

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN 1987
YILINDAN SONRAKİ EKONOMİK
GÖRÜNÜMÜ VE SEKTÖRÜN SORUNLARI

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

LEVENT ŞIKYAZAR

ESKİŞEHİR, 1992

Anadolu Üniversitesi
Merkez Kütüphane

T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN 1987 YILINDAN SONRAKİ
EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ VE SEKTÖRÜN SORUNLARI**

Levent ŞIKYAZAR
(Yüksek Lisans Tezi)

Danışman: Prof. Dr. N. Osman ZİLLİOĞLU

ESKİŞEHİR, 1992

SUMMARY

Foreign exchange is necessary to provide the economical development. Countries have got the same thought that the coming and existing foreign exchange is very important to recovery and develop their economy. Although export is necessary to get the foreign money which is needed for the economy of the countries Tourism Income which takes place in the payment equilibrium is in charge with the same job.

Tourism takes a very important place in our economy . Having some which becomes a conductive sector negatives of this sector does not get it lost anything between the sectors. On the contrary, the result of having some negative events in Turkey. It is given much more importance to develop the tourism. If this and this kind of negative things appears again it must be looked for an answer how to be behaved and what preventations must be taken.

Especially, in our country the relationship between the tourism sector and the others is quite stranger. Tourism sector is much closer with the service sectors than agriculture and industry sectors. Because, it gives service and tries to make the people happy the same as the service sectors. But, inspite of this it needs the agriculture and industry sectors support.

Tourism sector has got some problems which is caused of inside and out of this sector because of this reason they decided to make a planned policy to pretend these problems.

The sector's problems are not much more than the other years the work to get the target. Enviroment pollution, insufficient of organisation, marketing problem, inactive capacity problem and a lot of problems that effect this sector will be disappeared while the working about the targets in development policy is done.

ÖZET

Ekonomik kalkınmanın sağlanması için döviz girişi gereklidir. Ülkeler ekonomilerini düzeltmek ve geliştirmek için, döviz giriş ve çıkışlarına önem verirler. Her ne kadar ihtiyaç duyulan dövizin ülke ekonomisine kazandırılması için ihracata gereksinim varsa da, ödemeler dengesinde yer alan turizm gelirleri kalemi de aynı görevi üstlenmektedir.

Turizm, lokomotif sektör olarak ekonomimizde önemli bir yer tutmaktadır. Sektörün bazı olumsuzluklarla karşılaşması onun sektörler arasındaki olumlu imajını silmemiştir. Bilakis, Türkiye'de sektörün karşılaştığı olumsuz olaylar sonucu, turizmin geliştirilmesine daha çok önem verilmiştir. Eğer, olumsuz durumlar tekrar yaşanacak olursa, nasıl davranılmalı ve ne gibi önlemler alınmalıdır sorusuna cevap aranmalıdır.

Özellikle ülkemizde, turizm sektörünün diğer sektörlerle olan ilişkisi oldukça kuvvetlidir. Hizmetler sektörünün bir alt sektörü olması nedeniyle, tarım ve sanayi sektörüne oranla turizm sektörü hizmetler sektörüyle daha yakın ilişki içindedir. Fakat, gerek duyduğu girdiyi sağlaması bakımından tarım ve sanayi sektörünün desteğine de muhtaçtır.

Turizm sektörünün gerek kendi içinden kaynaklanan gerekse dış etkilerden kaynaklanan bir takım sorunlarla karşı karşıya bulunması, sektörde planlı bir politika yapılma ihtiyacını doğurmuştur. VI. Beş Yıllık Kalkınma Programında turizm sektörünü istenen hedeflere ulaştırmayı amaçlayan ilke ve politikalar benimsenmiştir. Bu ilke ve politikalar vasıtasıyla hedeflere ulaşmak kolaylaşmıştır.

Hedeflere varmak için yapılan çalışmalar sonucu sektörün sorunları hafiflemiştir. Çevre kirliliği, organizasyon yetersizliği, pazarlama sorunu, atıl kapasite sorunu ve daha bir çok sektörü olumsuz olarak etkileyen sorunlar, Kalkınma Programında belirtilen hedeflere ulaştırıcı çalışmalar yapıldıkça ortadan kalkacaktır.

İÇİNDEKİLER

TABLOLAR	VII
KISALTMALAR	IX
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜ

I - TURİZM SEKTÖRÜNÜN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ	3
1- Turizm Sektörünün Tanımı	3
2- Turizm Sektörünün Özellikleri	6
II - TURİZMİN EKONOMİK FONKSİYONLARI	8
III - TURİZM SEKTÖRÜNDE TALEP VE ARZI BELİRLEYEN FAKTÖRLER	13
1 - Turizm'de Talebi Belirleyen Faktörler	13
A) Milli gelir	15
B) Fiyatlar	16

C) Ulaştırma	17
D) Şehirleşme	19
E) Diğer Faktörler	20
2 - Turizm'de Arzı Belirleyen Faktörler	20
A) Doğal kaynaklar	21
a) <i>Doğal Güzellikler</i>	21
b) <i>İklim</i>	21
c) <i>Şifalı sular ve kaplıcalar</i>	21
B) Sosyal kaynaklar	22
a) <i>Tarihi eser ve anıtlar</i>	22
b) <i>Müzeler</i>	22
C) Psikolojik kaynaklar	23
D) Ekonomik kaynaklar	24

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN 1987 YILINDAN SONRAKİ EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ VE TURİZM POLİTİKALARI

I - TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN 1987 YILINDAN SONRAKİ EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ	25
1 - Turizm Sektörünün 1987 Yılından Sonra GSMH ve Yatırımlar İçindeki Payı	26
A) GSMH içinde payı	26
B) Yatırımlar içinde payı	29
a) <i>Kamu+özel sermaye yatırımları</i>	29
b) <i>Yabancı sermaye yatırımları</i>	31

2 - Turizm Sektörünün İstihdam Etkisi	34
A) Turizm sektörünün istihdam özellikleri	34
B) 1987 yılından sonra Türkiye'de turizmin istihdama etkisi	36
3 - Türkiye'de Turizm Sektörünün 1987 Yılından Sonra Ödemeler Dengesi Üzerinde Katkısı	40
II - TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN DİĞER SEKTÖRLERLE OLAN ETKİLEŞİMİ	45
1 - Turizmin Tarım Sektörüne Olan Etkisi	47
2 - Turizmin Sanayi Sektörüne Olan Etkisi	50
3 - Turizmin Hizmet Sektörüne Olan Etkisi.....	52
III - TÜRKİYE'DE 1987'DEN SONRAKİ TURİZM POLİTİKALARI	54
1 - V. Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Politikaları	55
2 - VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Politikaları	62

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

I - TURİZM SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	69
1 - Sektörün Sorunları	69

2 - Sorunlara Çözüm Önerileri	84
SONUÇ	98
FAYDALANILAN KAYNAKLAR	i

TABLolar

<u>TABLO NO</u>	<u>TABLONUN ADI</u>	<u>SAYFA</u>
1	Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) İçindeki Payı	27
2	1990 Yılı Dış Turizm Geliri ve Yarattığı Katma Değer	29
3	Sabit Sermaye Yatırımları	31
4	1987 Yılından Sonra İzin Verilen Yabancı Sermaye Miktarının Sektörel Dağılımı	32
5	Türkiye'de faaliyette Bulunan Yabancı Sermaye Toplamı İçinde Turizm sektörünün Payı	33
6	Bazı Seçilmiş Ülkelerde İstihdamın Kesimsel Dağılımı	37
7	Türkiye'de Otel ve Restoranlarda İstihdam Edilenler	39
8	Türkiye'de 1987 Yılından Sonra Dış Ticaret Dengesi	42
9	Türkiye'nin Turizm Gelir ve Gider Dengesi	43

VIII

10	Turizm Gelirlerinin İhracata ve Dış Ticaret Dengesine Oranı	44
11	1989 Yılında Türkiye'ye Gelen Yabancıların Milliyetlere Göre	57-58 59
12	Turizm Sektöründe Gelişmeler	64

KISALTMALAR

DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
GM	: Genel Müdürlük
MEGSB	: Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı
MGB	: Maliye ve Gümrük Bakanlığı
SSYB	: Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı
TCK	: Türkiye Cumhuriyeti Karayolları
KTB	: Kültür ve Turizm Bakanlığı
TOKB	: Tarım Orman ve Köyişleri Bakanlığı
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu

GİRİŞ

Gelişmekte olan ülkelerde ihtiyaç duyulan dövizin girmesi, ihracatın arttırılması yanında turizm sektörünün gelişmesi gereği ön plana çıkmıştır. Turizm, gelişen ülkelerin kalkınmak için umut bağladıkları bir sektör haline gelmiştir.

Ülke ekonomisi içinde önemli bir sektör haline gelen turizm, Türkiye'de dengeli kalkınmanın gerçekleştirilmesi için vazgeçilmez bir unsur olmaktadır. Özellikle kalkınma planları döneminde turizmi teşvik edici ilke ve politikaların belirlenmesi, turizme bu dönemlerde daha çok önem verilmesinden kaynaklanmaktadır.

Turizm, bugün ileri bir aşamaya ulaşmıştır. Türkiye, turizmi kalkınmanın bir unsuru olarak görmek, ekonomik modeli buna uygun olarak oluşturmak zorundadır.

Bu çalışmada önemini vurgulamaya çalıştığımız turizm, dünya'da olduğu kadar, Türkiyede de güncelliğini koruyan ve bazen karamsarlıklara yol açan bazen de umut veren bir sektör olma niteliğini korumaktadır. 1987 yılından sonra turizm sektöründe olan olumlu ve olumsuz gelişmeler ekonomik açıdan değerlendirilerek, rakamlarla ispatlanmıştır.

Türkiye'de 1987 yılından sonra turizm sektöründe olan

gelişmelerin ele alındığı bu tez çalışması 3 bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, turizm sektörünün tanımı yapılmıştır. Sektörün kendine özgü bir yapısı olmasından kaynaklanan özelliklerinden bahsedilmiştir ve turizmin en önemli fonksiyonlarından biri olan turizmin ekonomik fonksiyonu anlatılmıştır. Daha sonra, turizm'de talep ve arzı belirleyen faktörlerin neler olduğundan ve turizm ile yakın ilişkisinden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde, konunun temelini oluşturan 1987 yılından sonraki turizm sektöründe olan gelişmeleri kapsamaktadır.

Bu bölümde turizmin GSMH, yatırımlar, istihdam ve ödemeler dengesini nasıl etkilediği ve yıldan yıla nasıl bir gelişme kaydettiği anlatılmaya çalışılmıştır.

Turizm sektörünün üç temel sektör olan tarım, sanayi ve hizmetler sektörü ile ilişkisi ikinci bölümün içinde anlatılmıştır. Turizmin tarım, sanayi ve hizmetler sektörünün gelişmesinde oynadığı rolden bahsedilmiştir.

İkinci bölümün sonunda, V. Beş Yıllık Kalkınma Planı ve VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında turizmi geliştirmek için yer alan hedef, ilke ve politikalardan bahsedilmiş ve V. plan dönemi sonunda planın başarıyla uygulanıp uygulanmadığından söz edilmiştir.

Üçüncü bölümde ise, turizm sektörünün sorunlarından ve bu sorunlara nasıl bir çözüm bulunması gerektiğinden bahsedilmiştir. Sektörün en büyük sorunlarından olan çevre sorunu, alt yapı sorunu geniş olarak anlatılmıştır. Diğer sektörü etkileyen tüm sorunlar ve sorunlara çözüm önerileri bu bölümün ana temasını oluşturmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜ

I- TURİZM SEKTÖRÜNÜN TANIMI VE ÖZELLİĞİ

1-) Turizm Sektörünün Tanımı

Ekonomiyi sektörlere böldüğümüzde üçüncü sektör olan hizmetler sektörünün bir alt sektörü niteliğindeki turizm sektörü, çok yönlü bir sektördür. Onun çok yönlü oluşu nedeniyle, diğer sektörlerle olan sınırını belirtmede zorluklar çıkarmaktadır. Mal ve hizmet üreten diğer sektörlerle yakın ilişki içindedir ve içiçedir.

Ekonomik hayatta bu denli önemli olan bu sektörün bir tanımını yaparsak; turizm sektörü bir ülkeye gelen yabancıların sayısını ve turizm gelirini arttırmak, iç turizm hareketlerini geliştirmek ve yurt dışına çıkan vatandaşların seyahatlerini düzenlemekle ilgili bütün yatırım, tedbir, planlama ve uygulama faaliyetlerini kapsar.¹

Turizm sektörü ile ilgili bir çok açıklama yapılmıştır. Bunların içinde yer alan açıklamalardan biri de 1884 yılında Josef Stadner' in yaptığı açıklamadır. Josef Stadner yaptığı açıklamada, turizm sektörünü ekonomik bir faaliyet olarak şu şekilde açıklamıştır.²

¹ Dr. Tunay AKOĞLU, *Dünyada ve Bizde Turizmin Dünü ve Bugünü*, Varlık Yay. İstanbul, 1971, S. 1597, s. 70.

"Turizm sektörü bir ekonomik faaliyet olarak yabancıların ziyaretlerinden (yabancı trafiğinden) doğan faydaya yönelmiştir. Bu sektör, ürünü tüketiciye götürmek yerine, tüketiciyi üretim yerine getirmektedir. Tüketici, ulaştırılması mümkün olmayan mallardan yararlanmak istediği için bu yolu katedmektedir. Hava, dağlar iklim gibi şimdiye kadar yararlanılmayan unsurları turizm sektörü ekonomik mallara dönüştürmektedir. Nasıl ihracata yönelik bir ticaret, kendisi için devamlılık gösteren bir ticaret, kendisi için devamlılık gösteren bir sürüm alanı bulduğunda sağlam kabul ediliyorsa, aynı şekilde turizm sektörünün rasyonel olarak nitelendirilebilmesi, mevcut tüketicileri düşüncesizce sömürme yerine, her yıl artan bir kitleyi istikrarlı olarak kendine çekmeyi amaç edinmesi ile mümkündür."

Bir çok bilim adamlarınca 18. ve 19. yüzyıllar, teknolojinin hızla geliştiği ve bu gelişimin topluma yansıdığı yıllar olarak kabul edilir.

Bu çağlarda yapılan tanımlar teknolojinin sağladığı barışçıl ve insancıl amaç gütmektedir. O günlerdeki turizmi: "Giderek artan hava değişimi ve dinlenme ihtiyacına tabiat ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanımak isteğine, tabiatın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kursursuz bir hale gelmelerinin bir sonucu olarak milletlerin ve sınıfların birbirine daha çok yaklaşmasına neden olan modern yaşamın bir gereği açısından bakılması gereği"ni ileri sürerler.³

Turizm ülkemiz için çok önemli bir sektördür. Bu sektör, milli ekonominin bütün alanlarını ilgilendirmektedir. Turizm herşeyden önce

² Prof. Dr. Hasan OLALI-Doç. Dr. Alp TİMUR, **Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri**, İzmir, 1986, s. 11' den Paul BERNECKER, **Die Stellung des Fremdenverkehrs im Leistungssystem der Wirtschaft Österreichischer Gewerbeverlag**, Wien, 1956, s.3.

³ Enis Erdem ECE, " **Temel Turizm Bilgisi**", TUGEV, s. 9.

ödemeler dengesi üzerinde önemli etkileri bulunan görünmeyen dış satım kalemidir. Turizm, çoğunlukla alternatif kullanım olanağı bulunmayan ya da yeterince değerlendirilmeyen ülke kaynaklarının ve çok çeşitli mal ve hizmetlerin ülke içinde perakende fiyatlarla dış satımı olarak kabul edilebilir.

Bir çok gelişmekte olan ülke açısından turizm çekiciliği olan bir sektördür. Çünkü, kısa bir sürede ekonomik yararlığını gösterebilmektedir. Fakat bu yararlarını kısa sürede gerçekleştirebilmesi için bazı belirli önkoşulların yerine getirilmiş olması gerekmektedir. Eğer bu ön koşullar yerine getirilmezse turizm o ülke ekonomisi için yarardan çok zarar vermesi beklenebilir.

Bu önkoşulları şöyle özetleyebiliriz. Bir kere o ülkenin herşeyden önce turistik olması, yani temel turizm unsurları bakımından zengin olması gerekmektedir. İklim uygun olmalı, zengin doğal ve kültürel kaynakları olmalı, turist güvenliğinin sağlanması gerekmektedir. Aynı zamanda uygun niteliklere sahip yeterli turistik tesislerin bulunması ve kolay ulaşılabilir olması gerekmektedir.

Ayrıca, turizmi sosyo-ekonomik gelişme aşamalarının bir unsuru olarak planlayacak, kontrol edecek ve geliştirecek kapasitede ve yeteneklerde merkezi ve hükümet mekanizmalarının olması gerekmektedir.

Bütün bunlardan başka, turizmden "mucizeler yaratması" beklentisi içinde aşırı yatırımlar yapılmamalı ve yapılan yatırımlar sonucu doğal çevreyi ve dengeyi bozucu durumların yaratılması önlenmelidir. Döviz getirisini azaltacak ve dış girdilere bağımlılığı arttıracak durumların doğmasını önleyecek akılcı politikalar benimsenmeli ve uygulanmalıdır.

Turizmin yararını çoğaltacak tüm bu önkoşullar sağlandığı takdirde o ülkede ekonomik kalkınmanın sağlanması gerçekleşecektir.

Çünkü, turizmin geliştiği noktalarda diğer noktalara nazaran ekonomik kalkınma daha çabuk gerçekleşmektedir.

2-) Turizm Sektörünün Özellikleri

Turizm sektörünün ekonomik özelliklerini şu şekilde sıralamaya koymak, onun ne kadar karmaşık yapıya sahip bir riskli sektör olduğunu ve ekonomik, sosyal, kültürel yönlü katkısında ne kadar önemli olduğunu anlamamızda yardımcı olacaktır.⁴

i) Turizm sektörü hizmetler sektörü içinde yer almaktadır. Fakat sektörün özelliği nedeniyle diğer sektörlerle ilişki içindedir. Çünkü yerli veya yabancı turistlere satılan mal ve hizmetler diğer sektörlerin aktif bir rol oynamasıyla üretilmektedir.

ii) Bu sektörün hammaddesini ülkedeki doğal kaynaklar ve ülkenin folklorik, kültürel özellikleri oluşturmaktadır. Bu nedenle hammadde bakımından, diğer sektörler gibi dışa bağımlı değildir. Sektörün gelişmesi ülkenin sahip olduğu kaynaklara göre olmaktadır.

iii) Diğer bir özellik ise, emek-yoğun bir yapıya sahip olmasıdır. Makineleşme ve otomasyonun bu sektörde elverişli olmaması nedeniyle, emek faktörüne ihtiyaç duyulmaktadır. Büyük bir istihdam yaratma kapasitesi vardır.

iv) Ülkenin çeşitli kesimlerinde jeolojik yapının farklı bir şekilde olması sonucu jeo-ekonomik varlıkların farklılık göstermesi, turizmin mevsimlik özelliği bu sektörün eksik rekabet piyasasında yer almasına yol açmıştır. Turistik mal ve hizmet üreten firmalar, fiyatlarını kabul ettirebilecekleri bir ortamda faaliyette bulunurlar, bu da piyasanın monopolcü rekabet ve oligopol şartları altında çalışmasına neden olur.

⁴ Prof. Dr. Hasan OLALI, Doç. Dr. Alp TİMUR, "Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri", İzmir, 1986.

v) Turizm sektöründe mal ve hizmet üretildiği anda tüketilme zorunluluğu ile karşı karşıya olduğundan stok oluşmamaktadır.

vi) Sektörün risk ortamı diğer sektörlerle oranla daha yüksektir. Çünkü ülkede veya dünyada olan olumsuz konjonktürel değişimler turizm sektörünü değişik ölçülerde ve olumsuz bir şekilde etkilemektedir.

vii) Turizm sektöründe verimlilik diğer sektörleri etkilemektedir ve onların verimliliğinin artmasına sebep olduğu gibi ülke içinde sosyal verimliliğin artmasına neden olur.

viii) Sektörde tüketim zorunluluğu olmayan (lüks, konfor, boş zamanları değerlendirme, kültür) tüketim grubuna girer.

ix) Tüketim eğilimlerinde sürekli bir değişimin olması bu sektörün dinamik bir üretim yapmasına neden olur.

x) Sektör ithalata gereksinme duymaksızın, ya da az bir ithalatla döviz arzını etkilemesi, yatırım için yüksek oranda istihdam olanağı yaratması, ülkede verimliliği arttırması, katma değer etkisi, diğer sektörler üzerindeki olumlu etkileri ve bölgeler arası dengeli kalkınmayı gerçekleştirmesi gibi çok önemli roller üstlenmiştir.

xi) Turizm sektörü arzında ve talebinde ekonomik davranışların yanı sıra gelenekler, psiko-sosyal etkenler, sosyal yapı, moda, kişisel tüketim ve dünya görüşü etkili olmaktadır.

xii) Turizmin sektörler kesiti olma özelliği, bir çok ülkede iyi tanımlanmış bir metodolojinin mevcut olmaması, turizmin istatistik verilerinin yetersizliği, ekonominin global çerçevesinde turizm sektörünün diğer sektörlerle olan son derece sıkı bağımlılığı sektörün milli ekonomideki yerini tam bir gerçeklikle ortaya koymayı

man: man / birleşim de
değişim

güçleştirmektedir.

Turizm sektörünün ekonomik özelliklerinde görülebileceği gibi, turizm, hassas dengeler üzerine kurulmuş önemli bir sektördür. Diğer sektörlerden farklı olarak kendi içinde bir bütün değildir. Sektörler kesitinden oluşmaktadır.

II-TURİZMİN EKONOMİK FONKSİYONU

Turizm olayının ülkelerin üzerinde, uluslararası alanda bir çok fonksiyonları vardır. Turizmin fonksiyonlarını esas itibariyle 5 faktör halinde toplayabiliriz;

- 1-) Turizmin ekonomik fonksiyonu
- 2-) Turizmin sosyal fonksiyonu
- 3-) Turizmin finansal fonksiyonu
- 4-) Turizmin sağlık fonksiyonu
- 5-) Turizmin politik fonksiyonu

Yukarıda saydığımız bu fonksiyonlardan turizmin ekonomik fonksiyonu, dar ve geniş anlamıyla şöyle özetlenebilir:

Turizm dar anlamıyla, ekonomileri yapısında bulunan üretim ve tüketim fonksiyonları aracılığı ile etkiler.

Tanımı icabı turizm bir tüketimdir. Bir ülkede bulunan doğal zenginlikler, üst ve alt yapı tesisleri, tarihi yerler maddi bir değerdir. Aynı ülkenin kültürel sosyal ve ahlaki yapısı ise manevi bir değerdir. Bütün bu değerlerden faydalanmak için gelen tüketicilerin ihtiyaç duyacağı mal ve hizmetlere yönelmesi ise tüketim olayını meydana

getirir. Turizm' de üretim, yerli ve yabancı tüketicinin o ülkeyi ziyareti esnasında duyacağı ihtiyaçlara cevap verecek mal ve hizmetlerin meydana getirilmesidir.⁵

Geniş anlamda turizmin ekonomik fonksiyonu ise, turizmin ülke ekonomisi üzerindeki etkilerini açıklamak suretiyle tarif edilebilir.

Turizmin bir ülke ekonomisini nasıl etkilediğini en belirgin şekilde ödemeler dengesi üzerinde görebiliriz. Yabancı ülkelerden gelen tüketicilerin bir ülkede belli bir süre kalarak para ithalini gerçekleştirmesi, ödemeler dengesi üzerinde olumlu etkiler yaratır. Eğer ödemeler dengesi açık veriyorsa, bu açığın kapanmasında etkili olur. Diğer taraftan turizm hareketleri çoğaltan katsayısı ile milli gelire olumlu yönde etki eder. Ekonomi içinde turizm hareketleri sonucu yaratılan gelir, milli gelirin yükselmesine neden olur. Turizm sektöründe çoğaltan etki katsayısı diğer sektörlerle nazaran daha yüksektir.

Gerçekten turizm olayının etkileri en çok ekonomik hayatta görülür. Dış ticarete, iç tüketimde, bölgelerarası kalkınmada, milli gelir artışında ve ekonomik hayatın diğer bölümlerinde turizmin rolü büyüktür.⁶ Turizmin ekonomik fonksiyonları, ekonomik yönü ve etkileri diğer bütün fonksiyonlardan daha belirli ve önemlidir.

Turizmin ekonomik fonksiyonlarına kısaca bakacak olursak;⁷

1- Bir çok gelişmekte olan ülke açısından turizmin en çekici yönü, daha kısa sürede ekonomik yararlılığını göstermesidir. Turizm

⁵ " Turizmin İktisadi Fonksiyonu", GENEL EKONOMİ ANSİKLOPEDİSİ, Milliyet Yay., C.II, ?, 1988, s. 887.

