam etmemektedir. Bu nedenle sektördeki yatırımlar ve emek sahipleri yalnız belli bir dönemde atıl kapasite olarak kalmakta, bu da turizmden sağlanan faydaların verimliliğini düşürmekte ve işsiz kalan emek sahibi kişiler toplum için sosyal maliyetler oluşturabilmektedirler.

Bu olumsuzluklara rağmen, turizmin ulusal ve uluslararası alanda kazandığı boyutlarla; milli geliri, yatırımları, istihdam imkânlarını, döviz arzını arttırdığı gözönünde bulundurulurken, döviz darboğazlarının aşılmasında bir araç olabilmesi de dikkate alınmalı ve Türk turizminin bilimsel verilerden yola çıkarak, gerçekçi bir plânlama dahilinde geliştirme çabaları araştırılmalı, bulunacak politikalar süratle uygulamaya konulmaya çalışılmalıdır.

FAYDANILAN KAYNAKLAR

KİTAPLAR:

- AKOĞLU, Tunay, Turizm Olay Ve Ekonomisine Toplu Bakış, İstanbul, 1964
- AKOĞLU, Tunay, Turizmi Geliştirmek veya Geliştirememek, Türkiye ve Diğer Ülkeler, Turing ve Otomobil Kurumu Yayını, İstanbul, 1973.
- BARUTÇUĞİL, İsmet, Sabit, Turizm İşletmeciliği, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 1982.
- BERNECKER, Paul, Grundlagenlehre des Fremdes Verkehrs, Fremdenverkehrshandbuch und Fremdes Verkehrs Politik, Österreichischer Gewerbeverlag, Wien, 1962.
- ÇETİN, İhsan-Cahit DEMÖVEMLİ, Türkiye'nin Turizm Sektörünün Genel Durumu-Amaçlar, Uygulamalar ve Öneriler, Ankara, 1977.
- ÇORUH, Selahattin, Turizm Ekonomisi, Güven Matbaası, Ankara, 1970.
- DALLI, Özen, Turizm Talebi ve Gelirleri, Ankara, 1974.
- , Devlet Plânlama Teşkilatı Birinci Beş Yıllık Kalkınma Plânu, D.P.T. Yayını, Yayın No: , Ankara, 1963.
- , Devlet Plânlama Teşkilatı İkinci Beş Yıllık Kalkınma Plânu, D.P.T. Yayını, Yayın No: , Ankara, 1968.
- , Devlet Plânlama Teşkilatı Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Plânu, D.P.T. Yayını, Yayın No: , Ankara, 1973.

- , Devlet Plânlama Teşkilatı Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Plânı, D.P.T. Yayını, Yayın No: , Ankara, 1979.
- , Devlet Plânlama Teşkilatı Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Plânı, D.P.T. Yayını, Yayın No: , Ankara, 1985.
- , Dictionnaire International Du Tourisme, Monte-Carlo, 1958.
- DİRİNTEKİN, Halil, Genel İktisat Teorisi II (Makro) ,Sevinc Matbaası, Ankara 1985.
- ERALP, Ziya , Turizm Ekonomisi, A.İ.T.İ.A. Teksir Yayınları, Ankara, 1976.
- GÖKSAN, Ergun , Turizmoloji, İzmir, 1978.
- GÜLERSOY, Çelik , Turizmin Altmış Yılı, Türkiye Cumhuriyeti Altmış Yılda Nereye Nereye Geldi?, İzmir, 1983.
- HUNZIKER, William, Un siecle de Tourisme en Suisse, Berne, 1947.
- OLALI, Hasan, Turizm Derzleri, Ege Üniversitesi Matbaası, Bornova 1971.
- OLALI, Hasan- Alp TİMUR, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Ofis Matbaacılık Sanayi, İzmir, 1986.
- ORHON, Alptekin, Ahter KRAL, Turizm Sektöründe Katma Değer Hesabına İlişkin Bir Yöntem Çalışması, K.T.B. Araştırma ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü Yayını, No: 22, Ankara, 1977.
- ORHON, Erol , Turizmin Kalkınmadaki Fonksiyonu, Ankara, 1977.

ÖLÇEN, Nejat , Turizm Sektörünün Kalkınmanıza Etkisi, (Özet)
D.P.T. Yayını, Ankara, 1970.

SEZGİN, Orhan M-Yıldırım ACAR, Turizm (Tanıtma-Pazarlama-Ekonomi)
Ankara, 1983.

TANINLI, İsmail, Turizm , İstanbul, 1974.

TOSKAY, Tunca, Turizm Olayına Genel Yaklaşım , Der Yayınevi,
İstanbul, 1983.

TÜRKOĞLU, Abdullah, Ak İktisat Ansiklopedisi c. II. , Sermet Mat-
baası, İstanbul, 1973.

MAKALELER:

ATAMAN Oktay, 'TUGEV Turizm Danışma Toplantısındaki Konuşma'
FOCUS, 1. sayı, 1985, İstanbul, 1985.

COŞKUN, Alev , 'Türk Turizmi ve Geleceği' , Turizm İşletmeciliği
Dergisi, Haziran, 1979, Aydın, 1979.

GÜLERSOY, Çelik, 'Dün, Bugün, Yarın' , Dünya Gazetesi, 21-4-1979.

KONGAR, Bilgi, 'Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Plânında Turizm
Politikası' , Turizm İşletmeciliği Dergisi, Haziran,
1979, Aydın , 1979.

ÖZAKTAŞ, Adnan, '1983 Yılına Girerken Turizminiz', İzmir Ticaret
Odası Dergisi, Kasım, 1982, İzmir, 1982.

SARUHAN, Şadi, 'Türk Turizminin Sorunları ve Yönetmel Önerileri',
Yeni İş Dünyası Dergisi, Ağustos, 1983, İstanbul, 1983.

TINUR, Alp, 'Turizm Açısından Devalüasyon Kararları ve Türk
Turizmi', Turizm İşletmeciliği Dergisi, Sayı:8,
Mart, 1981, Aydın, 1981.

USTA, Öcal , 'Turizmde Geleceğe Yönelik Eğilimler', İzmir Ticaret
Odası Dergisi, Mayıs, 1983, İzmir, 1983.