⁶ Dr. Tunay AKOĞLU, *Dünyada.....*, s. 70.

⁷ Dr. Mehmet ÖZDEMİR, "Turizmin Türkiye'nin Sosyo Ekonomik Yapısına Etkisi", Ankara, 1992, s. 41-43.

yatırımlarının getiri sağlamadan önceki hazırlık dönemi, diğer sektör yatırımlarındaki hazırlık dönemine oranla çok daha kısadır.

2- Diğer endüstrilerle karşılaştırıldığında turizmde verimlilik daha yüksektir. Turizm de marjinal sermaye/hasıla oranı düşük kalmaktadır ve bu oran ne kadar düşük kalırsa yatırımın verimliliği de o kadar yüksek olur.

3- Turizm de çarpan etkisi önemlidir. Turizm amaçlı yatırımlardaki artış ve turizmin etkileri -seyahat, konaklama, yiyecek-içecek tüketimi, bölgesel el sanatları ve perakende hizmetlere olan talep yoluyla yeni gelirlerin yaratılması- öncelikle bölge halkına doğrudan yararlar sağlayacaktır.

4- Turizm endüstrisi, öğrenilmesi kolay, yeni ve çeşitli işler sağlayarak vasıfsız işgücü için geniş istihdam olanakları yaratır. Turizm endüstrisinde istihdam/yatırım oranı diğer endüstrilere göre oldukça yüksektir. Daha açık bir ifadeyle, turizmde bir kişiye iş alanı açmak için yapılması gereken yatırım diğer endüstrilere oranla çok daha küçüktür.

5- Turizmin gelişmesi durumunda altyapı kullanımında etkinlik sağlanır. Gerçekten, turizm endüstrisinin gelişmesi için alt yapının belirli bir düzeyde olması şarttır. Bu noktadan başlayarak turizmin ve altyapının gelişmesi karşılıklı olarak birbirini destekler ve hızlandırır.

6- Kalkınma için gerekli olan döviz girdisini sağlar. Turizm, tarımsal ürün ve hammadde dışsatımından çok daha fazla bir üstünlüğe sahiptir. Herşeyden önce, turizm mal ve hizmetlerinin fiyatları gelişmekte olan ülkenin geleneksel dışsatım ürünlerinin fiyatlarına oranla çok daha fazla kendi denetimi altındadır.

7- Turizm, gelir ve refahın yeniden dağılımını sağlar. Uluslararası turizmin gelişmesi gelişmiş ülkelerden az gelişmiş

ülkelere doğru bir gelir akımının doğurur.

8- Turizm doğal kaynakların ve çevrenin korunması, geliştirilmesi yönünde bir ilgi doğurur. Bütün çabalar o yöne kayar.

9- Turizm, gelişmekte olan bir ülkenin örf ve adetlerine, geleneksel törenlerine, bölgesel giysilere ve el sanatlarına ilgiyi çekeceğinden bunlara yeniden önem verilir. Eğer bu gelişme özen gösterilirse, bir ülkenin kültürel geçmişine olan ilgisini arttırır ve kendi özbenliğine olan saygısını arttırır, aynı zamanda önemli ölçüde gelir kaynağı olur.

Kalkınmada önemli bir yere sahip olan sanayi sektörünün yanı sıra, turizm sektörü, ekonomik hayatta oynadığı geniş rol ve etkisiyle kalkınmanın sağlanmasında etkin olmaktadır. Bu etkinliğini döviz kazandırıcı rolü ile sağlamaktadır. Turizmden döviz kazanmak ülkelerin artan ve gelişen turistik talebe cevap vermesiyle olmaktadır. Ülkelerin artan turistik talebe cevap vermesi ise bunun nedenlerini anlaması ile mümkündür. Dünya turizmi ve turistik talebinde olan gelişmenin unsurlarını şöyle sayabiliriz:⁸

1-) Dünya nüfusunun artışı.

2-) Birey başına düşen milli gelir artışı.

3-) Ücretli tatil imkanlarının artışı ve çalışma iş saatlerinin ayarlanması.

4-) Uluslararası ilişkilerin gittikçe daha fazla yoğunluk kazanması.

5-) Seyahat tekniklerinde ilerlemeler.

⁸ Arslan ÖZBEY, "Turizm ve İktisadi Fonksiyonu", BURSA EKONOMİ DERGİSİ, S. 10 (Mart, 1985), s. 29.

6-) Seyahatlerin gittikçe daha iyi organize edilmesi ve turizm tanıtmasının reklam ve propoganda işlerinin gelişmesi nedeniyle etkisinin çoğalması.

7-) Bir çok uluslararası örgütlerin önderliğinin yaptığı uluslararası turizm politikalarından olumlu tedbirler.

Turizm sayesinde ekonomiye kazandırılan döviz kazancı sayesinde, iktisadın dört temel hedefinden biri olan ödemeler bilançosunda dengenin sağlanması gerçekleşmiş olur. Diğer hedefler üzerinde de dolaylı yoldan bu sayede etkinlik sağlanır.

Ekonomilerin bu dört temel hedefi bilindiği üzere şu dört noktada toplanmaktadır.

- 1-) Fiyatlarda istikrarın sağlanması.
- 2-) Tam istihdama ulaşılması.
- 3-) Ödemeler bilançosunda denge temini.
- 4-) Uygun bir ekonomik gelişme sağlanması.

Şu halde, bir ülkenin ekonomik durumu hakkında ilk olarak bir fikir sahibi olabilmek için yukarıda sıralanan bu dört temel hususa bakılması gerekli ve yeterlidir.

Bu dört hedefe ulaşılmasında ülkelerin izleyeceği politika çok önemlidir. Ekonomi ve politika ne kadar birbirlerine sıkı şekilde bağlı iseler, iktisadi politika ile turizm politikası da o oranda birbirleriyle yakından ilgili bulunmaktadır.⁹

⁹ ÖZBEY, s. 29.

Ekonomik sistemi, politik yapısı ne olursa olsun turizm politikası izleyen, onun ekonomik fonksiyonlarından faydalanan her ülke şu hedeflere varmaya çalışarak yukarıda sayılan dört temel hedefe ulaşır:

1-) İç ve dış turizm hareketlerini geliştirmek, dış aktif turizm gelirlerinin, dış pasif turizm giderlerinden fazla olmasını sağlamak veya giderleri azaltmak.

2-) Turist sayısını, ortalama kalış süresini ve dolayısıyla geceleme sayısını arttırmak.

3-) Sosyal turizm, gençlik turizmi gibi özel turizm tiplerini geliştirmek.

4-) Turizmin sosyal ve kültürel etkilerinden azami derecede yararlanmak.

5-) Tatilleri ve turizm mevsimini yaymak.¹⁰

Bu ana hedeflerin yanı sıra her ülke, kendi turizm politikasının özelliğine göre başka hedefleri de tayin edebilir.

III- TURİZM SEKTÖRÜNDE TALEP VE ARZI BELİRLEYEN FAKTÖRLER

1-) Turizm de Talebi Belirleyen Faktörler

Turizm talebi, belirli bir piyasada, belli bir fiyat düzeyinde, yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan insanların, rasyonel veya rasyonel olmayan nedenlerle satın almak istediği turistik mal ve hizmetler bütünü olarak tanımlanabilir.

¹⁰ Dr. Tunay AKOĞLU, *Dünyada....*, s. 62.

Bir lke için turizm talebi, iki ayrı unsurdan oluşur. lke içi ve ülke dışı turizm talebi. lke içi turizm talebi, vatandaşların kendi ülke sınırları içinde kalmak şartıyla turizm ihtiyaçlarını tatmin etme istemine dayanan taleptir. lke dışı turizm talebi ise, yurttaşların yabancı ülkelerde turizm ihtiyaçlarını giderme istemine dayanır.

Turist herşeyden önce bir tatil alternatifi ve bu alternatifine ulaşmak için bir ulaştırma yolu seçecektir. Bu son tercihinde ise gideceği yerin esas ikametgahına uzaklığı ve tatil süresi gibi faktörleri dikkate alacaktır.

Turizm talebini belirleyen faktörler çok çeşitlidir. Bunlar içinde en önemli olanları sosyal ve ekonomik olanlarıdır.

Dünyada dış turizm talebinin gelişmesi bazı ekonomik, sosyal ve fiziksel faktörlerin oluşumuna bağlıdır. Bu faktörler toplumların buldukları sosyal ve ekonomik yapıya göre farklılık göstermektedir ve zaman içinde değişmektedir.

Turistik mal ve ürünlere yapılan harcamalar kişi başına harcanabilir gelirin bir fonksiyonu olmaktadır. Belirli bir gelir seviyesine ulaşan ülkelerde kişi başına turizm harcamaları, kişi başına harcanabilir gelir artışının üstünde olmaktadır.

Bir ülkede artan refah ve buna mukabil bütün ülkelerde ücretlilere sağlanan paralı tatil hakkı geniş kitlelerin turizmden yararlanmasını sağlamıştır.

Turizm talebini etkileyen başlıca faktörler şunlardır:

A) Milli Gelir

B) Fiyatlar

- C) Ulaştırma
- D) Şehirleşme
- E) Diğer Faktörler
- A) Milli gelir**

Dünya ülkelerinde uluslararası turizmden sağlanan gelirlerin gayri safi milli hasıla içindeki payı devamlı bir artış göstermektedir. Bu artışın olmasının sebebi, gelir elastikiyetinin yüksek oluşudur. Gelişmekte olan ülkelerde düşük gelir seviyesi nedeniyle tüketim için harcama yapma olanakları ortadan kalkmaktadır. Gelişmiş ülkelerde yüksek gelir seviyesi sonucu dış turizm talebi büyüktür.

Gelir dağılımı da turizm talebini etkilemektedir. Bir ülkenin milli geliri toplumdaki bireyler arasında ne kadar adil dağılırsa o ülkede o kadar tüketim eğilimi artacaktır ve turizm hizmetini daha çok tüketme olanağı bulacaktır. Ancak bu bahsedilen durum gelişmiş ülkeler için anlam taşımaktadır. Az gelişmiş veya gelir düzeyi yüksek olmayan ülkelerde aynı etkiyi göstereceği şüphelidir. Tam karşıt olarak adil gelir dağılımı bu toplumlarda dış turizm talebini sınırlayıcı bir tesir göstereceği iddia edilebilir. Çünkü, bu toplumlarda konsantrasyon belirli sınıfların aşırı kazanç sağlamasına sebep olmakta ve bu kazançlar turizm talebini teşvik etmektedir.

Milli gelirin dağılımı gelişmemiş ülkelerde olduğu gibi gelişmiş ülkelerin bir çoğunda da adil olmaktan uzaktır. Özellikle Üçüncü Dünya Ülkelerinin bir çoğunda gelir konsantrasyonunun derecesinin aşırı örneklerini bulmak mümkündür.

Turizm talebini etkileyen faktörlerden biri olan milli gelir ekonomik faktörler sınıfına girmektedir. Bir ülkede artan milli gelir

turizm talebini de arttıracaktır. Çünkü, artan milli gelir kişi başına düşen milli gelir miktarını arttıracaktır ve toplumun ekonomik refahını yükseltecektir.

Turizm talebinin artması gelir dağılımının dengeli olmasına bağlıdır. Eğer bir ülkede milli gelir yüksek ama gelir dağılımı dengesiz ise turizm talebinde olacak artış beklenen ölçüde olmayacaktır. Turizm talebi yönünden önemli olan, milli gelirin toplumda nasıl dağıldığıdır. Eğer milli gelir bir toplumda sosyal adalet ilkesine göre dağılıyorsa, kişi başına düşen milli gelir yüksek olacağı için turizm talebi fazla olacaktır. Tam tersi bir durumda, yani milli gelirin sosyal adalet ilkesine göre dağılmadığı bir durumda, kişi başına düşen gelir düşük olacak ve gerçeği ifade etmeyecektir. Bu da turizm talebini düşük tutacaktır.

B) Fiyatlar

Bütün mal ve hizmetlerde olduğu gibi turizm sektöründe de fiyatların düşmesi turizm talebini arttırmaktadır. Fiyatların yükselmesi ise turizm talebini azaltacaktır.

Turistik mal ve hizmetlerinin fiyatındaki değişmeler iki tesire bağlıdır. Birinci tesir, gelir tesiridir. Turizm hizmetinin fiyatının artışı, tüketicinin satın alma gücünde bir azalışa sebep olur. Tüketicinin geliri değişmese bile reel yönde azalmış olur. Dolayısıyla talebi sınırlanır.

İkinci tesir, ikame tesiridir. Tüketici, hizmetin fiyatı artınca, artık nispi olarak ucuza gelen diğer mallarla onu ikame etmeye çalışır, dolayısıyla talebi gene sınırlamış olur.

Turizmin hizmet fiyatındaki değişme bu hizmetin dayanıksız tüketim malı olması nedeniyle gelir, ikame edilebilir olması nedeniyle ikame tesirleri ile talebini kuvvetli şekilde etkileyecektir.

Genellikle gelişmiş ülkelerin zengin tabakaları için turizm talebi fiyatına karşı kayıtsız olmaktadır. Buna karşılık kişi başına gelir seviyesi yüksek toplumların orta gelir seviyeli tüketicileri için turizm talebi fiyata destek olmaktadır.

Fiyatlardaki bu değişim şu üç unsurun fiyatındaki değişmeden dolayı meydana gelmektedir. Konaklama, yeme-içme ve ulaşım. Arzı meydana getiren bu üç unsur talebi etkilemektedir.

Turizm talebine etki eden fiyatların değişmesinde o ülkenin parasının dış değerinin değişmesi de etki etmektedir. Örneğin, bir ülkenin parasında yapılan devalüasyon, yabancı turiste sunulan hizmetin ucuzlaması demektir. Ancak, turiste sunulan hizmetler içinde ithal malların miktarı fazla ise devalüasyon turist yönünden çekiciliğini kaybedecektir.

Turist çeken ülke yanında turist gönderen ülke de yapılan para değerini düzenleme işlemleri dış turizm talebini fazla etkilemektedir.

Aslında para değerini düzenleme işlemleri daha çok, mal ithali ve mal ihracını etkilemektedir. Turizm ise, para işlemlerine karşı çok hassas değildir. Bu hassassızlığın sebebi şöyle açıklanabilir. Örneğin, parasının değerini düşüren bir ülkede artması gereken turizm talebi rakip bir ülkede uygulanan prim sistemi ile önlenebilir.

C) Ulaştırma

Turizm talebini etkileyen faktörlerden biri de ulaşımdır. Ulaşım turizm de çok önemlidir. Çünkü, seyahat için ödenen fiyat önemli bir yekün tutmaktadır. Turistik mal ve hizmet fiyatları normal olmasına rağmen, seyahat için ödenecek meblağ yüksekse talep azalacaktır. Ulaşımda fiyatların yüksek olmasına sebep olacak unsurlardan biri gidilecek mesafenin uzak olmasıdır. Bunun için gidilecek mesafenin

kısaltılması turizm talebini olumlu yönde etkileyecektir. İyi düzenlenmiş bir ulaşım ağı fiyatları istikrarlı yapacaktır ve turizm talebini arttıracaktır. İyi bir ulaşım ağı sonucu artan talep dış turizm bakımından döviz artışı sağlanabilir. Çünkü, dış ülkelerden gelecek turistler ulaşımın ucuz ve iyi düzenlenmiş olması sonucu o ülkeye sık sık gelmeyi tercih edeceklerdir.

Ulaştırma endüstrisinin gelişmesi sonucu hızlı ve yüksek kapasiteli ulaşım olanak veren ulaşım araçlarının kullanılması, zamanı ve mali gücü sınırlı olan insanların da turizm hareketine katılmasını sağlayacaktır. Böylece ulaştırma geliştikçe turizm talebi artar ve orta sınıfı temsil eden halk seyahat etme imkanı sağlar.

Turizm talebinin artmasına ulaştırmanın türleri de etki eder. Bilindiği gibi ulaştırma türleri 4 çeşittir.

- 1-) Demiryolları Ulaştırması
- 2-) Havayolları Ulaştırması
- 3-) Denizyolları Ulaştırması
- 4-) Karayolları Ulaştırması

Bunlardan herhangi birini seçmek seyahat edecek olan kişinin maddi durumuna, o ulaşım aracı için ödenecek fiyata, kişinin zamanına ve zevk ve tercihinine bağlıdır. En uygun ulaşım türü hangisiyse o seçilecektir.

Özel otomobillerle yapılan geziler diğer ulaştırma araçları ile yapılan gezilere oranla daha ucuza gelmektedir. Bu ucuzluk kara yolu ulaştırmasında gelir elastikiyetini azaltır. Bu nedenle özel otomobillerle gezi veya turizm, tatilin toplam fiyatının değişmesinden etkilenmemektedir ve özel otomobil sahipliğinin yayılma oranına

paralel bir gelişme göstermektedir. Başka bir deyişle karayolu ile turizmi büyük ölçüde gelir elastikiyeti tayin etmektedir.

Ulaştırma harcamalarının toplam turizm harcamaları içindeki payı ne kadar yüksek olursa dış turizm talebinin ulaştırma harcamalarının hassasiyetide o kadar fazla olacaktır.

Son yıllarda turist gönderen ülkelerdeki gelir artışları yanında uçak teknolojisindeki gelişmeler turizm pazarlarından uzak bölgelerinde turizme açılmasını sağlamış bulunmaktadır.

Bir ekonomide turizmin gelişmeye başlamasının ön şartı ulaşılabilirlik ve turizm olayının yarattığı turizm talebine cevap verebilmesidir.

D) Şehirleşme

Şehirleşme, turizm talebini dolaylı ve dolaysız olarak etkilemektedir. Şehirde yaşayan kişiler, şehrin monoton ve sıkıcı yaşamından, çalışma ortamından geçici olarak uzaklaşmak istemektedir. Şehirleşme ile turizm arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır.

Şehirde yaşayan kişilerin durumu da turizm talebine etki etmektedir. Örneğin, bekar veya evli olması, çocuklu veya çocuksuz olması, çocuklarının tahsilde olup olmaması turizm talebine tesir etmektedir.

Şehirlerde yaşayan insanların çalıştıkları meslek çok çeşitlidir. Bu çeşitlilik bir orta sınıfın doğmasına neden olmuştur. Çalışanların kazandıkları gelir çalışmanın türüne göre belirlenip daha adil bir gelir sağlanmasına neden olur. Bu ise, kişilerin tüketim eğilimini dolayısıyla turizm harcamalarını arttırır.

Şehirlerde yaşayanların pek çoğu sanayi, ticaret gibi alanlarda çalışmaktadır. Sağlanan tatil hakkı ve sosyal güvenlik olanakları sonucu bu fertler şehrin sıkışık ve monoton sıkıcı yaşamından kurtulup dinlenmek ve tatil yapmak haklarına sahip olurlar.

Diğer taraftan şehirler büyüdükçe fertler arasındaki bilgi alışverişi çoğalır. Bu durum fertlerin ufuklarının genişlemesine ve seyahat arzusunun kamçılanmasına yol açmaktadır.

E) Diğer faktörler

Turizm talebine etki eden bu faktörlerden başka bir de politik, ekonomik faktörlerde vardır. Ayrıca reklam ve propoganda unsurları da turizm talebini etkilemektedir. Örneğin, iyi düzenlenmiş bir reklam ve propoganda sonucu bir yöreye turist çekerek turizm talebi arttırılmış olur.

Turizm talebini etkileyen bir diğer faktörde sosyal faktörlerdir. Bunlar, toplum kişilerinin hayat görüşü, kültür seviyesi, ailevi durumları gibi özellikler olmaktadır. Örneğin, bir kimsenin yabancı dil bilip bilmemesi; evli, bekar olması; çalıştığı işin alanının özellikleri hep talebi etkiliyecektir.

2-) Turizm de Arzı Belirleyen Faktörler

Turizm arzı, belli bir piyasada, belirli bir fiyata veya bedelsiz olarak, bir ülkenin turistik işletmeleri ve kurumları kanalı ile turistlere sunulan turistik ürünün¹¹ tümü biçiminde tanımlanabilir.

Turizm de arza etki eden faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz:

¹¹ Turistik ürün, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte mal ve hizmeti, ya da seyahatı, konaklamayı, yeme-içmeyi, eğlenmeyi rehberlik hizmetlerini içeren pakettir.

- A) Doğal Kaynaklar
- B) Sosyal Kaynaklar
- C) Psikolojik Kaynaklar
- D) Ekonomik Kaynaklar

A) Doğal kaynaklar

Doğal kaynaklar, turizmin en önemli arzını oluştururlar. Hiç bir emek ve katkı olmadan meydana gelmişlerdir. Her kesimin kendine özgü zenginlikleri vardır. Bunlar kendi özel talebini yaratmaktadırlar.

Doğal kaynakları başlıca üç bölüme ayırabiliriz:

- a) Doğal güzellikler
- b) İklim
- c) Şifalı sular ve kaplıcalar

a) *Doğal güzellikler*: Doğal güzellikler, coğrafi ve jeolojik özellikleri arz etmektedir. Turizm de büyük bir rol oynamaktadır. Turistlerin, hayatlarında yeni şeyler beklediği, yeni yerler görmek istediği düşünülürse doğal zenginliklerin önemi bir kat daha artmış olur.

b) *İklim*: İklim türleri ve bunun sağladığı imkanlar doğal kaynaklardandır. Her iklimin kendine özgü çekiciliği turistlerin harekete geçmesinde ve turizmin canlanmasında bir arz oluşturur.

c) *Şifalı sular ve kaplıcalar*: Turizm bakımından önemli doğal kaynaklardan biri de şifalı sular ve kaplıcalardır. Doğadan tıp alanında

faydalanılması sonucu, turizm de önemli bir kazanç sağlayan bir alan olmuştur.

Elverişli mahallerde kurulan kaplıcalar sayesinde tabiattan turizm alanında tıbbın bir aracı olarak faydalanmak, bugün başlı başına bir uzmanlık işi olmuştur.

B) Sosyal kaynaklar

Sosyal kaynaklar, bir yörenin tarihi zenginlikleri ile sosyal görünüşünü oluştururlar. Turistlere kültür, gelenek ve görenek gibi manevi değer yargıları sunarak, arzı belirleyen faktörler arasında yer alırlar.

Sosyal kaynaklar şu şekilde sıralanabilir:

a) Tarihi eser ve anıtlar

b) Müzeler

a) *Tarihi eser ve anıtlar:* Bunlar, eski uygarlıkları tanıtan bir ulusun kültürünü, yaşantısını ve sanatını gösteren kalıntılardır. Tarihi eser ve anıtları görmek için gelen yerli ve yabancı turistler, turizm olayında önemli bir yer teşkil etmektedirler.

b) *Müzeler:* Bir toplumun aynası olup, toplumun acı-tatlı olaylarını yansıtır. Müzedeki eserlerden eski çağların kültür, sanat, siyasi ve ekonomik hayatını izlemek mümkündür. Bu amaçla gelen yerli ve yabancı turistlerin harcamaları, turizm gelirinde belli bir paya sahiptir.

Yukarıda anlatılan tarihi eser ve anıtlar ile müzelerden başka sosyal kaynaklarda vardır. Bunlarda bir bölgenin arkeolojik ve artistik zenginlikleri olmaktadır. Sanat şehirleri, fuarlar ve sergiler bu kategoride sayılabilir.

Sanat şehirleri, günümüzün gelişen belediye hizmetleri arasında eski mimari şekil ve özelliklerini koruyan şehir veya mahallelerdir. Bu şehirler turistler için bir arz yaratırlar. Sanat şehirleri kültürü, yolları, ulaşımı, hanları, hamamları, camileri, okullarıyla turistlerin ilgisini çeker. Örneğin, Eskişehir'in Odunpazarı semti, Bergama ilçesi, Muğla iline bağlı Milas ilçesi ve İstanbul'un Kağıthane semti bunlara birer örnektir.

Fuar ve sergiler, ekonomik bakımdan birbirinden tamamen farklı sosyal görünüşler olmasına rağmen, her ikisinde sosyal kaynaklı bir arz oluştururlar. Fuarların amacı yabancı alıcıya geniş ölçüde satış yapmak olduğu halde, sergilerin amacı sadece milli mamül ve mahsüllerin tanıtılması ve teşhirdir. Bu yüzden fuarın başarısı, fuarda yapılan satış miktarına, serginin başarısı ise ziyaretçi sayısına bağlıdır. Turizm yönünden önemli olan sergilerdir.

Bir diğer sosyal kaynaklarda bilimsel kongreler, festivaller, sanat ve spor yarışmaları olarak kabul edilir.

C) Psikolojik kaynaklar

Çeşitli ülkelerde yaşayan insanlar arasındaki dini, tarihi, ailevi ve kültürel ilişkiler psikolojik kaynakları oluşturur. Bunlar, turizm talebini itici ve sürükleyici bir rol oynarlar. Bunların itici veya sürükleyici olmasının o toplumun sosyal yapısıyla ilişkisi vardır. Örneğin, batı toplumlarında turizm olayının kolayca benimsenmesi ve gelişmesi yerleşik yaşama düzeni, belirli bir ücret karşılığı hizmet etme anlayışı, dışarda yeme ve eğlenme alışkanlığı ve kadının sosyal yaşama katılımı ve hizmet işletmelerinde çalışması gibi özelliklerin buralarda bulunmasıdır. Bu durum turizm talebini sürükleyici bir rol oynar. Oysa doğu toplumlarında bu özelliklerin benimsenmemiş olması sonucu turizm endüstrisi istenilen düzeyde gelişmemiştir. Bu da turizm talebinin itici bir rol oynamasına sebep olmaktadır.

Turizmin gelişmesinde modanın önemi de büyüktür. Moda, psikolojik bir kaynak oluşturarak turizmin canlanmasında önyak olur.

D) Ekonomik kaynaklar

Bir ülkedeki turizm endüstrisinin durumu, ekonomik kaynakları oluşturur. Turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte konaklama işletmeleri ve diğer tüm turistik tesislerin arzettekileri hizmetler arzı belirleyen faktörlerden biri olan ekonomik kaynaklardır.

Turizm, hizmet üreten bir sektördür. Bu alandaki başarı büyük ölçüde hizmetin kalitesine bağlıdır. Hizmetin kalitesi ise konaklama işletmelerinin ve turistik tesislerin çalışma başarısına bağlıdır. Bir ekonomik kaynak olan bu işletmeler nitelikli yönetici ve işgörenleriyle başarılarını arttıracaklardır. Arz edecekleri hizmetle turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacaklar ve turizm endüstrisinin gelişmesine ön ayak olacaklardır.

Ekonomik kaynakların yani konaklama işletmeleri ve diğer tüm turistik tesislerin miktarı çok olursa bunlar talebi karşılar ve turizm endüstrisinin ekonomik gücünün artmasına sebep olur. Fakat yalnızca ekonomik kaynakların miktarının yeterli olması yetersizdir. Turizmin beklenen katkıları sağlayabilmesi ve ekonomik yapıda arzulanan işlevleri yerine getirebilmesi, büyük ölçüde akılcı bir biçimde kurulmuş, geliştirilmiş ve etkin çalışan ekonomik kaynakların olması ile olabilir.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN 1987 YILINDAN SONRAKİ EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ VE TURİZM POLİTİKALARI

I- TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN 1987 YILINDAN SONRAKİ EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ

Türkiye'nin ekonomik gelişimi ve kalkınmasında son yıllarda gündemde olan en önemli konulardan biri turizm'dir. Gerçekten son 5 yıllık dönemde Türkiye'de turizm sektörünün gelişmesi kayda değer sonuçlar vermiştir.

Turizm için herkes "bacasız sanayii" deyimini kullanır. Nedeni ise, bu sektörün diğer sanayi sektörlerinden farklı olarak baca tütürmeden ülkeye döviz kazandırmasıdır. Fakat dövizin ülkemize girebilmesi ancak tanıtımı başarıyla yapabilmemize bağlıdır.

Ülkemizde tanıtımdaki başarımız çok küçüktür. Büyük bir turizm potansiyeline sahip olmamıza rağmen tanıtımımız azdır. Tanıtım politikamız yoktur. Oysa Türk turizminden faydalanmak için bir turizm politikasına sahip olmamız gerekmektedir.

Amerikan Seyahat Acentaları Birliği'nin İstanbulda yaptığı uluslararası konferansta ASTA Başkanı Davidoff Türkiye'deki turizm

potansiyeli için şunları söylemiştir:

"Türkiye turizmde (Altın Madeni) olmasına rağmen pek çok Amerikalı bu ülkenin sunduğu imkanlardan habersizdir. Türkiye'de turizm için kullanılmayan büyük bir potansiyel vardır. Ülkenin hem tüketicilere hem de seyahat acentelerine tanıtılmaya şiddetle ihtiyacı vardır. Acentelerin bilmedikleri ve tanımadıkları bir yer için satış yapmaları zordur."

Türkiye'de turizmin gelişmesi demek ülkemize giren dövizin artışı demektir. Bu gelişme ise, devletin vereceği teşviklerle sağlanacaktır. Nitekim, 1987 yılından önce olduğu gibi bu yıldan sonra da devlet turizme çok güzel destekler sağlamıştır. Bu teşviklerin çoğu, turizm yatırımlarını arttırmak için verilmiştir. Özellikle Karadeniz, Doğu ve Güney Doğu Anadolu Bölgelerinde turizm yatırımlarını yayıcı teşvikler 1989 yılından sonra artmıştır.

Türkiye'de turizm sektöründe görülen bu olumlu gelişme yanında olumsuz durumlarda vardır. Fakat bunların etkisi azaltılmaya çalışılmaktadır. Bu olumsuzluktan biri, 23 Şubat 1991 tarih 91/1466 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile Kaynak Kullanımı Destekleme Primi (KKDP) krediye dönüştürülmüştür.

Tüm bu olumlu ve olumsuz olaylardan turizm sektörünün GSMH ve yatırımlar içindeki payları etkilenmektedir.

1-) Turizm Sektörünün 1987 Yılından Sonra GSMH ve Yatırımlar İçindeki Payı

A-) GSMH içinde payı

Turizm GSMH içindeki payı ülke ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu payın önemi artan turizm gelirlerinden kaynaklanmaktadır. Türkiye'de turizm sektöründe devamlı artan turizm

gelirleri, GSMH içinde 1987'den 1991'e aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi bir değişim içindedir.

**TABLO:1 TURİZM GELİRLERİNİN GAYRİ SAFİ MİLLİ HASILA
(GSMH) İÇİNDEKİ PAYI
(Cari Fiyatlarla, Milyon Dolar)**

<u>YILLAR</u>	<u>TURİZM GELİRLERİ</u>	<u>GSMH</u>	<u>PAYI</u>
1987	1.721.1	64.428.9	2.7
1988	2.355.3	70.537.4	3.3
1989	2.556.5	79.712.8	3.2
1990	3.308.4	109.933	3.0
1991(1)	2.650	149.311	1.7

(1) Gerçekleşme Tahmini

Kaynak: Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistik Bülteni

Tablodan da anlaşılacağı gibi, 1987'de 1.721.1 milyon dolar olan turizm gelirleri 1991'de 2.650 milyon dolara ulaşmıştır. Turizm gelirin bu şekilde artışına Türkiye'ye gelen yabancı sayısında önemi büyüktür. 1987 yılında 2.855.546 kişi Türkiye'ye gelmiştir. Bu yıl turizmden sağlanan döviz geliri toplam kaynakların % 10'unu oluşturmuştur.¹² Günümüzde ise 5 milyon civarında yabancı turist Türkiye'ye gelmektedir.¹³ Bu şekilde artan yabancı turist sayısı ile beraber turizm gelirleride artmaktadır.

¹² Serhan ALTINORDU, "Turizm Yatırımları Finansal Sorunları ve Çözümleri", EKONOMİDE ANKARA DERGİSİ, S. 39, s. 19.

¹³ 1991 yılında 5.121.540 kişi Türkiye'ye gelmiştir.

Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 1987'den sonra yükselirken, 1989 ve 1990'da düşmüştür. 1989'da olan bu düşüşün sebebi. 1989'un konjonktür koşullarından, fiyat politikamızdan, pazarlama ve yönetim hatalarından bir kısım turizm yatırımlarının kuruluş hatalarından ve turistik beldelerimizin kendi bünyeleri içinde cereyan eden turizm olayına tam hazırlanamamış olmalarından kaynaklanmaktadır.¹⁴

1991 yılında turizm gelirlerinin düşmesinin sebebi körfez krizidir. Bu krizden turizm sektörü büyük bir darbe yemiştir. Bu yılda 2.650 milyon dolar turizm geliri sağlandığı tahmin edilmektedir. Olumsuzluklarla dolu olan 1991'in zararı 1992 yılında 4 milyar dolarlık bir turizm geliri hedefiyle kapatılmaya çalışılması program dahilindedir.

Tablo 1'den de görülebileceği gibi, turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı genelde düşüktür. İç turizm harcamaları ve 1988 yıllarında artan turizm yatırımları ve dolayısıyla yatırım çarpanı dikkate alındığında, turizmin Türkiye'nin GSMH'sı içindeki çok büyük etkiye sahip olduğu görülür.

Turizm gelirin'in ekonomide yarattığı etkiyi ölçmenin diğer bir yolu da katma değerdir. Milli gelir üzerinde turistik mal ve hizmetlerin yarattığı katma değer etkisi diğer kesimin üretiminden daha yüksektir.

Katma değeri hesaplayabilmek için turistik tüketim harcamalarının turistik tüketim tipleri arasındaki yüzde dağılımı ele alınacaktır. Bu harcamalar Türkiye'de yabancı turistlerin yaptığı harcamalar olacaktır. Sonra katma değer oranlarına dayandırılarak turizm gelirlerinin dağılımına uygulandığında, turizm gelirlerinin yarattığı katma değeri yaklaşık olarak bulmak mümkün olacaktır.

Bu yöntemle göre yapılan hesaplamalarda dış turizm gelirlerinin

¹⁴ Sunuk PASİNER, TANITIM DERGİSİ, s. 12.

yarattığı katma değer 2228 milyon dolar, 5809 milyar TL. olmaktadır.

TABLO:2 1990 YILI DIŞ TURİZM GELİRİ VE YARATTIĞI KATMA DEĞER

<u>TURİZM GELİRİ</u>	<u>Turistik Tüketim Tipleri</u>	<u>Harcamaların% Yüzde Dağılımı</u>
3308	Konaklama	23.1
3308	Yiyecek-İçecek	23.3
3308	Yerel Ulaştırma	14.7
3308	Alışveriş	20.6
3308	Eğlence	18.3

<u>TURİSTİK TÜKETİM TİPİNİN PAYI</u>	<u>KATMA DEĞER ORANLARI</u>	<u>KATMA DEĞER Milyon \$</u>
764.3	0.6353	485.4
770.8	0.4417	340.5
486.3	0.6473	314.8
681.4	0.8131	554.0
605.4	0.8808	533.2

Kaynak: TOBB

B-) Yatırımlar içindeki payı

a) *Kamu+özel sermaye yatırımları:* 1987 yılında Türk Ekonomisindeki cari fiyatlarla 14.093.9 milyar TL. sabit sermaye yatırımı gerçekleşmiştir. Bu yatırımların 7.547.4 milyar TL'si kamu, 6.546.5 TL'si özel sektör tarafından yapılmıştır. 1987'de toplam turizm yatırımlarının toplam yatırımlar içindeki payı % 2.7 olmuştur. Turizm sektöründeki toplam yatırımlar cari fiyatlarla 375.7 milyar TL'dir. Bununun 131.4 milyar TL'si kamu, 244.3 TL'si özel sektör tarafından yapılmıştır. Toplam kamu yatırımları içinde kamu turizm yatırımlarının

payı % 1.7 olmuştur. Toplam özel sektör yatırımları içinde özel turizm yatırımlarının payı ise % 3.7 olmuştur.

1991 yılına kadar sabit sermaye yatırımları artmış ve bu yılda cari fiyatlarla 102.523.3 milyar TL olduğu tahmin edilmektedir. Toplam sabit sermaye yatırımları içinde özel sektörün yatırımları daha büyük olmuştur. Kamu sektörü 1991 yılında 46.632.7 milyar TL. sabit sermaye yatırımı gerçekleştirirken özel sektörün 55.890.5 milyar TL. sabit sermaye yatırımı yaptığı tahmin edilmektedir.

1991 yılı sabit sermaye yatırımları içinde turizm sektörünün payı % 4.0 olduğu tahmin edilmektedir. Yani turizm sektöründe yapılan toplam sabit sermaye yatırım tutarı 4.095.0 milyar TL. olduğu tahmin edilmektedir. Bunun 3.412.2'si özel sektör, 682.8'si kamu sektörü tarafından yapıldığı tahmin edilmektedir.

1992 yılında cari fiyatlarla sabit sermaye yatırımlarının 164.753.3 milyar TL'ye ulaşması program hedefindedir. Yani 1991'e göre artış % 60.7 düzeyinde olacaktır. Bunun 73.339.9 milyar TL'si kamu kesimi, 91.418 milyar TL'si özel kesim için hedeflenmiştir. Sabit sermaye yatırımları içinde turizm sektörünün payı 1991'de olduğu gibi % 4.0 olarak öngörülmüştür. Yani 1992'de cari fiyatlarla 6.600.6 milyar TL'lik sabit sermaye yatırımı yapılması programlanmıştır. Bunun 5.408.4 milyar TL'si özel sektör, 1.192.3 milyar TL'si kamu sektöründe yapılacaktır.

1987-1991 yılları arasındaki sabit sermaye yatırımlarının cari fiyatlarla gerçekleştirmeleri ve 1992 yılı programı aşağıdaki tabloda görülmektedir.

TABLO:3 SABİT SERMAYE YATIRIMLARI
(Cari Fiyatlarla, Milyar TL)

<u>YILLAR</u>	<u>TURİZM YATIRIMLARI</u>			<u>TOPLAM YATIRIMLAR</u>		
	<u>KAMU</u>	<u>ÖZEL</u>	<u>TOPLAM</u>	<u>KAMU</u>	<u>ÖZEL</u>	<u>TOPLAM</u>
1987	131.4	244.3	375.7	7.547	6.546.5	14.093.9
1988	178	608	786	11.510	12.655	24.165.8
1989	184.6	1.356	1.541	17.351	20.935	38.304.2
1990	362.4	2.246	2.608	28.096	36.483	64.579.9
1991 ⁽¹⁾	682.8	3.412	4.095.0	46.632	55.890	102.523
1992 ⁽²⁾	1.192	5.408	6.600.6	73.339	91.418	164.758

(1) Gerçekleşme Tahmini

(2) Program Hedefi

Kaynak: Devlet Planlama Teşkilatı DPT.

b) Yabancı sermaye yatırımları: Yabancı sermaye ve turizm, Türkiye'de gündemden inmeyen iki önemli konudur. Yabancı sermayenin önemi, özelleştirme çalışmalarının gündeme gelmesi ile daha çok artmıştır. Türkiye'ye gelen yabancı sermayenin hangi alanlara kaydığını ve hangi sektörlerle yararlı olduğunu iyi değerlendirmekte büyük yarar vardır.

Turizmin gün geçtikçe öneminin artmasıyla beraber, bu sektörde yerli ve yabancı yatırımcılarda yatırımlarını yoğunlaştırmışlardır. Bu yoğunlaşmanın esas sebebi, turizm yatırımlarının diğer sektörlerde yapılan yatırımlara oranla daha kısa sürede gerçekleşebilmesi ve yatırımın kısa sürede kendini amorti ederek karlılığa geçmesidir.

Bilindiği gibi özellikle 1980'li yıllarla birlikte izlenen politika sonucu ve bu konuda yeni düzenlenen mevzuat sonucu, yabancı sermayenin ülkeye girişi önemli ölçüde artmıştır. Aşağıdaki tabloda 1987 yılından sonra izin verilen yabancı sermaye miktarının sektörel

dağılımı ve turizm sektörünün yabancı sermaye yönünden hizmetler sektöründen aldığı pay gösterilmiştir.

**TABLO:4 1987 YILINDAN SONRA İZİN VERİLEN YABANCI
SERMAYE MİKTARININ SEKTÖREL DAĞILIMI**
(Milyon Dolar)

<u>YILLAR</u>	<u>TARIM</u>	<u>İMALAT</u>	<u>MADEN</u>	<u>HİZMETLER</u>	<u>TOPLAM</u>
1987	6.69	273.75	6.86	249.18	536.40
1988	27.32	484.14	5.18	307.83	824.47
1989	9.80	900.99	10.69	549.04	1.478.46

Kaynak: TOBB 1991

Türkiye'de yabancı sermaye yatırımları 1987 yılından sonra hızlanmış ve 1987-1990 döneminde ortalama % 47 düzeyinde bir artış göstermiştir. 1991 yılında izin verilen yabancı sermaye değeri 1.909 milyon dolara varmıştır.¹⁵

Ülkemize gelen yabancı sermaye yatırımlarında 1987 yılından bu yana önemli artışlar olduğu gözlenmektedir. 1987 yılında turizm sektöründe yabancı sermaye yatırımları 280.16 milyon TL. olarak gerçekleşmiştir. Bu yılda turizmde yabancı sermaye yatırımlarının GSMH içindeki payı % 43 olarak gerçekleşmiştir. Bu pay 1990 yılında yükselmiş ve % 47'ye yükselmiştir.

1991 yolu sonu itibariyle ülkemizde bulunan yabancı sermayeli kuruluş sayısı 2040'tır.¹⁶ Bu kuruluşlarda bulunan yabancı sermaye tutarı ise 6.5 trilyon TL'sına varmıştır. Bu yabancı sermayeli kuruluş sayısında turizm sektörünün aldığı pay devamlı surette artış göstermiştir. 1987 yılında turizm sektöründe yaklaşık 80 yabancı firma faaliyette bulunmuştur. 1990 yılında bu rakam iki kat artarak 162'yi

¹⁵ "1992 Yılı Başında Türkiye Ekonomisi", ISO, Mart, 1992, s. 32.

¹⁶ Turizm Yıllığı, 1990, Türkiye Kalkınma Bankası.

bulmuştur.

Türkiye'de faaliyette bulunan yabancı firma sayısı içinde turizm sektörünün aldığı pay 1987 yılında % 9.5 iken, 1990 yılında % 8.9 olmuştur. Yani, turizm sektöründe yabancı sermayeli firma sayısı diğer sektörlerdeki kadar yüksek olmuştur. Ağırlık özel ve kamu yatırımlarıyla gerçekleştirilen yerli sermayededir. Fakat 1989 yılında Türkiye'de faaliyette bulunan yabancı sermayeli firma sayısı içinde turizm sektörünün aldığı pay % 10.2 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran 1990 yılında tekrar düşmüştür.

Mevcut olan yabancı sermaye ise aşağıdaki tabloda görülebileceği gibi devamlı surette artmış ve Türkiye'de bulunan mevcut yabancı sermaye toplamı içinde turizm sektörünün aldığı pay yükselmiştir. Bu yükseliş 1990'a kadar olmuştur ve 1989'da % 16.4 gibi bir orana yükselmiştir. 1990'da bu pay % 13.4'e düşmüştür. Aşağıdaki tabloda, Türkiye'de faaliyette bulunan yabancı sermaye toplamı içinde turizm sektörünün payı, 1987-1990 yılları arasındaki gelişimi rakamlarla gösterilmiştir.

TABLO:5 TÜRKİYE'DE FAALİYETTE BULUNAN YABANCI SERMAYE TOPLAMI İÇİNDE TURİZM SEKTÖRÜNÜN PAYI
(Milyon TL)

<u>YILLAR</u>	<u>FİRMA SAYISI</u>	<u>MEVCUT YABANCI SERMAYE</u>	<u>TOPLAM SERMAYE</u>
1987			
Toplam	839	435.568	960.035
Turizm	80	28.016	54.192
%	9.5	6.4	5.6
1988			
Toplam	1109	784.715	1.597.103
Turizm	84	95.995	170.037
%	7.6	12.2	10.7

1989			
Toplam	1541	2.406.835	4.847.829
Turizm	157	393.951	901.330
%	10.2	16.4	18.6
1990			
Toplam	1813	3.867.5	7.943.8
Turizm	162	521.4	13.4
%	8.9	13.4	20.2

Kaynak: DPT Yabancı Sermaye Raporu, Haziran, 1990.

Bilindiği gibi, turizm sektöründe yatırım yapacak yabancı sermayeli kuruluşlar, yatırım için gerekli sermayenin sağlanması, yatırım riskinin paylaşılması, yeni yönetim tekniklerinin uygulanması ve pazarlama imkanlarının artması gibi avantajları beraberinde getirmektedir. Fakat diğer taraftan, yabancı sermayeli turizm kuruluşlarının bazı dezavantajları da mevcuttur. Ayrıca, yabancıların tur operatörlüğü, paket program ve seyahat acentalığı gibi faaliyetleri, evsahibi ülkede fiziki yatırım yapmaksızın ve riskler üstlenmeksizin kar sağlamalarına neden olmaktadır.¹⁷

Bu nedenle, ülkemiz turizmde yabancı sermaye yatırımlarının avantaj ve dezavantajlarının birlikte ele alınıp, uzun vadede ülke ekonomisine net katkısının ne olacağını çok iyi değerlendirmelidir.

2-) Turizm Sektörünün İstihdama Etkisi

A) Turizm sektörünün istihdam özellikleri

¹⁷ Turizm Yıllığı, 1990, Türkiye Kalkınma Bankası, s.58-59.

Turizm sektöründe istihdamın özelliklerini başlıca şu şekilde sıralamak mümkündür.¹⁸

1-) Turizmin mevsimlik karakteri, istihdamı etkilemektedir.

2-) Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, turizm sektörü geleneksel sektörlerden büyük ölçüde işgücü transfer ettiği için yarı kalifiye ve kalitesiz işgücüne istihdam imkanı sağlar, Gelişmiş ülkelerde dahi, bu tür işgücünün sektör içi istihdamdaki oranı % 30'dur.

3-) Turistik işletmelerin kapasitesi arttıkça, burada istihdam edilecek personelin sayısında artmaktadır.

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

5-) Bu sektörün diğer bir özelliği, istihdam edilen kadın personel sayısının yüksek olmasıdır. Yani, ekonomi içindeki tüm sektörlerle kıyasla kadın personel sayısı oranı yüksektir.

6-) Bu sektörde istihdam edilenlerin eğitime tabi tutulup, tutulmaması gibi kıyaslanması gereken oranlar ülkelere, bölgelere ve işletmenin türüne göre farklılık göstermektedir.

7-) Turizm sektöründe çalışanlara getirilen özel çalışma koşulları, uzun çalışma saatleri, özel günlerde ve tatillerde yoğun çalışma saatleri onların ailevi yaşamını zorlaştırdığı gibi, sosyal bakımdanda bazı zorluklarla karşılaşmasına neden olmaktadır.

Turizm sektöründe görülen bu istihdamın özellikleri, sektörün esas itibarıyla emek faktörüne dayanmasından ileri gelmektedir. Çalıştırılacak olan işgücü turizmin mevsimlik karakterinden

¹⁸ Prof. Dr. Hasan OLALI, Doç. Dr. Alp TİMUR, "Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri", İzmir, 1986, s. 102.

etkilenmektedir. Turizm talebinin belirli aylarda yoğunlaşması, çalıştırılan işgücünün mevsimlik çalıştırılmasına neden olmaktadır. Turizm mevsiminde tam istihdama yaklaşılmakla birlikte, mevsim dışında istihdam azalmaktadır. Bu durum, toplumsal açıdan sosyal bir maliyet yaratmaktadır.

Turizmin istihdam üzerindeki etkisi, katma değer üzerine olan etkisi gibi incelenebilmektedir. Yani yaratılan istihdam hem turizm sektörü içinde doğrudan olmakta, hem de turizm sektörü için üretim yapan kesimlerde yaratılan dolaylı istihdam şeklinde olmaktadır. Dolaylı istihdamın ölçülmesinde büyük güçlüklerle karşılaşmaktadır.

Turizm sektöründe çalışmaya başlayan kişilerin yarattıkları istihdam dolaylı istihdam olmaktadır. Turizm sektöründe bu şekilde çalışma olurken diğer sektörlerden girdi alımlarında bulunurlar. Girdi alımında buldukları sektörde bir canlanma yaratırlar. İlgili sektörlerin bu canlılık sonucu emek istihdam etmeleri dolaylı istihdamı yaratır.

Genel olarak turizm talebinin artışı dolaysız istihdamı artırır. Turizm sektörünün diğer sektörlerle ilişkisi sonucu, marjinal tüketim eğiliminin ve paranın dolaşım hızının yüksek olduğu ülkemizde; turizm dolaylı istihdam etkisi de yaratmaktadır.

Turizmin, istihdam yoğunluğunun fazla olduğu bir sektör olması nedeniyle, bir ülkenin az gelişmiş bölgelerinde özellikle kıyısal bölgelerde, ek istihdamlar ve gelirler yaratmakta; böylece bölgesel dengesizlikleri ortadan kaldırmaktadır.

B) 1987 yılından sonra Türkiye'de turizmin istihdama etkisi

Her ülkenin temel amacı, ülkelerinin gelişmesi, kalkınmasıdır. Bu da ancak sanayi toplumuna dönüşmek suretiyle olur. Tarıma dayalı

bir toplumdaki sanayi toplumuna dönmek, beraberinde teknolojik gelişmeyi de getirir. Teknolojik gelişme demek, emekten büyük ölçüde tasarruf etmek demektir. Fakat bu durum yeni sorunlar doğurur. Hızlı bir nüfus artışı sonucu, işsizliğin giderek önemli boyutlara ulaşması tehlikesi bunlardan biri olmaktadır. Yani, sanayileşme beraberinde işsizliği getirmektedir.

Gelişmekte olan bu ülkelerde turizm, geniş istihdam olanakları yaratabilme açısından önemli bir sektör olmaktadır. Bu nedenle, ekonomik kalkınma ve ülkelerini sanayi toplumuna dönüştürmek yolunda olan bu ülkelerin turizmi ön plana çıkarması gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerde istihdamın kesimsel dağılımına bakıldığında, hizmetler kesiminin payının büyüklüğü göze çarpmaktadır. Aşağıdaki tabloda bazı seçilmiş ülkelerde istihdamın kesimsel dağılımı görülmektedir. Bu kesimsel dağılımda hizmetler sektörü ön plana çıkmaktadır. Özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde hizmetler sektörü diğer sektörler içinde daha büyük bir orana sahiptir. Bunun nedeni bu sektörün Amerikanın kalkınma ve gelişmesinde yadsınamayacak bir rolünün olmasından ileri gelmektedir. Mısır'a baktığımızda hizmetler sektörünün payının oldukça düşük olduğunu görürüz. Hizmetler sektörü diğer sektörlerle göre düşük olan Mısır'ın, ekonomik olarak kalkınma ve de gelişmeyi gerçekleştirememesindeki ana neden sektörler arasındaki dengeli kalkınmayı gerçekleştirememiş olmasından kaynaklanmaktadır.

TABLO:6 BAZI SEÇİLMİŞ ÜLKELERDE İSTİHDAMIN KESİMSSEL DAĞILIMI (%)

<u>ÜLKELER</u>	<u>TARIM</u>	<u>SANAYİ</u>	<u>HİZMETLER</u>
ABD	3.1	27.7	69.3
DANİMARKA	6.2	26.9	66.8
İNGİLTERE	2.6	31.1	66.4
FRANSA	7.3	31	61.3
JAPONYA	8.5	34.5	57.1
F. ALMANYA	5.3	40.9	53.7

YUNANİSTAN	28.5	28.1	43.4
TÜRKİYE	55.1	14.2	30.7
MISIR	46.0	20.0	34.0

Kaynak: TOBB 1991.

Tabloya baktığımızda ABD, Danimarka, İngiltere, Fransa, Japonya, F. Almanya gibi gelişmiş ülkelerde hizmetler sektörünün diğer sektörler arasındaki payı hayli yüksektir. Oysa Mısır gibi tarıma dayalı ekonomisi olan bir ülkede tarım sektörünün payı büyüktür. Gelişmiş ülkelerde hizmetler sektörünün payının yüksek olmasının sebebi, sanayileşmenin getirdiği istihdam sorununun olumlu hale çevrilmesi nedeniyledir.

Türkiye'deki duruma baktığımızda hala tarıma dayalı bir ekonominin sürmekte olduğunu görürüz.

Hizmetler sektörü içinde yer alan turizm kesiminin emek unsuru çok önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü, turizm işletmeleri, gerek mamül üretiminde ve hizmet sunmada, gerekse işlevlerinin yerine getirilmesinde geniş ölçüde insan gücünden yararlanır. Turizm kesiminde teknolojik yeniliklerin uygulanmasına rağmen, yine de işlevlerin büyük bir kısmı insanlar tarafından yapılmaktadır.¹⁹

Türkiye'de turizmin yarattığı istihdam açısından konaklama işletmeleri önem arz etmektedir. Çünkü, turizm olayında konaklama tesislerinin sayısı ve bu tesislerde istihdam edilen personel sayısı devamlı artmaktadır. Mevcut verilere göre, 1989 yılı sonunda sadece otel ve restoranlarda istihdam edilenler aşağıdaki tablodanda anlaşılacağı gibi 134.034 kişiye yaklaşmıştır. Oysa, 1987 yılında bu alanlarda istihdam edilenler 110.336 kişi olmaktadır.

¹⁹ Prof. Dr. Akın İLKİN, Doç. Dr. M. Zeki DİNÇER, "Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi", Ekonomik ve Sosyal Sorunlara Çözüm Önerileri Dizisi:2, 1991, s. 27.

TABLO: 7 TÜRKİYE'DE OTEL VE RESTORANLARDA İSTİHDAM EDİLENLER

YILLAR	OTEL VE RESTORANLARDA İSTİHDAM EDİLENLER
1987	110.336
1988	128.796
1989	134.034

Kaynak: TOBB 1991

Konaklama tesislerinin diğer bir özelliği de, burada çalışan elemanların büyük bir bölümünün kat hizmetleri, mutfak, bar ve restoran kısımlarında olmalarıdır. Konaklama tesislerinde erkekten çok kadınlar istihdam edilmektedir. Özellikle kat hizmetlerinde kadınlar görev almakta, ön büro, muhasebe departmanlarında da ağırlık olarak çalışmaktadırlar.²⁰

Türkiye'de tarım, endüstri ya da ticaret alanındaki ekonomik faaliyetlerde fazlaca gelişme şansına sahip bulunmayan Ege ve Akdeniz kıyılarındaki bir çok köy ve kasabada çoğu mevsimlik olmak üzere, önemli bir sermaye yatırımı gerektirmeyen basit ve geçici işyerlerinin açıldığı bölge halkı için geçici de olsa yeni iş ve istihdam olanaklarının doğduğu bilinmektedir. Bu işlerin önemli bir kısmı; otopark ya da tuvalet bekçiliği, su-gazoz satıcılığı, büfe ya da çay bahçesi işletmeciliği bahçıvanlık, hizmetçilik ve seyyar satıcılık gibi marjinal sektörlerde ortaya çıkmakta, ancak bölge halkı için çok önemli bir iş ve gelir kaynağı oluşturmaktadır.

Turizmin yarattığı dolaylı istihdamın Türkiye açısından tarımdaki gizli işsizlik, kırsal bölgelerden kentlere akın ve yurt dışında

²⁰ Prof. Dr. Akın İLKİN, Doç. Dr. M. Zeki DİNÇER, *Turizm*, s. 30.

çalışan işçiler gibi sorunların çözümüne katkı sağlaması nedeniyle de büyük bir önemi bulunmaktadır.²¹

3- Türkiye'de Turizm Sektörünün 1987 Yılından Sonra Ödemeler Dengesi Üzerinde Katkısı

Gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarından biri kronik olarak döviz darboğazı ile karşılaşmalarıdır. Tarım sektörü ve sanayi sektöründe ürün ihracatı, çoğu gelişen ülke için en önemli döviz kaynağı olmaktadır. Fakat, her ne kadar iyi bir döviz kaynağı olsa da artan ithalatı karşılayamamaktadır. Sanayinin korunması veya ithal ikamesi politikaları yoluyla döviz tasarruf edilmeye çalışılmaktadır. Ne var ki bu durum, gelişmekte olan ülkenin iç pazarlarının darlığı gibi sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu yüzden gelişmekte olan ülkeler, turizmi geliştirilmesi önem arz eden bir sektör olarak görmektedirler. Bir çok ülkede turizmi geliştirme amacının temel çıkış noktası döviz getirisi sağlamaktır.

Turistik mal ve hizmetlere ödenen bedeller, karşılıklı döviz akımı doğurarak döviz artışına veya azalışına neden olmaktadır. Bu da ödemeler dengesini olumlu veya olumsuz olarak etkilemektedir. Aslında konuya geniş boyutlar içinde bakıldığında, bir ülkenin turizmden kaynaklanan döviz girdisiyle döviz çıktılarını belirlemek zordur. Döviz girdileri olarak yabancı ziyaretçilerin harcamalarının yanında, ayrıca turistik yatırım amacıyla gelen yabancı sermaye, yabancıların yaptıkları turizm amaçlı reklam, promosyon harcamaları,²² yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyonlar, el sanatları ve hediyelik eşya satışları, dış ülkelerin ulusal turizm bürolarının harcamaları gibi diğer döviz girdilerinde hesaba katılması gerekir.

Diğer taraftan, döviz çıktısı olarak yurt dışına giden

²¹ Tunay AKOĞLU, "Türkiye Ekonomisinde Turizm", İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul, 1966, s. 20.

²² Promosyon harcamaları, satıcıların satışı arttırmak amacıyla yaptıkları harcamalardır.

vatandaşların harcamalarının yanında, ayrıca turistik yatırım amacıyla ülke dışına çıkan sermaye, yabancı turizm yatırımlarının kendi ülkelerine kar transferi, dış ülkelerde yapılan turizme yönelik reklam, promosyon giderleri, ülkede inşa edilen konaklama tesisleri için gerekli teçhizat alımı, ülke dışında eğitilen turizm personelinin eğitim ve diğer giderleri, dış ülkelerdeki ulusal turizm bürolarının giderleri, yabancı turizm işletmelerine yapılan komisyon ve diğer ödemeler gibi diğer döviz çıktılarının tümünde dikkate alınması gerekir.²³

Ülkemizin kalkınma sürecinde gerekli yatırım yapılabilmesi için hammadde, ara malı ve yatırım malına ihtiyaç vardır. Bunların büyük bir bölümü diğer ülkelerden ithal edilmektedir. Bu ithal zorunluluğu nedeniyle, dış ticaret devamlı ve önemli miktarda açık vermektedir. Açığın kapatılması ancak ithalatın kısılmasıyla sağlanabilecektir. Fakat bu durum piyasada durgunluk yaratacak, yatırımları ve istihdamı olumsuz yönde etkileyecektir. Yapılacak en iyi şey, ihracatın artırılması veya döviz getiren diğer kaynakların geliştirilmesidir. Bu aşamada turizm ve özellikle işçi dövizleri önem kazanmaktadır. Türkiye'nin ödemeler dengesinin devamlı açık vermesi nedeniyle dövize gereksinim duyulması, turizmin ekonomimize bu yönde büyük katkılar sağlayacağı düşüncesinin ağırlık kazanmasına neden olmuştur.

Aslında ülkemizin ihracatı 1981 yılından sonra gözle görülür bir gelişme kaydetmiştir. 1991 yılında 12 milyar ABD dolarını geçmiştir. Ama ithalat da artarak, 1991'de 20 milyar ABD dolarını geçmiştir.

İhracattaki bu gelişmeye rağmen ithalat da olan artış dış ticaret açığını ortaya çıkarmıştır. Aşağıdaki tabloda 1987 yılından sonra dış ticaret dengesi gösterilmiştir.

²³ Prof. Dr. Akın İLKİN, Doç. Dr. M. Zeki DİNÇER, *Turizm....*, s. 20.

**TABLO: 8 TÜRKİYE'DE 1987 YILINDAN SONRA DIŞ TİCARET
DENGESİ
(MİLYON DOLAR)**

<u>YILLAR</u>	<u>İHRACAT</u>	<u>İTHALAT</u>	<u>DIŞ TİCARET AÇIĞI</u>
1987	10.190.0	14.163.1	-3.973.1
1988	11.662.1	14.339.7	-2.677.6
1989	11.625.0	15.792.0	-4.167.0
1990	12.960.0	22.302.0	-9.342.0
1991 ⁽¹⁾	14.100.0	21.000.0	-6.900.0
1992 ⁽²⁾	15.800.0	23.300.0	-7.500.0

(1) Tahmin

(2) Program Hedefi

Kaynak: TOBB 1991

Türkiye'de dış ticaret açığı 1987'den sonra azalmıştır. 1988 ve 1990 yılında dış ticaret açığı artarak en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 1991 yılında bu açığın 6.900.0'a düştüğü tahmin edilmektedir.

Dış ticaret açığının kapanmasında turizm sektöründe elde edilen döviz gelirlerinin payı çoktur. 1992 yılında 15.800.0 milyon dolarlık bir ihracat program hedefine alınmıştır. İthalattaki rakam ise 23.300.0 milyon dolar olarak hedeflenmiştir. Eğer programdaki hedefe ulaşırsa 1992 yılında dış ticaret açığının 7.500.0 milyon dolar olarak beklemek normaldir.

Peki bu dış ticaret açığı nasıl kapatılacaktır? Dış ticaret açığını kapatmanın bir yolu ancak turizm gelirlerinin artırılması ile mümkün olacaktır. Turizm gelirlerindeki artış ithalat ile ihracat arasındaki bu olumsuz farkı kapatacaktır.

Türkiye'de turizm gelirlerinde artış 1984 yılından sonra hızlanmıştır. 1984 yılından itibaren turizm gelirlerinin hızlanmasında Türkiye'ye olan turizm talebinin artmasının yanında, turizmin gelirini belirleme yönteminde yapılan değişikliğinde etkili olduğu bir gerçektir. 1978 yılına kadar Maliye Bakanlığı, 1978-1983 yılları arasında da Merkez Bankası kayıtlarından alınmakta olan turizm geliri rakamları, 1984 yılından itibaren Anket Yöntemi ile belirlenmektedir.²⁴

Türkiye'nin 1987 yılından beri sağladığı turizm gelir ve turizm gider dengesi aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

TABLO: 9 TÜRKİYE'NİN TURİZM GELİR VE GİDER DENGESİ
(1.000 \$)

<u>YILLAR</u>	<u>TURİZM GELİRİ</u>	<u>TURİZM GİDERİ</u>	<u>NET GELİR</u>
1987	1.721.117	447.739	1.273.378
1988	2.355.295	357.966	1.997.329
1989	2.556.529	565.000	1.991.529
1990	3.308.400	520.000	2.788.400
1991 ⁽¹⁾	2.650.000	550.000	2.100.000
1992 ⁽²⁾	4.000.000	700.000	3.300.000

(1) Tahmin

(2) Program Hedefi

Kaynak TOBB 1991

1990 yılında sağlanan turizm gelirleri dikkate alındığında, Türkiye ekonomisi içinde turizm sektörünün yeri ve önemi, aynı zamanda dış ödemeler dengesinde nasıl önemli bir konumda olduğu anlaşılır. 1990'da sağlanan turizm gelirleri 3 milyar 308 milyon 400 bin dolara eşittir. Aynı yılın tarım ve tarıma dayalı sanayi ihracatının

²⁴ Prof. Dr. Akın İLKİN, Doç. Dr. M. Zeki DİNÇER, *Turizm....*, s. 22.

toplamından daha fazladır. 1990 yılında tarım ürünlerinin ihracatı 948 milyon dolar, tarıma dayalı sanayi ihracatı 2 milyar 223 milyon dolar olmuştur. Oysa turizm'den sağlanan gelir tarım ürünleri ve tarıma dayalı sanayi ihracatından sağlanan gelirden daha büyüktür.

1990 yılında ithal ettiğimiz yakıt ürünlerine ödenen değer in % 85'ini karşılayabilecek döviz, turizm yoluyla ülkeye girmiştir.

1987 yılında turizm geliri, tarım ve tarıma dayalı sanayi kesiminin ihracatının yarısı kadar döviz getirisi sağlamıştı. 1992 yılında ise 4 milyar dolarlık bir döviz getirisi beklenmektedir.

Turizm gelirleri 1987 yılından beri bu şekilde artarken, turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranında artmıştır. 1987 yılında turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı % 16.9 iken, 1990 yılında % 25.5'e çıkmıştır. Turizm gelirlerinin dış ticaret dengesine oranı ise turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranının tersine düşme eğilim göstermiştir. Bu düşüş 1988 yılından sonra hızlanmıştır.

TABLO: 10 TURİZM GELİRLERİNİN İHRACATA VE DIŞ TİCARET DENGESİNE ORANI (MİLYON DOLAR)

YILLAR	TURİZM GELİRLERİ	İHRACAT	GELİRİN İHRACATA ORANI %
1987	1.721.1	10.190.0	16.9
1988	2.355.3	11.662.1	20.2
1989	2.556.5	11.625.0	22.0
1990	3.308.4	12.960.5	25.5
1991 ⁽¹⁾	2.650.4	14.100.0	18.7
1992 ⁽²⁾	4.000.0	15.800.0	25.3

<u>YILLAR</u>	<u>DIŞ TİCARET DENGESİ</u>	<u>TURİZM GELİRLERİNİN DIŞ DENGESİNE ORANI %</u>
1987	-3.973.1	43.3
1988	-2.677.6	88.0
1989	-4.167.0	61.4
1990	-9.342.0	35.4
1991(1)	-6.900.0	38.4
1992(2)	-7.500.0	53.3

(1) Tahmin

(2) Program Hedefi

Kaynak: TOBB 1991

Tablodanda anlaşılacağı gibi, 1990 yılında 25.5'e çıkan turizm gelirlerinin ihracata oranı, 1991 yılında düşüş göstermiştir. Bu oranın 18.7 olması tahmin edilmektedir. 1992 yılında hedef ise bu oranı tekrardan eski seviyesine ulaştırmaktır.

II- TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN DİĞER SEKTÖRLERLE OLAN ETKİLEŞİMİ

Turizm sektörü bilindiği gibi hizmetler sektörü içinde yer almaktadır. Turizm taşıdığı özellikler nedeniyle devamlı diğer sektörlerle yakın ilişki içindedir. Turizm sektörü, bütün sektörlerden yararlanmaktadır. Özellikle tarım ve sanayiden büyük oranda yararlanma söz konusudur.

Ülke ekonomisinde iç ve dış turizmin canlanması tüketimi arttırır. Bu canlanma tüketicinin gelirine bağlıdır. Tüketicinin gelirinin artmasına paralel artan tüketim, özellikle tarım sektöründe ve turizm sektörü ile birlikte diğer sektörlerde bir canlanma ve harekete neden

olur.

Turistlere hizmet sunma durumunda olan hizmetler, sanatlar ve ticaret biçimlerinde turistin yerli ve yabancı turist olmasına göre büyük çeşitlilik görülür. Çünkü, bir yerli turist ile bir yabancı turistin ihtiyaçlarının karşılanması arasında büyük fark vardır. Turistlerin yaşantısı, barınma ve beslenme gibi olağan, sağlık ve kaza gibi olağanüstü ve oyun, eğlence, spor gibi tatil yaşantısı ile ilgili ihtiyaçlarının karşılanması arasında fark vardır.²⁵ İşte bu farkın olması ve her geçen gün artması sonucu, turistik yaşantının etkisi altında kalan hizmetler, sanatlar ve ticaret biçimlerinde büyük bir çeşitlilik görülür.

Bir ekonomik turizm çeşitli aşamalardan geçerek gelişir. Her aşamada turizmin diğer sektörlerle olan etkisi farklılaşır. Bu aşamaları 5'e ayırabiliriz.

Birinci aşamada, turizm olağan bir tüketim tipi düzeyindedir. Bu aşamada insanların genel ihtiyaçlarının karşılanmasındaki özellikleri taşır.

İkinci aşamada, yazlık, çeşitli yapı düzenlemeleri, kiralık tesisler, kamp alanları düzenlemeleri, konaklama ve yiyecek-içecek tesisleri yapımı, yol inşaatları, konaklama merkezlerinin daha iyi düzenlenmesi, ortak spor ve kamu alanlarının düzenlenmesi önem kazanır. Turizm, inşaat ve sanayi sektörleri ile bu aşamada önemli bir ilişki içindedir.

Üçüncü aşamada, daha çok yüksek maliyetli hizmetlerde canlılık görülür. Çünkü, bu aşamada rahatlık ön plana geçer. Rahatlığı artırıcı ve ihtiyaçların giderilmesini kolaylaştırıcı üretim ve hizmetlerde canlılık meydana gelir.

²⁵ Prof. Dr. Hasan OLALI, Doç. Dr. Alp TİMUR, *Turizmin Türk Ekonomisindeki yeri*, İzmir, 1986, s. 110.

Dördüncü aşamada, güvenlik önemlidir. Seyahat veya iş amacıyla ülkeye gelen turistlerin, can ve mal güvencesi sağlamaya çalışılır. Bu aşamada sağlık donanımı, bankalar, sigorta hizmetleri ve emniyet teşkilatı turizmdeki gelişmeden etkilenir.

Beşinci aşama, lüks tüketimdir. Artık bu son aşamada lüks turizme geçilmiş olması nedeniyle, sektöre mal ve hizmet üreten kuruluşların üretim kalitelerinde bir artış olur.

Bu şekilde turizmin geçtiği aşamalar diğer sektörler üzerinde farklı etkiler yaratıp, turizm sektörü ile bu sektörler arasında yaratılan dolaylı etkiden kaynaklanan sürükleyici bir rol ortaya çıkar.

Turizm sektörü ile diğer sektörler arasındaki etkileşimi şu üç grup altında inceleyebiliriz:

- 1- Turizmin tarım sektörüne etkisi
- 2- Turizmin sanayi sektörüne etkisi
- 3- Turizmin hizmet sektörüne etkisi

1-) Turizmin Tarım Sektörüne Olan Etkisi

Turizmde olan gelişme tarım sektörüne etki ederek bu sektöründe gelişmesine etki eder. Turizmin gelir etkisinin artması, tarım sektöründe üretim kalitesinin artmasına, standardizasyonunun sağlanmasına ve en önemlisi kaliteli ürünün değerini bulmasına neden olur.²⁶ Turizmde talebin artması tüketimi hızlandırır. Bu tüketime cevap vermeye çalışan turizm hizmet kesimi daha çok mal ve hizmet arz etmek ister. Arz etmek istediği mal ve hizmetlerden birisi de, tarımsal ürünlerdir. Bu nedenle tarımsal faaliyette bulunan kişi ve

²⁶ Prof. Dr. Hasan OLALI, Doç. Dr. Alp TİMUR, Turizmin..., s. 110.

kurumlarla her zaman ilişki içindedirler. Tarımsal faaliyette bulunanların turizm kesiminden gelecek isteklere cevap vermesi ve hatta çeşitli alternatifler ortaya koyarak değerlendirmesi onların turizmden, daha yüksek gelir sağlamalarını mümkün kılar.

Tarım sektörünün yerli halkın tarımsal ürün talebi yanında, turizm mevsiminde yaratılan ek talebi karşılayacak bir düzeyde faaliyette bulunması bir canlanmaya neden olur. Özellikle turizm mevsiminde olan kısa süreli bölgesel fiyat artışları sonucu tarım sektörü toplam hasılatını arttırma şansına erişir. Turizm mevsimindeki bu kısa süreli bölgesel fiyat artışının sebebi, artan talebe karşı arzın dengeye gelmesi olmaktadır.

Turistik yiyecek-içecek işletmelerinin tarım ürünleri ve turfanda meyve sebze talepleri de tarım sektörün de bir canlanmaya neden olur. Fakat bu canlanmanın olabilmesi için yalnızca talep yeterli değildir. Aynı zamanda arzında buna etkili bir şekilde cevap verebilmesi şarttır. Bu durumun sağlanması ise, ancak dünya standartlarına ve kalitesine yakın ürünün üretilmesiyle olacaktır. Bitkisel ürünler, hayvancılık ve su ürünlerinin pazar bulması, ancak turistlerin aradığı özelliklerin bu ürünlerde bulunması durumunda kolaylaşır.

Turizm sektöründe faaliyette bulunanların değişik alternatifleri değerlendirerek turizmden gelir sağlamaları mümkündür. Örneğin, tarım kesiminde çalışan çiftçiler yaz aylarında boş arazilerini ve otlaklarını karavan ve kamping alanı olarak turizme açabilirler. Bu şekilde elde edilen gelir en karlı tarımsal üretimden elde edilen gelirden daha fazladır. Çünkü, bu şekilde elde değerlendirilen arazilerin çiftçiye maliyeti düşüktür. Yani, bu alanların kiralanması, çiftçinin düşük maliyetlere katlanarak en karlı tarımsal üretimden daha fazla gelir elde etmesini sağlar.²⁷

Hem turizmin hem de tarımın mevsimlik iş özelliği nedeniyle

²⁷ A.g.e. s. 110.

burada çalışan halkın iki sektörde de faaliyette bulunmaları ve ek bir gelir imkanı sağlaması mümkündür.

Tarım sektöründe ortaya çıkan mevsimlik işsizlik sonucu işsiz kalan yöre halkını, turizm yarattığı istihdam imkanları ile kendine çeker. Böylelikle mevsimlik işsizlik azalır. Aynı zamanda tarımsal faaliyette bulunan bu halk hem zamanını iyi bir şekilde değerlendirir hem de turizmden gelir sağlar.

Turizmden gelir elde etmek amacıyla arazilerini işletenler tarım sektöründe bazı problemler ortaya koyar. Çiftçilerin bu tür tesisleri kurmak amacıyla yaptığı yatırımlar da bulunmaları, tarımın gelişmesi için araç, gereç ve teçhizata ayırdıkları para miktarının azalmasına yol açar.

Ancak, marjinal tarımsal alanların turizme ve rekreasyona açılması, bu alanlarda verimli tarımsal faaliyetlerde bulunmanın imkansızlığı nedeniyle faydalı olmaktadır.

Türkiye'de ekonomik nedenlerle arazilerini turizme açanların sayısı azdır. Bunun sebebi, tarım ile turizmin bir uyum içinde gelişmesi zor olmaktadır. Eğer dengeli bir kalkınma sağlanırsa bu zorluğun ortadan kalkması mümkündür.

Tarım sektörü ve turizm sektörünün birbiri ile uyum içinde olması ancak bunların izlediği politikaların birbirini desteklemesi ile mümkündür. Bilindiği gibi tarım politikamızın temel amaçları;²⁸

- normal zamanlarda Türk toplumunun gıda ihtiyacını karşılamak,

- bunalım dönemlerinde toplumun gıda ihtiyaçlarının karşılanmasını garanti altına almaya hazırlıklı olmak,

²⁸ A.g.e. s. 112.

- uzun vadede tarımsal üretim potansiyelini korumak,
- tarıma elverişli toprakları muhafaza etmek
- tarım üreticisinin ürününü değerlendirerek, alın terinin tam karşılığını almasına sağlamak, yaşam düzeyini yükseltmeye imkan verecek düzenli ve yeterli bir gelir elde etmesini garanti etmektir.

Turizm gördüğü fonksiyonlarla tarım politikalarının temel amaçlarına ulaşmasında yardımcı olacaktır.

2- Turizmin Sanayi Sektörüne Olan Etkisi

Turizm sektörünün sanayi sektörüne etki etmesi sanayi sektörünün ne tür mal ürettiğine bağlı olarak değişmektedir. Bilindiği gibi, sanayi sektörü üç tür mal üretmektedir:

- 1- Tüketim malı
- 2- Ara malı
- 3- Yatırım malı

Tüketim malı üreten sanayilerle turizm içiçedir. Turizmin bu tür sanayi dalı üzerinde etkisi fazladır. Tüketim malı üreten sanayiler turistik ihtiyaçlara yönelik malları üretirken turistik standartlara uygun olmasına çalışırlar. Örneğin, gıda ve içki sanayilerinde üretilen malların turistik standartlara uygun olması gibi.

Ara malları üreten sanayilerde ise, daha çok hediyelik eşyalar üzerinde turizm etkilidir. Özellikle deri ve deri mamülleri ile seramik sanayi revaçtadır. Deri ve deri mamülleri bir ihraç kaynağı olmaktadır. Bunların turistlere satılması ise ek bir ihracat olmaktadır. Nitekim,

Türkiye'de 1991 yılında deri ihracatı 50 milyon dolar düzeyinde olmuştur. Bunda turizm sektörünün etkisi vardır.

Yatırım malları üreten sanayiler üzerinde turizmin etkisi oldukça azdır. Ancak, yatırım malı grubuna giren taşıt araçları üreten sanayilerde turizmin gerektirdiği bazı değişiklikler yapılması söz konusu olur.

Turizmde olan gelişmeye paralel olarak turistik yatırımlar artacaktır. Bu artış sonucu inşaat sektörüne olan ihtiyaç artacaktır. İnşaat malzemesi satan kurum ve kişilerin gelirlerinde bir artma olacaktır. Aynı zamanda inşaatlarda istihdam edilen personele daha çok ihtiyaç duyulacak ve işsizlik azalacaktır. İnşaatlarda istihdam edilen personelin geliri artacaktır. Gelir tekrar harcandığı zaman bu ek talep yaratacaktır. Bu ek talebin bir kısmı sanayi sektörüne yansiyacaktır. Talebe cevap vermek isteyen sanayi sektöründe devamlı kendisini yenilemek ve geliştirmek zorunda kalacaktır. Turizm sektöründe bir konaklama tesisinin inşasında toplam yatırım harcamalarının dağılımı (arsa hariç) şu şekildedir:²⁹

İnşaat	45-55
	<u> </u>
	%
Tesisat	20-25
Mefruşat ve	
Teçhizat	15-18
Proje	5-7
Beklenmeyen	
Giderler	3-4

Türkiye'de turizm sektörü ile inşaat sektörü birbiriyle en yakın ilişkide olan sektördür. Turizmdeki düzenlemelerin ve özendirmelerin katkısıyla, Türkiye'de turistik işletme belgeli tesislerin sayısı 1966'da 165 iken, 1990 yılı sonunda 1260'a ulaşmıştır. Bu artışın olmasında,

²⁹ A.g.e. s. 114.

Türkiye'de turizmin geliştirilmesi amacıyla 12 Mart 1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizm Teşvik Yasasının payı büyüktür. Açılan turistik konaklama tesislerinin çoğu batı ve güney batı sahillerindedir.

Turizm sektöründe konaklama tesislerinin sayısında olan bu artış sonucu inşaatlarda çalışan personeline sayısı artmıştır.

Turizm sektörünün sanayi sektörü malları içinde en çok faydalandığı tüketim malıdır. Özellikle gıda, içki ve tütün Türkiye'de turistler tarafından en çok tüketilen bir konumdur. Yiyecek ve içecek grubuna giren bu tüketim mallarının yabancı turistlerin tüketim harcaması grubu içinde % 23.3'lük bir paya sahip olduğu görülür.

Türkiye genelinde ele aldığımız zaman, gıda tüketimi 1987'de toplam harcamanın % 32.02'sini oluşturmaktadır. Bir ayda ortalama gıda harcama toplamı 851.086.597 BİN TL. olmaktadır.

3- Turizmin Hizmet Sektörüne Olan Etkisi

Turizm sektörünün gelişmesi, bu sektörde olan canlanmanın artması, ulusal ekonomik yapıda değişmelere yol açmaktadır. Bu değişmelerden biri de hizmetler sektörünün önem kazanmasıdır. Turizm sektörünün hizmet sektörünün bir alt sektörü olması nedeniyle olan değişmeler ve gelişmeler hizmet sektörüne de etki etmektedir.

Turizm geliştirmekte olan ülkelerde ekonomik kalkınmayı gerçekleştiren faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir. İşsizliğin önlenmesi veya azaltılması amacıyla izlenen ekonomik politikalar, emek-yoğun üretim biçimini benimsemektedir. Bu nedenle daha çok emek-yoğun üretim tekniği olan sektörler önem kazanmaktadır. Turizm de emek-yoğun bir sektör olduğu için taşıdığı önem ayrıdır.

Hizmetler sektöründeki ticaret, sanat ve hizmet işletmelerindeki kalite artışı turizm sektörüne etki etmektedir.

Kaliteli bir şekilde sunulan hizmet turistik talebi arttıracaktır ve bu durum işletmelerin optimum boyutlara ulaşmasını sağlar.

Turizmin piyasa fonksiyonunu harekete geçirerek üçüncü üretim sektörü üzerindeki etkilerini şu şekilde sıralayabiliriz:³⁰

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

2- Donatım sanatları ile ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (Elektrikçi, boyacı, demirci, inşaat işçiliği gibi).

3- Konforla ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (Moda evleri, spor malzemesi, parfümeri, gazeteci, çiçekçi, pastahane, çay salonu gibi).

4- Yardım ve güvenlik hizmetleri ile ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (Sağlık tesisleri, banka, sigorta, polis gibi).

5- Lüks hizmetlerle ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (Kuyumcu, gece kulüpleri, sauna, rehber, monitörler, antikacılar gibi).

Türkiye'de turizm özellikle güney ve ege sahillerinde üçüncü üretim sektörünü geliştirmiştir. Bir cari tüketim olan ekmek, 1984 yılında Türkiye'ye gelen yabancı turistler tarafından 7.425 ton civarında tüketilmiştir. Aynı şekilde bir cari tüketim olan et de 7.425 ton civarında tüketilmiştir.

Üçüncü sektörde olan bu gelişmeler sonucu istihdam da bu sektörde yükselmiştir. İstihdamdaki bu yükselişe artan turistik talep sebep olmuştur. Artan turistik talep, üçüncü sektörde daha çok personel

³⁰ Hasan OLALI, "Turizmin Sağladığı Dışsal Ekonomiler, Turizmin Sosyal Yararı ve Sosyal Maliyeti", İşletme Fakültesi Dergisi, İzmir, 1988, S. 3, s. 5.

istihdam edilmesi gerektiğini ortaya çıkarmıştır. Nisan 1990 verilerine göre, işgücünün % 35.4'ü hizmetler sektöründe çalışmaktadır. Sayısal olarak belirtirsek; sivil istihdamın 6.560.000 kişisi hizmetler sektöründe çalışmaktadır.

İstihdamdaki bu artış, hizmet sektörünün gayri safi milli hasılaya olan katkısını arttırmıştır. 1991 yılında hizmetler sektörünün gayri safi milli hasıla (GSMH)'dan aldığı payı arttırmıştır.

İstihdama büyük katkısı ve hizmet sektörüne talep yaratması bakımından turizm sektöründen yararlanılması akılcı bir yoldur ve ihtiyaçtır.

Turizm sektörü, hizmetler sektörü içinde yer alan yardım ve güvenlik hizmetleri ile ilgili üçüncü üretim sektörü üzerinde de bir etkinliğe sahiptir. Türkiye'de turizm faaliyetlerini arttırmak amacıyla yapılan çalışmalar yardım ve güvenlik hizmetlerinin gelişmesini sağlamıştır. Doğu Karadeniz Bölgesinde olan yaylaların turizme açılması için, yol durumları, belli merkezlere uzaklıkları, PTT, sağlık hizmetleri, tarihi yerleri, konaklama olanakları, yaylaları birbirine bağlayan yaya ve trafik akışları vs. incelenip, ilgili çalışmalar yürütülmektedir.

Türkiyede özellikle lüks hizmetlerle, konforla ilgili hizmetler içeren üçüncü sektör ön plandadır. Yardım ve güvenlik sektörü daha büyük önem taşımasına rağmen bu üçüncü sektörler gelişmiştir. Bu gelişmenin ardında Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yarattığı talep yatmaktadır. Lüks hizmetlerle, konforla ilgili hizmetlerde çalışan personel sayısı da fazladır. Bu fazlalık işin cazibesinden gelmektedir. Bir diğer durumda burada yaratılan katma değer yüksek olmasıdır.

III- TÜRKİYE'DE 1987 YILINDAN SONRAKİ TURİZM POLİTİKALARI

1- V. Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Politikaları

Türkiye turizmde büyük bir potansiyele sahiptir. Fakat bu potansiyel yeteri kadar değerlendirilmemektedir. Devlet ve özel sektör turizmin önemini geç kavramıştır. Ancak, iyi niyetli bir takım çalışmalarla turizm belli bir yere gelebilmiştir. Yine de bir sorunumuz vardır. O da Türkiye'nin Milli Turizm Politikasının olmayışındır. Türkiye'yi tanıtmak için etkin bir turizm politikası yoktur.

İlk dört dönemlik planlı yıllarda turizm gelirleri ve turist sayısı gelişme göstermesine rağmen yetersiz kalmıştır. Hatta zaman zaman olumsuz yönde dengeler yaratılmıştır. Ancak, 80'li yıllardan başlayarak, gerek net turizm gelir dengesinde, gerekse bu gelirlerin GSMH içindeki payında, olumlu yönde gelişme eğilimi dikkati çekmektedir.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (1985-1989) turizmin geliştirilmesi için pek çok ilke ve politikalar yer almaktadır. Fakat bu ilke ve politikalar yeteri kadar uygulanamamıştır. Bu başarısızlıkta bir takım faktörler rol oynamaktadır.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm için belirlenen ilke ve politikaları şu şekilde sıralayabiliriz:³¹

1- 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.

2- Türkiye; OECD ve OPEC ülkelerinin yanısıra Balkan ve Üçüncü Dünya Ülkeleri ile turistik ilişkilerini geliştirecektir.

3- Kitle turizmine öncelik verilecek ancak bireysel turizmde

³¹ Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989), T.C. Devlet Planlama Teşkilatı, s. 120

ihmal edilmeyecektir. Çalışanlara en uygun şartlarda tatil yapmaları ve dinlenmeleri sağlanacaktır.

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

5- Doğal ve kültürel çevre değerlerinin turizm amaçlı kullanımından koruma stratejileri ile turizm geliştirme stratejilerinin entegrasyonu sağlanacaktır. Turizm kaynakları envanteri ile fiziksel planlama çalışmalarında ilgili kamu kuruluşları, bilim kurumları, gönüllü kuruluşlar ve özel sektör kurumları arasında işbirliği sağlanacaktır.

6- Turizm Bankasının doğrudan yatırım yapması yerine fonların kredi olarak kullanılması tercih olunacaktır.

Bu ilke ve politikalara 85-89 dönemi arasında tam olarak sadık kalınmamıştır. Örneğin, turizm potansiyeli değerlendirilirken çevrenin korunması ilkesine yarıyarıya bağlı kalınmıştır. Nitekim, yapılan bir ankette 1988 yılında Türkiye'de göze çarpan çevre sorunu olup olmadığına % 57.6'lık bir kesim çevre sorununun olduğu şeklinde bir cevap vermiştir. Bu çevre sorununun da en çok deniz, göl ve ırmaklardan kaynaklandığı görüşündedirler.

Turizme yönelik özkaynaklarla ilgili olarak, çevre kirlenmesi beş önemli noktada ele alınabilir:

1- Su kirlenmesi

2- Toprak-hava kirlenmesi

3- Tarihi ve doğal değerlerin tahribi

4 - Çarpık yapılaşma

5- Gürültü

Türkiyenin diğer bir politikası da diğer dünya devletleri ile turistik ilişkilerini geliştirmesidir. Türkiye'nin OECD, OPEC ülkelerinin yanı sıra Balkan ve Üçüncü Dünya ülkeleri ile turistik ilişkileri artmıştır. Ama ön sırayı yine OECD ülkeleri korumuştur. OECD ülkeleri okyanus aşırı OECD ülkelerini de dikkate aldığımızda, ülkemizi ziyaret edenlerin % 60'ını oluşturmaktadır. Doğu Avrupa'nın payı %2.7, Ortadoğu'nun payı % 5.4, Güney batı Asya'nın payı % 5.2, Afrika'nın % 1.7'dir.

1984'ten günümüze kadar Türkiye'ye gelen yabancıların sayısı devamlı artış göstermiştir. Türkiye'ye gelen yabancıların sayısındaki bu artış bize göstermektedir ki, Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında hedeflenen turist giriş sayısı amacına ulaşmıştır.

Aşağıdaki tabloya baktığımızda 1989 yılında Türkiye'ye gelen yabancıların milliyetlere göre dağılımı hakkında bir bilgi edinmek mümkündür.

**TABLO: 11 1989 YILINDA TÜRKİYE'YE GELEN YABANCILARIN
MİLLİYETLERE GÖRE DAĞILIMI
(1000 Kişi)**

<u>MİLLİYET</u>	<u>1984</u>	<u>1989</u>
Almanya	241.7	897.0
Avusturya	71.2	156.9
Belçika	21.4	47.5
Danimarka	7.8	32.4
Finlandiya	10.2	69.6

Fransa	103.4	283.5
Hollanda	27.1	106.7
İngiltere	89.7	405.9
İspanya	19.4	56.2
İsveç	10.1	66.8
İsviçre	28.1	77.9
İtalya	65.8	154.1
Norveç	6.3	25.7
Yunanistan	179.3	277.3
Diğer Av. OECD	4.9	32.2
<u>Avrupa OECD</u>	<u>886.7</u>	<u>2689.7</u>
Avustralya	17.7	33.6
Y. Zellanda	4.9	9.6
A.B.D.	213.3	204.5
Kanada	18.1	31.6
Japonya	13.1	32.3
<u>Toplam OECD</u>	<u>1153.0</u>	<u>3001.3</u>
Bulgaristan	59.8	15.6
Çekoslavakya	9.9	11.9
Macaristan	44.1	194.4
Polonya	46.3	196.4
Romanya	20.2	13.2
SSCB	15.3	43.4
Yugoslavya	179.7	217.3
Diğer Avrupa	2.8	3.5
<u>Avrupa Toplam</u>	<u>378.1</u>	<u>695.7</u>
Cezayir	3.8	17.6
Libya	34.2	43.6
Sudan	10.3	9.4
Mısır	21.3	15.5
Tunus	9.5	25.9
Diğer Afrika	13.5	21.9
<u>Toplam Afrika</u>	<u>92.6</u>	<u>133.9</u>
B. Arap Emirlikleri	1.1	2.3

Bahrayn	0.7	3.2
Kuveyt	9.3	10.9
Irak	8.2	12.5
Lübnan	13.7	16.8
Ürdün	32.4	22.9
S.Arabistan	39.3	27.3
Suriye	94.1	92.9
K.K.T.C.	56.3	63.7
İsrail	6.9	41.1
Diğer Batı Asya	9.3	6.9
<u>T. Batı Asya</u>	<u>271.0</u>	<u>300.5</u>
İran	175.5	241.0
Pakistan	13.0	14.1
Diğer Güney Asya	6.3	17.2
<u>T. Güney Asya</u>	<u>194.8</u>	<u>272.3</u>
Diğer Asya	5.4	18.0
<u>Toplam Asya</u>	<u>471.2</u>	<u>590.8</u>
<u>Toplam Amerika</u>	<u>21.2</u>	<u>30.7</u>
Milliyetsiz	1.01	3.8
<u>GENEL TOPLAM</u>	<u>2117.1</u>	<u>4456.2</u>

Kaynak: TOBB

Yukarıdaki tablodanda anlaşılabilceği gibi Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminin sonunda diğer dünya ülkeleri ile olan ilişkilerini geliştirmiş ve 1984'ten 1989'a Türkiye'ye gelen yabancı sayısında artış olmuştur. 1984 yılında Türkiye'ye gelen yabancıların genel toplamı 2.117.1 iken, 1989 yılında bu sayı 4456.2 olmuştur.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde diğer ilke ve politikalarda mümkün olduğu biçimde izlenmiştir. Her ne kadar başarısızlıklarla karşılaşmış olsa bile de, ilkelere yaklaşmıştır.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında turizmde amaçlanan

hedeflere baktığımızda şunları görmekteyiz:³²

- Dış turizm gelirlerinde yılda ortalama yüzde 14.2, giderlerinde ise yüzde 18.9 artışla V. plan dönemi sonunda, 540 milyon dolarlık net döviz geliri sağlanması hedef alınmıştır.

- Dönem sonunda Türkiye'ye gelecek turist ve ziyaretçi sayısı yılda yüzde 10.8 artışla 3 milyon kişi, yurt dışına gidecek vatandaş sayısının ise yılda ortalama yüzde 3.5 artışla 2 milyon 500 bin kişi dolayında olacağı tahmin edilmektedir.

- Belgeli konaklama tesisleri kapasitesinin, inşa halindeki tesislerin yarattığı ilava 38000 yatak ile V. plan dönemi sonunda 100000 yatağa ulaşması beklenmektedir.

Plan dönemi sonunda turizmden elde edilen net gelir 1 milyar 991 milyon dolara eşit döviz olmuştur. Yani, hedeflenen artış gerçekleşmiştir. Bu artışın gerçekleşmesinde daha önce bahsettiğimiz Türkiye'ye olan talebin artması ve turizm gelirlerini belirleme yönteminde yapılan değişiklik etkili olmuştur.

Türkiye'ye gelen turist sayısı 1984 yılında 2 milyon civarında iken, 1988 yılında 4 milyon, 1990 yılında ise, 5 milyonu aşmıştır. Böylece hedeflenen 3 milyon kişi aşılmış ve başarıya ulaşılmıştır. Yalnızca 1986 yılında Türkiye'ye gelen yabancı sayısında azalma görülmüştür. Bu yılda 2 milyon 391 bin 85 kişi gelmiştir. Bu durumun bir çok nedeni vardır. Çernobil olayının yaşanması, ülkemizin güney sahillerinde çifte rezervasyonun gerçekleşmesi ve bunun bazı basılı basın-yayın organlarında olumsuz bir yaklaşım içinde kamu oyuna yansıtılmasıdır. Ayrıca Libya-ABD gerginliği nedeniyle Amerikalıların Avrupa ve Ortadoğu ülkelerine gelmeye çekinmeleri söylenebilir.

Türkiye'den çıkan vatandaş sayısı 1989'da 2 milyon 464 bin 318

³² A.g.e. s. 120.

kişi olarak gerçekleşmiştir. Hedeflenen 2 milyon 500 bin kişi rakamına yaklaşılmıştır. Hedefe yaklaşılması Kalkınma Planında belirtilen hedefin başarıyla uygulandığının bir göstergesi olmaktadır.

Turizm işletmesi belgeli konaklama tesislerinde yatak sayısı V. plan döneminde artış göstermiştir. 1984'te 68.266 tane olan yatak sayısı, 1987'de plan hedefine ulaşarak 106.214 yatak olmuştur. Yatak sayısındaki artış en çok 3 Yıldızlı Otellerde olmuştur. Sebebi ise, 3 Yıldızlı Otellere talebin çok olmasıdır.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminin sonunda yatak sayısı 145.000'e ulaşmıştır. 5. Beş Yıllık Plan döneminde yaklaşık 79.066 yeni yatak turizm endüstrisine kazandırılmıştır. Beşinci plan döneminde yılda ortalama olarak yaratılan yatak sayısı 15.813 olmuştur.³³

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma döneminde sağlanan önemli yatak artışına etki eden başlıca faktörler şunlardır:³⁴

a) Kredi olanaklarının arttırılmış olması, (Bu dönemin başında kredi oranı % 75 iken 1989 yılından itibaren kredi oranı % 50'ye düşürülmüştür.)

b) Teşvik araçlarının çeşitlendirilmiş ve genişletilmiş olması, (Altıncı Beş Yıllık Plan döneminde teşvik araçlarına kısıtlama getirilmiştir.)

c) Kamu arazisi tahsisi olanağının yaygınlaştırılması,

d) Bürokratik işlemlerin kolaylaştırılması,

³³ Doç. Dr. Nüzhet KAHRAMAN, "Turizm Yatırımları ve Teşvikler", ANATOLIA AYLIK TURİZM VE KÜLTÜR SANAT DERGİSİ, Şubat, 1990, S. 2, s. 5.

³⁴ A.g.e. s. 5-6.

e) Turizm Gelişme Bölge ve Alanlarında alt yapı hizmetlerinin tamamlanmasına öncelik sağlanması.

2- VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında Turizm Politikaları

VI. Beş Yıllık Plan, Türk Turizm sektörü için büyük önem taşıyan bir döneme rastlamaktadır. Sektör, Türk ekonomisi içinde lokomotif sektör niteliğini taşımaktadır. Bu nedenle, bu dönemde turizm gelirlerinin artması, Türkiye'ye gelecek turist ve ziyaretçi sayısının yükselmesi ve bu alanda yapılacak yatırımların teşvik edilmesi hedeflenmiştir.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm'deki hedefleri şu şekilde sıralayabiliriz:³⁵

- 1989 yılında 2.910 milyon dolar olacağı tahmin edilen turizm gelirlerinin plan döneminde yılda ortalama yüzde 13.6 oranında artarak 1994 yılında 5.514 milyon dolara, 1989 yılında 440 milyon dolar olacağı tahmin edilen turizm giderlerinin ise yılda ortalama yüzde 18.4'lük bir artışla 1994 yılında 1.026 milyon dolara ulaşması beklenmektedir. Böylece VI. plan dönemi sonunda net döviz geliri 4.488 milyon dolar olacaktır.

- Türkiye'ye gelecek turist ve ziyaretçi sayısının plan döneminde yılda ortalama yüzde 8.2 artarak 50 milyon kişiden 7.4 milyon kişiye, yurt dışına çıkacak vatandaş sayısının ise yılda ortalama yüzde 4.8 artarak 2.2 milyon kişiden 2.8 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir.

V. plan dönemi sonunda 145 bin yatak olacağı tahmin edilen belgeli konaklama tesisleri kapasitesinin, inşa halindeki ve proje aşamasındaki tesislerin tamamlanmasıyla VI. plan dönemi sonunda 350

³⁵ Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), T.C. Devlet Planlama Teşkilatı: 2174, s. 281.

bin yatağı aşması beklenmektedir.

1989 yılında 2 milyar 910 milyon dolar olacağı tahmin edilen turizm gelirleri az bir sapmayla 2 milyar 556 milyon dolar olmuştur. 1994 yılı için 5 milyar 514 milyon dolarlık turizm geliri hedeflenmiştir. 1991 yılında yaşanan körfez krizinin etkisiyle bu yılda elde edilen turizm gelirin 2 milyar 650 milyon dolar olduğu tahmin edilmektedir. Bu rakam 1989 yılında elde edilen turizm geliriyle hemen hemen aynıdır. Fakat 1992 yılında 4 milyar dolarlık bir turizm geliri program hedefine alınmıştır. Bu şekilde VI. plan dönemi hedeflerinde belirtilen 5 milyarlık turizm gelirin e ulaşılacaktır. Ancak, yeterli dirençleri ve pazarlama güçleri olmayan, borç para ödeme paniğini yaşayan tesislerin yataklarını %25 düşük fiyatlarla satmaları halinde, ülke ekonomisinin 1 milyar dolar civarında gelir kaybına uğraması da doğal sonuç olacaktır.³⁶

Turizm giderleri ise 1989 yılında 565 milyon dolar olmuştur. Fakat daha sonra azalmış ve 1991 yılında 550 milyon dolar olmuştur. 1992 yılında ise 700 milyon dolarlık bir turizm gideri program hedefindedir. Bu durumda turizm giderinin 1994 yılında 1 milyar 026 milyon dolara ulaşmasını beklemek normaldir. VI. plan dönemi sonunda net döviz geliri 4.408 milyon dolar olacaktır.

Planlı dönem yurt dışına çıkan vatandaş sayısı plan dönemi başında 2 milyon 464 bin 318 kişi olmuştur. Bu sayı 1990 yılında 2 milyon 917 bin 118 olmuştur. Plan dönemi sonunda yurt dışına çıkacak vatandaş sayısı hayli artmış olacaktır.

Türkiye'ye gelen yabancı sayısının 1989'da 5 milyon olacağı tahmin edilmiştir. Gerçekleşen rakam ise 4 milyon 459 bin 151'dir. Yani, tahminin biraz altındadır. Fakat 1994 yılında Türkiye'ye gelecek yabancı sayısını, herhangi bir olağanüstü olay olmadıkça 7.400.000 kişi

³⁶ Yılmaz TÜRKERİ, " Brifing-91", TURİZM YATIRIMCILAR DERNEĞİ DERGİSİ, Eylül, 1991, S.7, s. 4.

olarak bekleyebiliriz.

Aşağıdaki tabloya baktığımızda turizm sektörünün VI. Beş Yıllık Plan dönemindeki gelişimini görebiliriz.

TABLO: 12 TURİZM SEKTÖRÜNDE GELİŞMELER
(Cari Fiyatlarla, Milyon Dolar)

	<u>GELEN</u> <u>YABANCI</u>	<u>ÇIKAN</u> <u>VATANDAŞ</u>	<u>TURİZM</u> <u>GELİRİ</u>	<u>TURİZM</u> <u>GİDERİ</u>
1989	4.459.151	2.464.318	2.556	565
1990	5.389.308	2.917.118	3.308	520
1994	7.400.000	2.800.000	5.514	1.026

Kaynak: TOBB 1991

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı dönemi (1990-1994) içinde yaratılabilir yatak kapasitesi 205.000 olarak planlanmıştır. Bu öngörü gerçekleştiği takdirde, 1994. yılı sonunda ülkemiz belgeli yatak sayısı 350.000'e ulaşabilecektir.³⁷

Turizm sektörünün GSMH'ya katkısını % 5'lerin üzerine çıkarılmasını hedefleyen Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı bu oranı 350.000 adetlik bir yatak kapasitesiyle ilişkilendirmektedir.³⁸

Körfez krizi 1990 ve 1991 yıllarında turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemiştir.

³⁷ Doç. Dr. Nüzhet KAHRAMAN, "Turizm Yatırımları ve Teşvikler", ANATOLIA AYLIK TURİZM VE KÜLTÜR SANAT DERGİSİ, Şubat, 1990, S. 2, s. 5.

³⁸ " Bir Turizm Politikası Yaratmak", KALKINMA DERGİSİ, Haziran, 1991, S. 37, s. 27.

Dışa yönelik yatak arzı artarken dış talepte olan azalma sektörün zarara uğramasına yol açmıştır. Bu durumdan yan hizmet tesisleri ve dış pazara yönelik çalışan seyahat acentaları olumsuz yönde etkilenmiştir.

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında ele alınan ilke ve politikaları şu şekilde sıralayabiliriz:³⁹

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

2- Turizm sektörüne doğrudan veya dolaylı olarak hizmet verenlerin sayıca yeterli düzeye getirilmesi ve eğitilmek suretiyle bilgi ve becerilerinin arttırılması sağlanacaktır.

3- Turizm alt ve üst yapısının nitelik ve niceliğinin yükseltilmesine önem verilecektir.

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

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

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

7- Doğal güzelliklerin ve kültürel değerlerin korunmasına öncelik verilecek, belirli sahaların korunmaya alınarak turizme

³⁹ Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), T.C. Devlet Planlama Teşkilatı: 2174, s. 281.

açılması teşvik edilecektir.

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

9- Toplumun en uygun ve sağlıklı şartlarda tatil yapmaları sağlanacaktır.

Turizm tanıtılması, bir ülkenin tüm turistik ürünlerinin ülkeye döviz girdisi sağlamak amacıyla yurt dışında pazarlanmasıdır. Bu geniş anlamli bir tanımdır. Bunun gerçekleşmesi demek turizm sektöründe olacak iyi bir gelişme demektir. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı işte bu amacı gerçekleştirecek ilke ve politikaları kapsamaktadır.

Kalkınma planında el alınan konulardan biri de, Üçüncü Yaş Turizminin cazip hale getirilmesidir. Bilindiği gibi Üçüncü Yaş Turizmi 60 ve üzeri yaş grubundaki kişilerin gerçekleştirdiği bir turizm olayı olup, dünyada seyahat edenlerin yaklaşık % 10'unu kapsamaktadır.⁴⁰

Bu turizm türü 1990 yılından itibaren ülkemizde aktif bir şekilde uygulanmaya konmuştur. Konu ile ilgili protokol 1989 yılında Bakanlık ve Avusturya Emekliler Birliği'nin himayesi ve gözetiminde imzalanmıştır.

Sağlık ve termal turizmi birbirine paralel olarak gelişme göstermiştir. Fakat, geçmişe eskilere dayanan bu gelenekten yeteri kadar yararlanılmamaktadır. Türkiye volkanik, deprem bölgesinin üzerinde bulunduğundan, bu özelliğe bağlı olarak dünyadaki termal kaynaklarının büyük kısmı ülkemizde yer almaktadır. Bu kaynaklardan hem iç hem de dış turizm açısından faydanılabilmesi için çözülmesi gereken sorunlar vardır.

⁴⁰ Sunuk PASİNER, " Üçüncü Yaş Turizmi", TANITIM DERGİSİ, Aralık, 1990, S. 35, s. 13.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde önem verilen bir turizm türü de golf turizmidir. 2000'li yıllarda daha da yaygınlaşacağı anlaşılan golf turizmi özellikle gelir düzeyi yüksek ve orta-ileri düzeydeki yaş insanların rağbet ettikleri bir spor şeklidir. Türkiye'de son yıllarda golfe önem verilmeye başlanmıştır. Golf turizminin özellikle 3. yaş grubuna hitap etmesi açısından, Türkiye'de çalışmalara başlanmış ve Antalya-Side, Antalya-Serik, İzmir-Selçuk'ta olmak üzere 3 golf alanı onaylanmıştır.

Kalkınma planında ele alınan diğer bir konu da eğitim olmaktadır. Bunda amaç, turizm sektörüne nitelikli eleman kazandırmaktır.

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı dönemi sonunda Türkiye'de turistik belgeli yatak sayısının 350 bine ulaşacağı tahmin edilmektedir. İki yatağa bir personel yaklaşımından hareket ettiğimizde bu dönemin sonunda 175.000 personel gereksinimi ortaya çıkacaktır.⁴¹ Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde mesleki eğitim almış işgücü gereksiniminin her yıl % 20 artarak 60.000 kişi olacağı tahmin edilmiştir. Diğer yandan seyahat acentalarında ise mevcut personelin % 25'i kadar yeni mesleki eğitim almış işgücü gereksinimi ile Altıncı Beş Yıllık Plan döneminde 190.000 kişi olacağı hesaplanmıştır.

Kalkınma planında turizm alt ve üst yapısının nitelik ve niceliğinin yükseltilmesi konusu da ele alınmıştır. Bazı turistik kıyı çekim alanlarında Turizm Bakanlığı elektrik, yol, su, kanalizasyon gibi hizmetleri götürmeye, koordine etmeye çaba göstermesine rağmen, hem gerekli ödenek ayrılmadığından, hem de bu merkezlerin kış nüfusları ele alındığında başarılı olunamamaktadır. Çünkü, yaz aylarında bu bölgelerde nüfus 5-10 misli artmaktadır.

Devletin turizme gitgide daha çok önem vermesi, teşvik etmesi, özendirici önlemler alması ve turizmin bir ihracat konusu olarak ele

⁴¹ Doç.Dr. Ahmet AKTAŞ, " Okul-Sektör İşbirliği ve Mezunların İstihdamı", KALKINMA DERGİSİ, Haziran, 1991, S.37, s. 39

alınması gerekmektedir.

Planlı döneme kadar, turizm sektörünün kesin olarak saptanmış bir turizm politikası yoktu. Turizm politikası ancak bazı kurumların kendi amaçları çerçevesinde gerçekleşiyordu. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı dönemine kadar geçen süre içinde, gerçekleşen rakamlar belirlenen hedeflerin gerisinde kalmıştır. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı sonunda belirlenen hedefler aşılmış ve yatak kapasitesinde artış meydana gelmiştir.

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında 1994 yılında 5 milyarlık bir turizm geliri hedeflenmiştir. Bu hedefe varmak için 1992 yılının turizm gelirinin 4 milyar olması program dahilindedir. Oysa, 1992 yılının Ocak-Mayıs dönemi turizm geliri sadece 987 milyon dolar da kalmaktadır.

Son yıllarda yatak kapasitesinde artış olmasına rağmen, teknik alt yapı, turizm eğitimi, tanıtım ve pazarlamadaki aksaklıklar yüzünden turizm istenilen bir seviyeye getirilememiştir. Ayrıca turizm pazarlamasında dışa bağımlılığın ve yabancı tur operatörlerinin etkinliğinin azaltılması gerekmektedir.

1992 yılında turizmin kendi geleceğini güvence altına alabilmesi için mekansal dağıtım, nitelik, tür itibariyle doğal peyzajın, kültür varlıklarının, sosyal yapının taşıyabileceği ve onlarla bütünleşecek bir gelişim içinde olmasına, kendi kaynaklarını uzun vadeli kullanımlar içinde koruyan sürdürülebilir turizm gelişmesi çerçevesinde oturtulmasına özen gösterilecektir.⁴²

⁴² 6. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), 1992 Yılı Programı, DPT, s.287.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

I- TURİZM SEKTÖRÜNÜN SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

1- Sektörün Sorunları

Turizm; istihdam, dış ödemeler dengesi, milli gelir, bölgelerarası dengesizliğin giderilmesindeki rolü, devlet gelirlerini arttırması ve diğer ekonomik kesimlere katkısı gibi olumlu yönleri kapsamaktadır. Fakat, tüm bu olumlu yönler içinde bazı sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Turizmin içerdiği sorunlar çok kapsamlıdır.

✓ Türk turizminde en çok karşılaşılan sorunlar çevre sorunu, eğitim sorunu, alt yapı sorunu, pazarlama sorunu, mevsimlik yoğunlaşma ve atıl kapasite sorunu, ulaşım sorunu, işletmecilik-yönetim sorunu, turizm politikasında bütünlük sorunu, turizm planlaması sorunu, turizm yatırımlarının finansmanı sorunu ve daha pek çok sorunlar olmaktadır.

Türkiye'de turizmin gelişmesinde karşılaşılan sorunları şu

şekilde belirtmek mümkündür. Birincisi, dış etkiler sonucu karşılaşılan sorunlar. İkincisi, iç etkiler sonucu karşılaşılan sorunlar.

Dış etkiler, Türkiye dışında veya Türkiye içinde olupta turizm sektörü içinde yer almayan faktörler olarak dikkati çekmektedir. Dış etkilere örnek verirse; deprem, su baskını, uçak kazası, dış politikayı örnek gösterebiliriz. Bunlar turizmin hacmini ve yönünü hep etkilemektedir. Buna Türkiye'nin dış imajını da katmak mümkündür: uzaklık, Orta Doğu Ülkesi olması, tarihsel gelişimi vb..

İç etkiler, Türkiye içinde kendilerini gösteren, turizm sektörü bünyesinde yer alan faktörler olup çok çeşitlidir.

Turizmin sorunlarına değinirken en başta gelen sorun eğitilmiş personelin yetmezliği olmaktadır. Son yıllarda turizm yatırımlarında büyük artışlar kaydedilmiş olmasına karşın, işletmeye açılan tesislerin ihtiyacı olan eğitilmiş personelin temininde güçlük çekilmektedir. Turizm eğitim ve öğreniminin amacı emeğe dayalı turizm kesiminde verimliliği arttırmaktır. Bu amaçla çalışan personelin eğitiminde onun yetki, sorumluluk ve yetenekleri arasında dengeyi kurmasını sağlar.

Eğitimdeki sorunlar şu nedenlerden ötürü kaynaklanmaktadır. ⁴³

1- Turizm eğitimi veren çeşitli kuruluşlar⁴⁴ arasında koordinasyon eksikliği vardır. Bu nedenle yetişmiş personelde standart bütünlüğü sağlanamamaktadır.

2- KTB'nin turizm eğitimine tahsis edebildiği parasal kaynak yetersizdir.

⁴³ Turizm Sorunlar ve Çözümler, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Rev No: 00, Ankara, 1989.

⁴⁴ KTB, MEGSB Meslek Liseleri, YÖK Meslek Yüksek Okulları, Özel eğitim kuruluşları gibi.

3- Turizm Eğitim Merkezlerinde çalıştırılan eğitici personel nitelik ve nicelik açısından yetersizdir.

4- Turizm Eğitim Merkezleri araç, gereç ve kullanılan teknoloji açısından yetersizdir.

5- Turizm Eğitim Merkezleri sayısal ve kapasite olarak yetersizdir.

6- Beceri Kazandırma Kursları durdurulmuştur.

Eğitim sorunlarının yanında bir sorun daha vardır ki, eğitim sorunu kadar önemlidir. Alt yapı yetmezliği.

Kamu kuruluşlarının sınırlı bütçe olanakları ile gerçekleştirdikleri alt yapı yatırımları üst yapı yatırımlarının gerisinde kalmıştır. Alt yapının yetersizliği, özellikle kıyı bölgelerinde hızla büyüyen sorunlar yaratmaktadır.

Ulaşım, trafik, çöp imhası, elektrik, su, kanalizasyon, hava-su kirliliği ile mücadele etmek. sineklerle mücadele, haberleşme vb. gibi konulardaki eksiklikler ve fon yetersizliği turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir.

Alt yapı yatırımları için parasal kaynak yetmemektedir. Yerel yönetimlerce, mevcut ve programlanan alt yapının taşıma kapasitesi dikkate alınmadan yerleşme yoğunluğunu arttıran veya yeni alanları kulanıma açan plan değişiklikleri yapılması da alt yapı sorununu ortaya çıkarmaktadır.

Alt yapının yerleşmeden üst yapının yapılmasında turizmde sorunlara neden olmaktadır. Alt yapının yeterli olup olmadığı araştırılmamaktadır veya yetersiz ise bu durum sınırlayıcı olarak dikkate alınmamaktadır.

Özellikle içme suyu, kanalizasyon, arıtma, çöp toplama ve imhası tesislerinin eksikliği, artan üst yapı yatırımlarını aynı hızla artan çevre sorunlarını beraberinde getirmektedir. Bu ise ülkemizin yurt dışında olumsuz imaj yaratmasına neden olmaktadır ve dış talebin azalmasına yol açabilmektedir.

Alt yapıda sorunların ortaya çıkmasının bir başka nedeni ise, bu yatırımları yaparken yetkili mercilerin çok olmasıdır. Turizm sektörüne hizmet eden yatırımlar TKB, Ulaştırma Bakanlığı, İller Bankası, Belediyeler olmak üzere çeşitli kuruluşlarca yapılmaktadır. Alt yapı yatırımlarında yetkili merci çokluğu nedeniyle turistik yerleşme ve yörelerde yerel yönetimlerce yapılmakta olan planlarda ve alt yapı yatırımlarında Turizm Bakanlığı etkin olamamaktadır.

Turizm sektöründe karşılaşılan en önemli sorunlardan biri de, çevre sorunlarıdır. Çevre kirlenmesi, bir ülkenin turistik potansiyelini olumsuz yönde etkileyen faktörlerden biri olmaktadır.

Türkiye'de turizm sektöründe çevre önemli bir konu olmaktadır. Türkiye, Akdeniz'de çevreyi iyi koruyabilmiş bir ülkedir. Çevre bilincini kısa sürede kavramıştır. Buna rağmen, yine de Türkiye'de önlenmesi gereken bir takım çevre problemleri vardır.

Bunlardan biri çarpık yapılaşmadır. Özellikle hızlı bir nüfus artışına sahne olan Türkiye'de köyden kente göç hızlanmıştır. Bu da beton yığınlarını çoğaltmıştır.

Türkiye'de görülen en önemli çevre kirliliği deniz, göl ve ırmakların kirlenmesidir. Sanayileşen Türkiye'de fabrikaların boşalttığı kirli sanayi suları, kentteki çöplerin boşaltılması, kanalizasyon atıkları hep deniz ve göllerimizi kirletmektedir. Oysa, turizm sektörü sanayi sektörünün aksine bu kirlenmeyi sıfıra indirmede etkindir.

Betonlaşma turizmin yoğun olduğu bölgelerde az olmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre betonlaşmanın yoğun olduğu bölgelerde turizmin katkısı yüzde 15 olmaktadır. Geri kalan yüzde 85 hep ikinci konutlara aittir.

Çevrenin korunması, çeşitli kuruluşların verdikleri kararda dikkate alınması gerekmektedir. Nazım planlarının yapımında çevrenin korunması, dengeli kullanılması gibi hedefler yer almakla birlikte, kararların bu hedeflere ulaştırıcı olup olmadığının ölçülebilir parametrelerle ortaya konulmaması nedeniyle, aşırı yoğun arazi kullanımları ortaya çıkmaktadır.⁴⁵

Çevre sağlığı sorununun önlenmesi için bunları denetleyecek, kirlenme düzeyini tespit edecek ve kirletenler hakkında işlem yapacak denetim fonksiyonunu gerçekleştiren kuruluşlar fazladır ve denetimde etkin olamamaktadır. Bu durumda, çevre korumasını önlemektedir.

SSYB'de çalışan eleman sayısı, niteliği, laboratuvar imkanları açısından yetersiz oluşu nedeniyle, çok sıkı şekilde denetlenmesi gereken içme suyu ve deniz suyu kalitesi ile atık su arıtma tesislerinin randımanı engellenmektedir. Bu nedenden ötürü çevre korunması işlemi yapılamamaktadır.

Aslında denetim fonksiyonu, Çevre Genel Müdürlüğünün görevleri arasında bulunmaktadır. Ama, bu kuruluşun etkinliği sınırlanmaktadır.

✓ Turizm sektöründe ele alınması gereken bir konu da, turizm gelirlerinin yurt içine girmemesi yurt dışında kalması sorunudur.

⊙ Türkiye'yi ziyaret eden yabancıların yarısı organize turlarla gelmektedir. Organize turizmden elde edilen gelirin yaklaşık % 40'ı yabancı seyahat acentaları, tur operatörleri ve hava taşımacılığı şirketleri arasında paylaşılmaktadır.

⁴⁵ A.g.e.

Turizm gelirlerinin bir bölümünün yurt dışında kalmasının nedeni, ülkemizde uluslararası charter taşımacılığının gelişmemiş olmasıdır. Bir diğer neden ise, Yerli Seyahat Acentalarının tur operatörlüğü yapmak konusundaki yetersizlikleridir.

Turizm sektöründe makro ekonomik analiz yapılmamıştır. Sektörel stratejilerin tespitinde ve yatırımların yönlendirilmesinde daha isabetli kararların verilebilmesi için, turizm sektörünün Türkiye ekonomisi ile bağlarının ve diğer sektörlerle ilişkilerinin belirlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Türkiye ekonomisi için en son girdi-çıkıtı analizi 1979 yılında yapılmıştır. Bu nedenden ötürü turizm sektörünün bu tekniğe dayalı makro ekonomik analizi yapılamamaktadır

④ Turizm'de bir diğer sorunda yatırım ve işletme finansmanında karşılaşılan güçlüklerdir. Turizm sektörünün gerek yatırım gerekse işletme aşamalarında önemli finansman yetersizlikleri bulunmaktadır. Teşviklerin etkinliğini azaltan bu yetersizliklerin giderilebilmesi için yeni finansal araçların sisteme dahil edilmesi ve banka sisteminin turizme daha fazla kaynak aktarması önem arz etmektedir.

Yetersiz özkaynakla başlanmış olan yatırımlar, kredilerin geri ödenmesindeki güçlükler, işletmelerin sermayesinin yetersiz olması, yabancı sermaye yatırımlarının yetersizliği, dış kredilerin yetersizliği ve koşullarının elverişsizliği küçük ve orta büyüklükteki tasarrufların turizm sektörüne kaydırılamaması⁴⁶ gibi nedenler yatırım ve işletme finansmanında güçlükler doğurmaktadır.

Turizm yatırımlarında finansman bulunmamasının bir nedenide, bütçeden turizm yatırımlarına tahsis edilen yatırım ödeneğinin pek çok kuruluşun bütçelerinde ve yıllık programlarında yer almasıdır. Çeşitli

46 A.g.e.

kamu kuruluşlarına turizm yatırımları için tahsis edilen ödeneklerin Turizm Bakanlığının tercihleri doğrultusunda kullanılması sağlanamamaktadır. Turizme ayrılan parasal kaynakların kullanımındaki yetkili merciler TKB, Orman Genel Müdürlüğü, Emekli Sandığı, İller Bankası, Turban Turizm A.Ş., Vakıflar Genel Müdürlüğü, Meteoroloji Genel Müdürlüğü olmaktadır.⁴⁷

Turizm sektöründe beklenen gelişmelerin beklenmesi için bu sahada yapılan yatırımların artması, yatırımların gerçekleşmesi içinde finansman kaynaklarının varlığına, çeşidine ve kullanım biçimine bağlıdır. Sağlam yatırım politikası, kuvvetli bir maliye politikasıyla bütünleşir. Bu nedenle, yatırım başlamadan önce finansman kaynaklarını tam oluşturmak, iyi bir hesap ve plan yapmak yatırımın tamamlanma süresinin uzamaması açısından önem arz etmektedir.

Bugün dünyanın hemen her yerinde kişi ve kurumlar tasarruflarını değerlendirme eğilimlerinde en güvenilir yatırım sahası olarak gördükleri gayrimenkul üzerinde yoğunlaşmaktadır. Turizm sektöründe yatırımın temelini gayri menkul oluşturmaktadır. Bu durum turizm sektörü üzerinde olumlu bir tesir bırakmaktadır.

④ Turizm sektörünün bünyesinde yer alan önemli bir sorun, örgütlenme ve koordinasyon sorunudur.

Turizm Genel Politikası doğrultusunda kamu ve özel kuruluşlardan beklenen fonksiyonların yerine getirilebilmesi veya bu fonksiyonların etkinlik düzeyinin yükseltilebilmesi, her iki kesimde de yeniden yapılaşmayı gerektirmektedir. Sektörün örgütlenme sorunları şunlardır:⁴⁸

1- Özel sektörde ortak ticari amaçlar etrafındaki bütünleşmeler yetersizdir.

47 A.g.e.

48 A.g.e.

2- Kamu sektöründe kuruluşlararası koordinasyon yetersizdir.

3- Turizm politikasının oluşturulmasına katkı sağlayacak ve birbirini tamamlayan stratejilerle sektördeki faaliyetlerin politika doğrultusunda yönlendirilmesini temin edecek bir üst örgüte ihtiyaç vardır.

Turizmde örgütlenmede olduğu kadar, koordinasyonda da sorunlar vardır. Özellikle Türkiye'nin yurt dışında tanıtımında kuruluşlararası koordinasyon yetersizliği vardır. Türkiye'nin yurt dışında tanıtımı için çok sayıda kamu kurum ve kuruluşu birbirinden bağımsız olarak bu işlevi yerine getirmektedir. Bu işlev, siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel boyutları olan bir işlevdir. Sorunları şu şekilde sıralamak mümkündür:⁴⁹

1- Faaliyetler ortak tanıtım stratejileri etrafında bütünleştirilememektedir. Bu durum bazı alanlarda faaliyetlerin mükerrerliğine, diğer bazı alanlarda ise boşluklardan haberder olmamaya ve zamanında önlem alamamaya yol açmaktadır.

2- Tekrar eden faaliyetler, zaten kıt kaynakların israfına neden olmaktadır.

Turizm açısından kamu kesimi içinde en üst kuruluş Turizm Bakanlığı'dır. Turizm'de yetki ve sorumluluklar dağınıklıktan kurtulamadığından, turizme yönelik faaliyetler arasında Turizm Bakanlığı gerekli işbirliğini sağlayamamıştır. Örgütlenme ve koordinasyon yetersizliğine çare bulmak amacıyla 1982 yılında " Turizm İşleri Yüksek Koordinasyon Kurulu" oluşturulmuştur. Fakat, bu kurulda başarı sağlayamamıştır.

Turizmdeki en önemli sorunlardan biri de, şüphesiz ki pazarlama

49 A.g.e.

sorunudur.

Yüzyılımızda sosyal, kültürel ve ekonomik alanlardaki değişmeler, özellikle sanayileşmiş batılı ülkelerde turizm talebini arttırmıştır. Turizm talebindeki bu artış sonucu, turizm ürünlerini pazarlayan ülkeler arasında kıyasıya bir rekabeti doğurmuştur.

Türkiye'nin batılı ülkelerin giriştiği bu rekabet içinde beklediği verimi alabilmesi ancak turizm ürünlerinin pazarlamasında etkinliği oluşması ile mümkün olacaktır.

Özel sektör pazarlama konusunda yetersiz kalmaktadır. Turizm sektörünü oluşturan çok çeşitli özel kurum ve kuruluşlar, pazarlama konusundaki faaliyetleri devlet'ten beklemektedir.

Turizm Bakanlığı, makro pazarlama sonucu gerçekleşen talep artışından yarar sağlayan özel sektörün pazarlamada aktif rol almasını ve maliyetlere katılmasını istemektedir. Turizm ürünlerinin pazarlamasındaki eksiklikler, ülke düzeyinde döviz girdisini ve firmalar düzeyinde de karı azaltmaktadır

Rakip ülkeler ile kıyaslandığında onlara eşdeğer bir etkinlik sağlanamamaktadır. Yurt dışındaki temsilciliklerimizde pazarlama yeterince etkin olamamaktadır. Bunun nedeni şunlardır:⁵⁰

1- Gerek Turizm Bakanlığının gerekse diğer kamu kuruluşlarının yurtdışı tanıtım ve pazarlamada görev alan personelin eğitimleri, görevlerinin gereklerine göre sağlanamamıştır.

2- Yurt dışı pazarlama (tanıtım dahil) günün şartlarına uygun metod ve araçlarla yapılmamaktadır.

3- Yurt dışındaki temsilciliklerimize tahsis edilen ödenekler

⁵⁰ A.g.e.

yetersizdir.

Pazarlamada önemli olan promosyon kampanyalarının değişimleri gerekmektedir. Geçmişte uygulanan promosyon kampanyalarının artık günümüzde hızlı gelişmelere uygun olarak turizm talebinin, tüketici tercihleri veya dağıtım ve promosyon teknikleri karşısında yeterli olmadığı bir gerçektir.

Pazarlama ile tanıtım talep arttırıcı bir özellik olmaktadır ve bunların arz kapasitesi ile bağlantıları kuvvetlidir. Fakat, Türkiye sektör için önem arz eden bu durumu gözönünde tutmamıştır. Bu sorun çözülmesi gereken bir sorundur. Bu sorun çözüldüğü takdirde arz ve talep dengesinde pazarlama açısından sağlanacaktır.

Bugüne kadar hep geleneksel bir tanıtma izlenmiştir. Ancak, bundan sonra turist talebine uygun düşen bir tanıtım politikasının olması lazımdır. Tanıtma konusunda da tüm sektörün katkısı gerekmektedir. Oysa, özel sektör bu konu da pasif davranmaktadır.

Pazarlama faaliyetlerinin kamu kuruluşları tarafından gerçekleşmesini sağlayacak faaliyetlerin etkin bir hale getirilememesinin yanı sıra, özel sektörün çabalarını arttıracak teşvik tedbirleri uygulanmamaktadır.

Turizm sektöründe son yıllarda hızla artan yatırımlara karşın işletmecilik alanında bu artışa paralel bir gelişme sağlanamamıştır. İşletmecilik alanındaki bu sorunlara neden şu olmaktadır:⁵¹

1- İşletmeye açılan tesislerin konumlarının ve fiziksel özelliklerinin imkan verdiği doluluk oranlarına ulaşılamamaktadır. Bu nedenle hem tesisler hem de sektör düzeyinde ekonomik verimlilik düşmektedir.

51 A.g.e.

2- Tekelleşme eğilimindeki yabancı tur operatörleri, niteliksiz işletmecilik nedeniyle verimliliği düşen tesisleri düşük fiyatla pazarlamakta, kiralamakta veya hisselerini satın almaktadır.

Bir işletmenin başarılı olabilmesi; yönetimin beş ana işlevi olan planlama, örgütlenme, emir-komuta, koordinasyon ve denetim mekanizmasının düzenli bir şekilde işlemesine bağlıdır. Fakat, turizm alanında faaliyette bulunan işletmelerde bu beş ana işlev arasında uyum yoktur.

Turizm'de iç turizmin geliştirilmesi de diğer bir sorun olarak karşımızda durmaktadır

Turizm Genel Politikasının sosyal içerikli hedefleri arasında ülke halkına tatil yapma fırsatının yaratılması yer almaktadır. Halkın tatil yapması, harcanabilir gelir artışına ve tatil alışkanlığının yaygınlaşmasına bağlı olmakla birlikte, gelişmiş tesislerin ve bu imkanı sağlayan sistemlerin kurulmasına da bağlıdır. Oysa, çalışanların belirli kesimlerine hizmet eden kamu kampları dışında, düşük ve orta gelir gruplarının tatil ihtiyacını karşılayabilecek tesisler yetersizdir.

İç turizmin gelişmemesine bir neden de, Türkiye'de seyahat acentelerinin beklenen düzeye ulaşmamış olmasıdır. Ülkemizde seyahat acenteleri aracılığı ile tatile çıkma oranı düşüktür. Bunun nedeni de;

Henüz tatile çıkma alışkanlığının olmaması, iç turizmle uğraşan acenta sayısının azlığı, genellikle kalabalık aile seyahatinin çoğunlukta olması, bireysel seyahat edenlerin az olması, seyahat acentalarının işlevlerinin tam olarak bilinmemesi, hava, deniz, karayolu taşımacılığından daha çok karayolu taşımacılığının gelişmesi, seyahat acentalarının kendilerini yeterince halka tanıtamamaları, geniş halk kitlelerinin ekonomik düzeyinin düşük olmasıdır.

Turizmin kendini yenileyen bir sektör olabilmesi için bu

sorunları çözmesi lazımdır. Özellikle turizm de her zaman güncel olan bir sorun vardır ki, bu sorun turizmin karakterinden kaynaklanmaktadır. Turizmin yılın belli mevsimlerinde yoğunlaşması, mevsimlik yoğunlaşma ve atıl kapasite sorununu ortaya çıkarmaktadır.

Türkiye coğrafi konum sebebi nedeniyle yılın 7 ayı turizm mevsimi yaşamaktadır. Ancak, dış turizm hareketlerinin bu mevsime dağılımı sağlanamamıştır. Pazarlama-tanıtma-yatırım ve management politikası zinciri içinde bunun sağlanma olanağı vardır.

Ⓜ Mevsimlik turistik yoğunlaşma demek, turizm talebinin belirli yörelerde yoğunlaşması demektir. Bu yoğunluk doyum noktasını aşmakta ve turizmin ekonomik, sosyal faydası silinerek azalmaktadır. Doğal çevrenin bozulması, aşırı izdiham, tarıma elverişli yerlerin tatil merkezleri haline gelmesi, gecekondulu tipi kampingler, betonlaşma, çöplük haline gelen alanlar vb. turistik yoğunlaşmanın sonucunda ortaya çıkan olumsuzluklardır.

Turistik yoğunlaşmanın oluşmasını sağlayan iki ana neden vardır:⁵²

- a) Zaman içinde turistik yoğunlaşma
- b) Mekan içinde turistik yoğunlaşma

Zaman içinde yoğunlaşma, yılın belli aylarında gerçekleşerek oluşmaktadır. Yaz ayları bu yoğunlaşmanın yaşandığı dönemler olarak kabul edilmektedir.

Mekan içinde yoğunlaşma da ise, turistin ülkenin doğal, tarihi, kültürel-beşeri kaynaklarının yoğun olduğu merkezlere yönelmesi söz

⁵² Prof.Dr. Akın İLKİN, Doç. Dr. M. Zeki DİNÇER, "Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi", Ekonomik ve Sosyal Sorunlara Çözüm Önerileri:2, 1991, s. 100.

konusu olmaktadır.

Yoğunlaşma sonucu yılın belirli aylarında turistik işletmelerin faaliyetlerinin artmasına, yılın diğer aylarında boş kapasitelerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Turizm mevsiminde, talebin artması nedeniyle turistik bölgelerde fiyatlar artmaktadır. Doğal çevre korunamamakta, kalabalık ve gürültü olmaktadır. Bunun sonucu mal ve hizmetin kalitesinde bir düşüş olmaktadır. Yılın belirli aylarında olan yoğunlaşma sonucu, gereksinim duyulan emek ihtiyacı bu turizm mevsiminde artmakta, diğer aylarda emek ihtiyacı düşmektedir. Böylece kalifiye personel sayısı azalmaktadır.

⊕ Turizm'de özellikle çözülmesi gereken bir sorun vardır. O da teşvik ve kredilerin belirlenmesidir ve uygulanmasıdır. Turizm Bakanlığınca benimsenmiş olan Turizm Genel Politikası'nın hayata geçirilmesinde en önemli araçlar DPT tarafından uygulanmakta olan teşvikler ile bugüne kadar T.C. Turizm Bankası tarafından verilmekte olan kredilerdir. Teşvik ve kredilerin belirlenmesi ve uygulanmasında Turizm Bakanlığı etkin olamamaktadır. Bu alandaki sorunları şöyle sıralayabiliriz:⁵³

1- Teşvik belgesine bağlı teşvik tedbirlerinin belirlenmesinde ve bunlardan yararlanma usul ve esaslarının tesbitinde Turizm Bakanlığı etkin olamamaktadır.

2- Teşvik belgeli yatırımlarda şirket kuruluşu, sermaye tezhidi, gayrimenkullerin ve/veya irtifak haklarının yatırıma aynı sermaye olarak konulması halinde bunların tapuya tescil işlemleri ve irtifak haklarının tapuya tescil işlemleri, vergi, resim ve harç istisna kapsamında bulunmasına rağmen bu muafiyet MGB'ca uygulanmamaktadır.

⁵³ Turizm Sorunlar ve Çözümler, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Rev. No:00, Ankara, 1989.

3- 2634 s. TTY'nin 15. maddesi, ormanlarda yer alan turistik tesislerin, Orman Fonu'na katkı payını 5 yıl vade ve 5 eşit taksitle ödeyeceğini hükme bağlamıştır. Ancak, bu hüküm 6831 s. Orman Yasasının ilgili maddesi ile çelişkili olduğu gerekçesiyle TOKB'ca uygulanmaktadır.

4- T.C. Turizm Bankası tarafından turizm yatırımcılarına ve işletmecilerine sağlanmakta olan kredilerin ilke ve şartları Turizm Bakanlığı politikasından bağımsız olarak belirlenmektedir.

Turizm'de ele alınması gereken sorunlar saymakla bitmez. Gelişen bu teknolojik çağda her yeni yenilik yeni bir sorunu ve problemi beraberinde getirmektedir. Bunlara karşı çözüm bulmak ise ilgili bakanlıkların görevi olmaktadır.

Turizm sektöründeki sorunlarla ilgili olarak yeterli ön araştırma yapılmadan ve bu konu da sorumlu kuruluş olan Turizm Bakanlığı'na başvurmak gereği duyulmadan çeşitli kamu görevlilerince sık sık açıklamalar yapılmakta ve bu açıklamalar basında yer almaktadır.

Bu tür açıklamalar çoğunlukla sorunların yanlış ve eksik teşhisinden kaynaklanmakta, sektör sorumlusu kuruluşlara, bu kuruluşların görev ve yetki alanları dikkate alınmaksızın eleştiriler yöneltilmektedir. Böylelikle kamu oyunda, hem bu kuruluşların hem de bütünüyle devletin itibarına gölge düşürücü izlenimler yaratılmaktadır.

Açıklamaları yapan kamu görevlilerince kamu oyuna ilan edilen sorun ve çözüm yolları, Hükümet politikasına, yürürlükteki mevzuata ve kuruluşlararası yetki dağılımına aykırı olabilmekte, ancak buna rağmen kamuoyunda çok kolay çözümlenebilecek bir sorunu çözmekte ısrar eden bir Bakanlık/Hükümet imajı yaratılmaktadır.

Turizmle sorumlu olmayan mercilerin sektörün sorunları

üzerinde yaptığı açıklamalar bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizmin sorunlarından bahsederken son olarak turizm'de planlama sorunu hakkında bahsetmek yerinde olacaktır. Turizm planlaması, turizm kesiminde ulaşılmak istenen hedefleri ve bu hedeflere varabilmek için kullanılacak araçları, işlevleri, zamanlamayı ve sorumlulukları gösteren bir düzenlemedir.

Etkin bir turizm planlaması; o ülkenin toplumunun hukuksal mevzuatına, kalkınma planlarına, bölgesel-yöresel özelliklerine ve doğal çevreye uygun olarak yapılmalıdır.

Türkiye'de turizm planlaması Turizm Bakanlığı tarafından yapılmaktadır. 1972'den beri turizm bölgelerinin fiziki planları yapılmıştır. Turizm Bakanlığı'nın turizm bölgelerinde yaptığı fiziki plan özellikle Ege ve Akdeniz kıyılarını kapsamaktadır.

Son yıllarda turizmin önemi anlaşıldığı için Turizm Bakanlığı yıllardır yapılmamış veya eksik kalmış turizm planlamasını bir an önce tamamlamaya çalışmaktadır. Özellikle turizm planlaması konusunda ele alınması gereken önemli bir konu vardır. Bu da günümüzde gelişmiş ülkelerde uygulanan geniş kapsamlı, turizmin her türlü karmaşık yönünü ele alan, uzun vadeli, ülkenin kalkınma planlarına uygun, iktisatçı, pazarlamacı, coğrafyacı, sosyolog, ekonometreci, tarihçi, eğitimcinin üzerinde birlikte çalıştığı entegre turizm planının yapılmasıdır.⁵⁴

Turizm sektöründe karşılaşılan bu sorunların çözümü ancak iyi planlanmış ve düşünülmüş ortak bir çalışmanın ürünü olarak çözülebilecektir. Turizm'de sorunların çözülmeye başlanması kalkınma planlarıyla başlamıştır. Her dönem için ayrı ayrı ele alınan Beş Yıllık Kalkınma Planlarında belirtilen hedef, ilke ve politikalarla turizm sektörü için çözümler aranmıştır. Kalkınma planlarının başarısı ise

⁵⁴ Prof. Dr. Akın İLKİN, Doç. Dr. M. Zeki DİNÇER, **Turizmin Türk Ekonomisinde...**, s. 103.

farklı farklı olmuştur.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm sektörü için belirlenen ilke ve hedefler bu sektörün sorunların çözmeye yardımcı olacaktır. VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminin taşıdığı önem büyüktür. Çünkü, bu dönemde sektör pek çok olumsuzluklar yaşamıştır. Sektörün yaşadığı bu olumsuzluklar sorunların artmasına neden olmuştur. Sorunlar, VI. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında belirlenen hedef, ilke ve politikaların başarıyla uygulanması sonucu çözülecektir.

2- Sorunlara Çözüm Önerileri

Turizm sektöründe sorunların çözülmesi demek, sektörün daha ileriye dönük başarı elde etmesi demektir. Sorunların çözümüne temelden başlamak en iyisidir.

Turizm sektöründe ne çeşit bir sorun vardır, bunun araştırılması gerekmektedir. Araştırma yapmadan sorunu çözmeye kalkmak başarısızlıkla sonuçlanan bir durum doğurur. Aynı zamanda, konu ile ilgisi olmayan bir üst düzeydeki kamu personelinin Turizm Bakanlığı'na başvurmak gereği duymadan basına açıklamalar yapması sektör için bir engel olmaktadır. Bu şekilde bir açıklama ihtiyacı duyan kamu görevlilerinin, herhangi bir konuda açıklama yapmadan önce doğru bilgileri elde etmek üzere ilgili kamu kuruluşlarına başvurmalarının sağlanması gerekir. Çünkü, onların yapacağı en iyi şey sektörün sorunlarının çözümü ile uğraşan yetkili ve sorumlu birimlere yardımcı olmalarıdır. Kamuoyuna sorunları ilan etmek değildir.

Turizm'de en önemli sorun olan çevre sorununun çözümü kamunun olduğu kadar da toplumunda ortak katılımıyla çözülebilecek bir sorundur.

Turizmin özünü oluşturan doğal, tarihsel, kültürel kaynakları tahrip etmeden gelişmiş ülkelerin deneyimlerinden faydalanıp, çevre

kirlenmesini önleyici aşağıdaki önlemler alınabilir:⁵⁵

1- Altyapıya büyük sanayi kuruluşlarının arıtma-arındırma tesislerine öncelik verilmelidir.

2- Türkiye'nin sanayileşmesi için gerekli sanayi tesisleri rekreatif alanların dışında kurulmalıdır. Var olanlar ise başka bölgelere nakledilmelidir.

3- Yeşil alanların çoğaltılmasını, doğal güzelliklerin, ulusal parkların korunmasını; tarihi eserlerin restore edilmesini; turistik yatırımların doğayla uyum içinde geniş ve uzun bir şeritte düzenli olarak yayılmasını öngören bölge "master plan"ları meydana getirilmelidir ve bu plan çerçevesindeki projeler sıkı bir şekilde denetlenmelidir.

4- Fabrika bacalarına filtre takılmalıdır ve bu bacalar yüksek yapılmalıdır.

5- Arabaların motor karbüratörleri iyi ayarlanmalı ve apartman ısıtma sistemleri kurallara uygun olarak kullanılmalıdır.

6- Çevre koruma, çevre sağlığı, çevre estetiği ve turizm konularında kamuoyu bilinçlendirilmeli ve yasal çözümlerle kalkınma-çevre koruma beraber yürütülmelidir.

7- Ormanlarda ve kırsal alanlarda yaşayan yaban hayvanları korunmalı, nesli tükenmekte olan canlıları koruma alanları içinde bulundurulmalıdır.

8- Su kaynaklarımızın en faydalı şekilde kullanılması, zehir sanayi atıklarından temizlenmesi, deniz ve gö kıyılarının fiziki planlarının yapılması gerekir.

⁵⁵ A.g.e. s. 97.

Çevre probleminin çözümünde halkında bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Turizm Bakanlığınca hazırlanmış olan Çevre Bilinci Geliştirme Programı'nın geliştirilmesi ve uygulanması için ilgili Devlet Bakanlığı'nın koordinatörlüğünde ilgili kuruluşların (Çevre GM, SSYB, TB, TOKB, MEGSB, TRT vb.) işbirliği sağlanmalıdır.

Yabancı ülkelerde uygulanan kampanyalara benzer bir şekilde ve bu ülkelerin deneyimlerinden yararlanılarak "Temiz Türkiye" kampanyasının ilgili Devlet Bakanlığı tarafından başlatılması ve diğer ülkelerde olduğu gibi bu konu da deneyimli bir profesyonel reklam ajansından yararlanılması sorunları hafifletir.

Çevre'deki sorunların çözülmesinde güçlü bir denetim fonksiyonu konulmalıdır. Çevre GM, SSYB ve TOKB arasında işbirliği yapılmak suretiyle kamunun imkanları ile sınırlı kalmak yerine, mahalli bilim ve araştırma kuruluşları ile özel firmalardan denetim hizmeti satın alınması yoluna gidilmesi daha iyi olur.

Çevrenin korunması ve sorunların çözümü için Turizm Bakanlığı'nın yapacağı çalışmalar şöyle özetlenebilir:⁵⁶

1- Doğal ve kültürel değerlere sahip yöreler, SİT alanı olarak ilan edilmek suretiyle koruma altına alınmakta, alanlarda yörenin ve kültürel değerlerin yapısına uygun plan ve projeler yapılarak uygulamaya konulmaktadır.

2- Ülke ve dünya ölçeğinde ekolojik önemi olan, çevre kirlenmeleri ve bozulmalarının duyarlı alanlar, Özel Çevre Koruma Bölgesi olarak ilan etmekte, özel olarak planlamakta ve buralarda uygulanacak özel projeler geliştirilmektedir.

3- Ulusal ve uluslararası düzeyde değerlere sahip Milli Park,

⁵⁶ "Turizm 92", KAPİTAL DERGİSİ, Haziran, 1992, S. 79.

Doğa Parkı, Doğal Anıt ve Doğa Koruma Alanları belirlenerek özellikle karakteri bozulmadan korunması, geliştirilmesi ve yöneltilmesi sağlanmaktadır.

4- Önemli bir çevre kirlenmesi nedeni olan alt yapı eksikliği ve yetersizliğinin giderilmesi yönündeki yatırımlara önem ve öncelik verilmektedir. Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı Kıyı Yönetimi (ATAK) Projesi, Ege ve Akdeniz kıyılarımızdaki yaklaşık 2000 kilometrelik kıyı bandında bulunan 100'e yakın yerleşimin altyapı sorununu 25 havza içinde ele alarak çözümlenmeyi hedefleyen özel bir çalışma olarak uygulamaya konulmuştur.

5- Avrupa Çevre Eğitimi Vakfı'nca yürütülen, plajlarda ve marinalarda deniz suyu temizliğinin ve hizmet düzeyinin yeterliliğini özendirme yolu ile sağlamayı amaçlayan Mavi Bayrak Kampanyasına ülkemizde katılımı yönünde çalışmalara hız verilmiş, 1993 yılında Mavi Bayrak alınması hedefinde kampanya kapsamındaki yükümlülüklerin (analiz, plaj hizmetlerinin yeterliliği, eğitim faaliyetleri...vb.) 1992 sezonunda yerine getirilmesi planlanmıştır.

6- İnsanları çeşitli şekillerde rahatsız eden, bir çok hastalık taşıyan ve bulaştıran, bu haliyle turizm sektörünü de olumsuz etkileyen sivrisinek sorununa karşı daha etkin mücadele için, çevre faktörlerini ön planda tutan biyolojik savaş ağırlıklı "Bigoinsektisit ve Entegre Mücadele Projesi", pilot bölge olarak Muğla-Sarıgöme ile Antalya-Titreyengöl ve Belek'te uygulanmaya konulmuştur.

7- Turizm amaçlı kullanımın ağırlıklı olmasına bağlı olarak, kıyılardaki kirlenmenin ve bozulmanın ana nedenlerinden biri olan Mekansal Yoğunlaşma'nın önlenmesi için, kıyıların dışındaki alanlarda turizmin çekiciliğini sağlamak üzere yatırımlar planlanmış ve uygulamaya başlanmıştır.

Altyapı sorununun çözümü için başvurulacak en iyi yol, altyapı

yatırımlarına ayrılan ödeneklerin DPT tarafından kısıtlanmadan temini olmaktadır. Turizm Bakanlığınca yıllık bütçeden ayrılan altyapı yatırımları için tahsis edilen ödeneklerin artırılması ve yıl içinde nakit artışının süratlendirilmesi altyapı sorununun çözümü için bir atılım olacaktır.

Turizm Bakanlığı'nın özellikle turistik kıyı çekim alanlarında altyapıyı düzenlemek için gerçekleştirdiği elektrik, yol, su, kanalizasyon çalışmaları için gerekli ödenek ayrılmalıdır.

Altyapı yatırımı yapan kamu kuruluşlarına her mali yılbaşında bir Başbakanlık Genelgesi ile öncelik tanımları talimatının verilmesi iyi olur.

Turistik yörelerde altyapı yatırımları birinci derecede öncelikli olarak tanımlanmalıdır. Altyapı yatırımlarına katkı sağlayan yatırımcılara uzun vadeli, düşük faizli "altyapı kredisi" verilmelidir.

Turistik yörelerin yerel yönetimlerinin, bütçelerinde altyapı yatırımları için yeterli kaynak ayırması sorunun çözümünde etkili olacaktır. Altyapısı zayıf yahut altyapısı olmayan bu turistik yerlerde yeni yerleşmelere, özellikle ikinci konutlara izin verilmemesi gerekir.

Altyapısı olmayan yerlerde üstyapı yatırımlarını gerçekleştirecek olan kurum ve kişilere izin verilmemesi dengesiz kalkınmayı önleyecektir. İlk olarak altyapının yeterli olup olmadığı araştırılmalıdır. Eğer altyapının oluşumu için yetersiz ise bu durum sınırlayıcı olarak göz önüne alınmalıdır.

İmar planlarının tasdiki öncesinde altyapı projelerinin yaptırılmış; ilgili kamu kuruluşlarının uygun görülmüş olması koşulunun aranması, ayrıca altyapı tesislerinin % 60'ının tamamlanmasından sonra inşaat ruhsatı verilmesi altyapı sorununun çözümü için bir yoldur.

Altyapı yatırımlarında elinde yetki bulunan mercilerin sayısının azaltılması ve Turizm Bakanlığı'nın etkinliğinin artırılması lazımdır.

Turizm'de eğitilmiş personele çözüm ise, ancak kurs ve turizm eğitimi veren kurumların desteğiyle olacaktır. Turizm eğitimi veren bu çeşitli kuruluşların eğitim standart ve müfredatı Turizm Bakanlığı'nın görüşü alınarak sağlanacaktır.

Beceri Kazandırma Kursları, TV yoluyla eğitim turizm eğitiminde ilerleme kaydetmek için bir araç olacaktır. Özel müteşebbüslerin turizm eğitimine teşviki, sertifika sisteminin kurulması, uluslararası kuruluşlardan turizm eğitimi için kredi temini eğitim sorununu çözümleyici yollardır.

Sektörde çalışacakların mutlaka sınava dayalı bir sertifikaya sahip olmaları mecburiyeti, kalifiye eleman sayısını yükseltecektir. Kalifiye eleman turizm sektörünün ekonomideki yeri açısından çok önemlidir.

Turizmde eğitim sorununun çözümlenmesi ancak iyi bir turizm eğitim planlaması yapılması ile olur. bunun içinde, arz ile talebin bugünkü ve gelecekteki gereksinmelerinin gerçekçi tahminlerle saptanması gerekir.

Türkiye'de kamu ve işletmeler düzeyinde bir turizm işletmeciliği ve idareciliği geleneği tam olarak yerleşmemiştir. Kalkınma Planında mevcut yatak sayısı ile orantılı olarak personel yetiştirilmesi düşünülmüştür. Fakat, bugüne kadar eğitim-öğretim programında ve politikasında istenilen düzeye ulaşılamamıştır.

1980'li yıllardan sonra turizm hareketlerinde ve yatırımlarında görülen artışlara paralel olarak, turizm okulları da artmıştır. Turizm eğitimi çok çeşitli kuruluş ve kurumlar tarafından yapılmaktadır. Bu eğitim 4 ayrı sistem halinde organize edilmektedir.⁵⁷

- 1- Halka dönük turizm eğitimi
- 2- Genel turizm eğitimi
- 3- Mesleki ve teknik turizm eğitimi
- 4- Üniversite turizm eğitimi

Fakat, bu çeşitli kurum ve kuruluşların verdiği turizm eğitimi birbirinden bağımsız olmaktadır. Bunlar arasında işbirliği noksanı göze çarpmaktadır. Bu düzensiz ve dağınık eğitim uygulamasına paralel olarak, turizm eğitimi kurumlarından mezun olanların iş bulmakta güçlük çektikleri bir gerçek vardır ki, o da ele alınması gereken bir sorun olmaktadır.

Uzun bir süreyi kapsayan ve çok yönlü bir niteliğe sahip olan turizm'de ilk olarak yapılması gereken şey, turizm eğitiminin ve öğretiminin belirli bir program ve hedef dahilinde yönetilmesidir. Bu konuda ele alınması gereken diğer önlemler şunlardır:⁵⁸

1- Turizm konusunda eğitim ve öğretim ile uğraşan tüm kurumlar arasında işbirliği sağlanmalı, görev ve sorumluluk alanları iyi belirlenmeli, kamu ve özel kesim işbirliği ile turizm eğitiminde entegrasyon sağlanmalıdır.

2- Turizm eğitimi belli bir politika çerçevesinde ele alınmalıdır. Amaç ve hedefler iyi saptanmalıdır. Kesimle ilgili iş tanımları, iş spifikasyonları yapılmalı, personelin görev, yetki ve sorumlulukları belirtilmelidir.

⁵⁷ Prof. Dr. Akın İLKİN, Doç.Dr. M. Zeki DİNÇER, **Turizmin Türk Ekonomisinde.....**s. 115.

⁵⁸ A.g.e. s.86-87,

3- Meslek liseleri, meslek yüksek okulları ve turizm otelcilik yüksek okulları eğitim süreleri ve müfredat programları arasında paralellik olmalıdır.

4- Yabancı dilbilgisine ve beşeri ilişkilere, görgü kuralları derslerine ağırlık verilmelidir.

5- Turizm ve otelcilik meslek liselerinden mezun olanların, alanlarıyla ilgili yüksek öğretim kurumlarına devam etmelerine olanak sağlanmalıdır.

6- Turizm kesiminde faaliyet gösteren kurumları, yatırımcıları, seyahat ve konaklama işletmelerini eğitim için fon ayırmalarına teşvik etmeli ve uygulama ağırlıklı oteller, seyahat acentaları kurulmalıdır.

7- Turizm ve Otelcilik Yüksek okullarına alınacak öğrenciler, üniversitede giriş sınavından ayrı olarak mülakat sınavından geçirilmelidir.

8- Eğitilmiş turizm personeli yasal himaye altına alınmalıdır.

Eğer bu önlemler dikkate alınırsa, turizm sektörü için büyük bir ihtiyaç olan personelden en doğru bir şekilde yararlanma fırsatı doğmuş olur.

Turizm işletmelerinde amaç en iyi ve kaliteli hizmeti, emek gücünden ekonomik ve sosyal yönden optimal bir biçimde yararlanarak vermek olduğuna göre, kullanılacak işgücünün istenilen düzeyde olması, yeterli eğitim düzeyinin kurulmasına bağlıdır,

Bilindiği gibi yurda gelen yabancıların bir kısmı organize turlarla gelmektedir. Bu ise, turizm gelirlerinin bir kısmının yurt dışında kalmasına neden olmaktadır. Bu sorunun çözümü için yapılacak en iyi şey, yerli seyahat acentalarının tur operatörlüğü yapmalarının

teşvik edilmesidir. Aynı zamanda bu acentaların Kaynak Kullanım Destekleme Primi'nden faydalanmasının sağlanması ile ilgili mevzuatta gerekli değişikliklerin yapılması yerinde olacaktır.

Diğer bir çözümde, Turizm Bakanlığı öncülüğünde, özel sektör, THY, ulusal kredi kuruluşları ve yabancı sermaye işbirliği ile uluslararası charter taşımacılığı şirketi kurulması ve bu yönde ilgili kuruluşların hareket geçirilmesidir.

Türkiye'nin turizm'de pazarlama sorununun çözümü için, ilkin pazarlama, promosyon planlamasının geleneksel doğrultudaki düşünce tarzından, subjektif olan kararlardan ve yeni promosyon tekniklerinin uygulanması için duyulan isteksizlikten arındırması gerekir. Promosyon tekniklerinde olacak gelişmeler pazarlama da karşımıza çıkacak bir çok sorunun çözümünde etkili olacaktır.

Özel sektöre pazarlama sorununun çözümü için büyük görevler düşmektedir. Turistik tesislerin net karlarının % 10'unun pazarlama yatırımlarına harcanması için mevzuat değişikliği yapılması özel sektörün pazarlama da rol almasına yardımcı olacaktır.

Turizm Bakanlığı'nın bütçesinde dış tanıtım için tahsis edilen ödeneğin artırılması dış temsilciliklerin pazarlamada yeterince etkin olmasını sağlayacaktır. Turizm Pazarlaması Politikasında öngörülen araçlara işlerlik kazandırılması da dış temsilciliklerin pazarlamada karşı karşıya bulunduğu sorunların çözümü için etkili olacaktır.

Turizm sektörünün makro ekonomik analizinin yapılmamış olmasının verdiği olumsuzlukların çözümü için DİE'nün 1979 yılına ait sektörlerarası girdi-çıktı (I/O) tablosundaki turizm sektörü rakamlarının süratle güncelleştirilmesinin sağlanması yerinde olur.⁵⁹

⁵⁹ Turizm Sorunlar ve Çözümler, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Rev No:00, Ankara, 1989.

Aynı zamanda DİE'ce turizm sektörüne ait daha kapsamlı ve detaylı bir istatistiksel veri sisteminin kurulması sağlanmalıdır.

Turizmin sektörlerarası ilişkilerinin makro ekonometrik model yaklaşımıyla ve en kısa süre içinde analiz edilebilmesi için Turizm Bakanlığında üniversite ile birlikte bir çalışma grubu oluşturulmalıdır.

Turizm sektörünün finansman konusunda yapılması gereken ilk şey güçlü bir bankanın olmasıdır. Oysa, TKB içinde erimiş gitmiş olan Turizm Bankası istenileni vermemektedir.

Sektörün finansmanını çözebilmek için ekonominin kontrol altına alınması gerekir. Bugünkü enflasyonik ortamda sadece turizm sektörü değil tüm sektörler finansman şikayetleri içindedirler. Eğer enflasyon makul bir düzeye indirilirse finansman sorunu hafifler.

Turizmin etkinliği sadece Ege ve Akdeniz sahillerinde yoğunlaşmamalıdır. Özel turizm havzaları gözönünü alınıp geliştirilmeli ve yatırımlar o çevrede yoğunlaştırılmalıdır.

†Turizm Bankası fonları artırılmalıdır. Turizmi teşvik için fon kullanım yetkisi, kredilendirmede Bankada, sektörün gelişimine ait konularda Bakanlık'ta olmalıdır.

Bütçeden turizm yatırımlarına tahsis edilen yatırım ödeneği KTB, TCK, DLHİ, Orman GM, Emekli Sandığı, BİB, İller Bankası, Turban Turizm A.Ş., Vakıflar GM, Meteoroloji GM gibi kuruluşların bütçelerinde ve yıllık yatırım programlarında yer almaktadır. Bu ödeneklerin DPT'ca vize edilmesi önçesinde KTB'ca hazırlanan programa uygunluk aranmasının sağlanması gerekir.

Yatırım ve işletme finansmanının sağlanmasındaki güçlüklerin ortadan kaldırılması için şu çözümler faydalı olacaktır:⁶⁰

⁶⁰ A.g.e.

1- Teşvik edilen yeni yatırımlarda özkaynak/yabancı kaynak oranının arttırılması,

2- Finans kuruluşlarının, özellikle bankaların turizm sektörüne daha fazla kaynak aktarmalarına özendirici tedbirlerin alınması,

3- Yatırımcı şirketlerin halka açılmasını, turizm işletmelerinin hisselerinin yatırım fonları bünyesine girmesini ve küçük tasarruf sahiplerinin bunlara katılmasını özendirici yasal düzenlemelerin yapılması,

4- Merkez Bankası reeskont uygulamasının hızlandırılması ve işletme finansmanı ihtiyaçlarının karşılanmasında teşmil edilmesi,

5- Yurt dışında pazarlanacak yatırım fonlarına Türk Turizm İşletmeleri hisselerinin azami oranda katılmalarının sağlanması,

6- Yurt dışında kurulacak konsorsiyumlar kanalıyla dış kredi ihtiyaçlarının topluca ve daha uygun koşullarda karşılanması,

7- Dış krediler de Türk bankalarından talep edilen teminat mektuplarının TKB veya EXİMBANK'tan düşük komisyonla verilmesinin sağlanması.

Diğer bir sorun olan iç turizm hareketlerinin geliştirilmesi çözümü için bir Sosyal Turizm Fonu'nun kurulması, çeşitli Sosyal Turizm Tesislerinin ve çalışanların finansmanına katkı sağlaması bakımından iyi olur.

İç turizmin geliştirilmesi için seyahat acentaları ekonomik turlar hazırlamak istiyor ve mali yapıları buna yetmiyorsa entegrasyona gitmelidirler. Küçük seyahat acentaları kendi aralarında birleşerek finansman sıkıntısı çekmeyen ve organizasyon yapısı güçlü

toptancı niteliğinde ulusal turizm acentaları kurmaladırlar.

Devlet, ekonomik açıdan fakir halk için turizm faaliyetine katılmasını sağlamak sosyal turizmi geliştirmelidir. Ucuz ve temiz, geniş kitlelerin kalabileceği tesisler inşa etmeli, memur ve işçilerin seyahat edebilmelerini sağlamak amacıyla ucuz turizmi yaygınlaştırmalıdır.

Turizmde örgütlenme ve koordinasyon sorunlarının çözümü için şunlar önerilebilir:⁶¹

1- Sektöre hizmet sunan çeşitli ticari kuruluşların meslek birliklerinden oluşan "Türkiye Turizm Birliği'nin yasa vazedilerek kurulması ve özel sektördeki faaliyetlerin TKB'nında yönetiminde temsil edileceği bu kuruluş tarafından koordine edilmesi. İkinci aşamada: Türkiye Turizm Birliği'nin KTB'nın öncülüğü ve çeşitli kredi kuruluşlarının katılımı ile kurulacak şirketler tarafından "Ulusal Tur Operatörlüğü", "Hava Taşımacılığı", "Merkezi Rezervasyon ve Yurtiçi Entermasyon merkezi", "Uluslararası Reklam ve Pazarlama", "Kongre ve Ödüllendirme Turizmi Merkezi", "Seyahat Sigortası" ve "Denetleme" konularındaki hizmet arzı boşluk alanlarının doldurulmasının sağlanması.

2- Türkiye'nin hükümetlere ve siyasi partilerin görüşüne göre değişmeyen ulusal turizm politikası olmalıdır.

3- Turizm ile ilgili çalışmaları düzenleyen, turizmle ilgili resmi, yarı-resmi, özel kuruluşlarla koordinasyonu sağlayan, faaliyetleri biraraya getiren, turizm politikasını yürüten ve yasal stratejiye bağlı olarak kurulmuş Ulusal Turizm Şurasının bulunması gerekir.

4- Ulusal ve bölgesel düzeydeki tüm kamu kuruluşları, acentalar,

⁶¹ A.g.e.

tur operatörleri, ulaştırma şirketleri, turizmle ilgili kar amacı gütmeyen kuruluşlar, mesleki turizm kuruluşları, hatıra eşya satıcıları, turizmle ilgili bulunan tüm Bakanlıklar, turizm eğitimi veren kurumlar, devamlı haberleşme ve koordinasyon içinde bulunmalıdırlar.

5- Oluşturulacak Ulusal Turizm Kurumu'nun aldığı kararlarına uygun ve gerçekleştirilen işbirliğine paralel olarak, uluslararası düzeyde turistik ilişkiler yerine getirilmelidir.

6- İ ve dış turizm önem derecesine göre ayrılmaksızın; teşvikler, krediler, tanıtma, pazarlama, alt-üstyapı yatırımları, geliştirilecek turizm eşitleri ve ulusal turizm ürünü, turizm'de gerçekleştirilecek her türlü araştırma-planlama, Ulusal Turizm Kurumu'na alacağı ve oluşturacağı politikaya göre ele alınmalıdır

Mevsimlik yoğunlaşma sorununun çözümünde alınacak önlemler şunlar olabilir:⁶²

1- Kitleleri yılın yaz, bayram, festival gibi önlemler dışında da seyahat teşvik edilmeli,

2- Turizm arzını zenginleştirmek,

3- Kurulan tesisler değişik turizm arzına cevap verebilecek şekilde planlamak ve inşa etmek,

4- Tesislerin atıl kalmaması için; kongre, seminer, toplantıları kış aylarına rastlatmak,

5- Yıllık ücretli tatil süresi 3-4 haftaya çıkmıştır ve bu süreyi uluslararası düzeyde yapılacak çalışmalarla hem kış, hem de yaz

⁶² Prof. Dr. Akın İLKİN, Doç.Dr. M. Zeki DİNÇER, *Turizmin Türk Ekonomisinde...*, s. 86-87.

aylarına gelecek şekilde bölmek,

6- Coğrafi konuma ve iklim koşullarına uygun olarak, okul tatil sürelerini değişik zaman dilimlerine koymak,

7- Sosyal turizmi tatil kredileri, indirimli fiyatlarla, taksitlerle destekleyerek geliştirmek,

8- Üçüncü yaş grubunu cezbetmek ve emeklilere uygun tatil olanağı sağlamak,

9- Kamp-karavan-çadır turizmini geliştirmek,

10- Kamu kamplarından orta-dar gelirli memur ve işçiyi yararlandırmak,

11- Bazı animasyon ve fuar-festival-sergi faaliyetlerini turizm mevsimi dışında gerçekleştirmek,

12- Seyahat acentaları vasıtasıyla değişik ve ucuz paket turları hazırlamak,

13- Sportif faaliyetler düzenlemek,

14- Değişik turizm arzına cevap verebilecek yeni yöreleri, bölgeleri, mekanları, geliştirerek turizme açmak.

Turizm de karşılaşılan bu çok çeşitli sorunlar çözülebildiği takdirde Türkiye ekonomisi içinde turizm sektörünün değeri daha çok artacaktır. Turizm sektörü umut vaad eden sektör olma niteliğini sürdürecektir.

SONUÇ

✦ Turizm, dinlenmek, görmek ve tanımak gibi amaçlarla yapılan gezidir. Bir yere turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü olarak nitelenen turizm gerçekleştirdiği ekonomik fonksiyonu vasıtasıyla ekonomi üzerinde etkili olmaktadır.

✦ Turizmin ekonomik etkisi tam istihdamın sağlanması, ödemeler dengesinde uyum ve ekonomik büyümenin gerçekleşmesi şeklinde olmaktadır. Turizmin emek yoğun bir sektör olması nedeniyle, bu sektörde çalışacak elemana fazla ihtiyaç olması sonucu turizm işsizliğin azaltılmasında etkili bir rol oynamaktadır.

Turizm ihracatın gelişmesinde de yardımcıdır. İhracattaki gelişme yalnızca diğer sektörler ve sanayi sektörü vasıtasıyla gerçekleşmemektedir. Çünkü, bu sektörler belli bir noktadan sonra darboğazlarla karşılaşmaktadır. Yalnızca ihracat yapmak bir takım olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. İhracat'la ülkeye döviz girmektedir, ama teknolojinin girmesi için ithalatın yapılması zorunludur. İthalat ise, ülkeden para çıkışını gerektirmektedir. İthalat'taki aşırı bir artış ödemeler dengesini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu noktada turizm, ödemeler dengesindeki bu olumsuzluğun giderilmesinde etkin olmaktadır. Turizmin dış ülkelerden gelen yabancılardan sağladıkları gelir bir döviz arttırıcı kalem olarak ihracatı olumlu yönde

etkilemektedir.

Turizm sektöründe finansman ihtiyacının karşılanamaması önemli bir darboğaz olarak karşımıza çıkmaktadır. finansmanın sağlanması hem devlet kanalıyla hem de yurda girecek döviz ile olacaktır. Oysa Türkiye'ye döviz kazandıracak olan yabancıların sayısı son yıllarda azalmıştır. Bu azalışa Ortadoğu'daki siyasi istikrarsızlık, terör, olumsuz siyasi propagandalar neden olmaktadır.

Turizm sektöründe yatırım yapacak kişi ve kurumların ihtiyaç duyduğu dış girdilerin pahalalanması da bir tehdit oluşturmaktadır. Dış girdilerin pahalalanması bu kişi ve kurumların yatırım yapma isteğini azaltmaktadır.

Türkiye'nin dış pazarlarda rekabet gücünde olan azalışlarda turizm sektörünü tehdit etmektedir. Bu darboğazlardan kurtulmak için yeni stratejilerin geliştirilmesi faydalı olacaktır.

Türkiye'nin yeni kurulan Türk Cumhuriyetleriyle çok yönlü işbirliği olanaklarından faydalanması, darboğazlardan kurtulmak için fırsat oluşturmaktadır.

SSCB'nin parçalanıp yeni devletlerin kurulması sonucu Türkiye'nin Avrupa devletleri karşısında önemli bir konuma gelmesi, Türk turizmine bir canlılık kazandıracaktır.

Turizmden en etkin biçimde yararlanmanın yolu turistik talebe cevap verebilecek bir arzın oluşturulmasıdır. Turistik talep dikkate alınarak yapılacak bir çalışma her zaman sosyal açıdan olsun, ekonomik açıdan olsun faydalı sonuçlar doğuracaktır.

→ Türkiye'de turizm alanında yapılan çalışmalar 1987 yılından sonraki dönemde daha çok ağırlık kazanmıştır. Özellikle turizmden daha yüksek bir gelir sağlanması yolunda çalışmalar yapılmıştır. Fakat, bir

takım yaşanan olumsuzluklar nedeniyle turizm istenen seviyeye gelememiştir.

Bu olumsuzluklardan biri 1991'de yaşanan körfez krizinin turizm üzerindeki etkisidir. Turistik talebin bu yılda azalmış olması, turizmden elde edilen gelirin azalmasına yol açmıştır. Kaynak Kullanımı Destekleme Primi'ndeki değişiklikte turizm'de yatırım yapacakların üzerinde olumsuz tesir bırakmıştır. Tüm bu negatif durumların içinde turizm Türkiye ekonomisine istenen faydayı verememiştir.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turizm sektörünün diğer sektörler içinde etkin bir hale gelmesi için bazı hedef ve politikalar belirtilmiştir. Bunlara ulaşılması ancak Türkiye'nin içinden ve dışından gelecek tesirlere karşı turizm sektörünün korunması suretiyle gerçekleşecektir.

Turizm sektöründeki sorunlar çözülebildiği takdirde sektörün gelişmesi çabuklaşacaktır. Bu gelişme ise, turizm sektörünün dış ve içten gelen olumsuz tesirlere karşı kendisini korumada kolaylık sağlayacaktır.

1992 yılında turizmde geçmiş yıllardan kalan ve üzerinde büyük bir baskı oluşturan olumsuzlukların giderilmesi hedeflenmiştir. Ekonomik açıdan kaybettiği pek çok fırsatı yakalaması beklenmektedir.

Gelecekte turizm sektörü, eğer daha dikkatli bir çalışma gösterilirse gözde bir sektör olacaktır. Sağladığı avantajlar dikkate alınırsa, turizmin aslında bizim gibi gelişmekte olan bir ülke için ne kadar önemli bir sektör olduğu daha kolay anlaşılır.

Bu sektörde daha çok yatırım yapılması, turist çekmek için olumsuzlukların giderilmesi, sorunlara çözümler bulunması sektörün ve Türkiye'nin geleceği için önemlidir.

1991 yılından ileriye dönük bir zaman dilimi içinde bu ülkenin turizm sektörü farklı bir görünüm alacaktır ve nitelik bakımından yükselmiş olacaktır.

FAYDALANILAN KAYNAKLAR

- AKOĞLU, Tunay : "Dünyada ve Bizde Turizmin Dünü ve Bugünü", Varlık Yay. İstanbul, 1971, S. 1597. ✓
- AKOĞLU, Tunay : "Türkiye Ekonomisinde Turizm", İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul, 1966. ✓
- AKTAŞ, Ahmet : "Okul-Sektör İşbirliği ve Mezunların İstihdamı", KALKINMA DERGİSİ. ✓
- ALTINORDU, Serhan : "Turizm Yatırımları ve Finansal Sorunları ve Çözümleri", EKONOMİDE ANKARA DERGİSİ. ✓
- DPT : Yabancı Sermaye Raporu, Haziran, 1990. ✓
- DPT : Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), Yayın No: 2174. ✓
- DPT : 6. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), 1992 Yılı Programı ✓

PASİNER, Sunuk

: "Üçüncü Yaş Turizmi", TANITIM DERGİSİ ✓

: TOBB, 1991. ✓

: "Turizm 92", KAPİTAL DERGİSİ, Haziran,
1992, S. 79.

: Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri
Bülteni

: "Turizmin İktisadi Fonksiyonu", GENEL
EKONOMİ ANSİKLOPEDİSİ, Milliyet Yay. C. II,
1988, s. 887.

: "Turizm Politikası Yaratmak",
KALKINMA DERGİSİ, Haziran, 1991, s. 37.

: "Turizm Sorunlar ve Çözümler", T. C.
Kültür ve Turizm Bakanlığı, Rev No:00,
Ankara, 1989.

TÜRKERİ, Yılmaz

: "Brifing-91", TURİZM YATIRIMCILARI
DERGİSİ, Eylül, 1991, S. 7.

Türkiye Kalkınma Bankası: Turizm Yıllığı, 1990.