

TÜRKİYE'DE TURİZM POLİTİKASI  
VE PLANLAMASI

F.Rana ÖZBEY  
(Yüksek Lisans Tezi)

Eskişehir - 1995

Eskişehir Üniversitesi  
Eskişehir Kütüphanesi

T.C.  
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANABİLİM DALI  
İKTİSADİ GELİŞME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TÜRKİYE'DE TURİZM POLİTİKASI VE PLANLAMASI

(Yüksek Lisans Tezi)

Danışman  
Prof.Dr. Ergül HAN

Hazırlayan  
Funda Rana ÖZBEY  
01020357

Eskişehir-1995

Eskişehir  
Kütüphane

## ÖZET

Turizm sektörü, Türkiye'ye gelen yabancıların sayısını ve turizm gelirlerini arttırmak için turizm hareketlerini geliştirmek ve yurt dışına çıkan vatandaşların seyahatlerini düzenlemekle ilgili bütün kamu ve özel sektör faaliyetlerini kapsar.

Turizm sektörünün genel özellikleri; Turizm sektörünün kendine has özellikleri; Turizmin görünmeyen ihracat ve görünmeyen ithalat olma özellikleri; Turizm sektöründe sabit sermaye yoğunluğu ve Turizmin diğer ekonomik sektörlerle olan bağımlılığı konuları olarak düşünülebilir.

Turizm politikası, bugün ekonomik ve sosyal gelişmeler karşısında, örgütlenmiş toplumlarda özellikle devlet tarafından turistik gelişmenin gidişine bilinçli olarak müdahale etmektir. Türkiye'de Turizm politikasının esasları "turizm planlaması" adı altında ve üç yönlü olarak düzenlenmiştir. Bunlara ekonomik, sosyal ve fiziki planlama adı verilir. Turizm planlaması ülkenin ekonomik-sosyal kalkınmasında turizmin hızlandırıcı ve sürükleyici bir sektör olmasını sağlamak gibi temel hedefleri yanında birçok amaca hizmet eder. Turizm planlaması ilk olarak bir bölgeye olan talebin bir değerlendirilmesinin yapılmasını, ikinci olarak da bu talebin karşılanması için gereken kaynakları ve bu kaynakların en iyi şekilde nasıl dağıtılacağı tahmin edilmesini içerir. Turizm talebinin tahmininde birçok yöntem kullanılmaktadır.

Türk Turizm Politikası ve Planlaması; Planlı dönemler boyunca uygulanan ilkeler ve tedbirler incelenerek ve istatistiki sonuçlardan yola çıkılarak değerlendirilebilir. Bu sonuçlar bize Türk turizminin bahsedilen süreç içinde önemli gelişmeler gösterdiğine işaret etmektedir. Yine planlı dönemde turizm politikasının temel hedefinin "Gelişen Dünya Turizm Harcamaları'ndan daha fazla pay alabilmek ve ödemeler bilançosu açıklarına alternatif gösterilerek gelişmesini beklemek" şeklinde olduğunu söyleyebiliriz. Sonuç olarak, Türk Turizm Politikasında iç ve dış etkiler nedeniyle bazı darboğazların ve tıkanıkların olduğu belirlenebilir.

## SUMMARY

Tourism sector involves increasing the number of tourists visiting Turkiye and thus the revenues from tourism and developing domestic tourism moves and all state- and private-sector efforts to regulate the trips of Turkish citizens going abroad.

General features of the tourism sector can be stated as special properties it covers, unseen export-import facilities, and dependence of tourism to other sectors.

Along with some positive economic effects, tourism also causes some economic costs. But it seems possible that countries can make use of their resources available and get tourism income without enduring too much cost.

Tourism policies. In the face of economic and social developments in organized societies, government interferes consciously with the course of developments in tourism. In Turkiye, the so called "tourism planning" has been organized in three ways; these are called economic, social, and physical planning.

Tourism planning serves in many ways along with its basic aim of making tourism a locomotive sector in the economic and social development of the country.

Planning of tourism first involves evaluation of the demand for a certain region, and secondly predicting how the resources can be best allocated to meet this demand. A number of methods are used to predict the demand in tourism.

Turkish tourism policy and planning. Principles and precautions applied during the planned-development periods were investigated depending on the statistical results. These results suggested that Turkish tourism showed imported developments during the above mentioned period. We can say that the basic policy in this planned period was to get a bigger share from the growing tourism expenditures in the world and to seek for alternative developments that would help close the gap in the balance of payments.

As a result, it can be said that there are some congestions and bottlenecks in the tourism policy due to internal and external effect.

<b>ÖZGEÇMİŞ</b>	i
<b>ÖZET</b>	ii
<b>SUMMARY</b>	iii
<b>İÇİNDEKİLER</b>	v
<b>TABLolar</b>	viii
<b>KISALTMALAR</b>	x
<b>GİRİŞ</b>	1

**BİRİNCİ BÖLÜM**  
**TURİZM SEKTÖRÜ VE GENEL EKONOMİK ETKİLERİ**

<b>I- TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR</b>	3
<b>A- TURİZM KAVRAMI</b>	3
<b>B- TURİST KAVRAMI</b>	4
<b>C- TURİZMİN SINIFLANDIRILMASI</b>	6
<b>II- TURİZM SEKTÖRÜ</b>	9
<b>A- TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAPISI</b>	10
1. Üstyapı Olarak	10
a. Birincil Üstyapı	10
b. İkincil Üstyapı	12
2. Turizm Sektörünün Kurumsal Yapısı	14
a. Hukuk Düzeni	14
b. Örgütlenme	14
<b>B- TURİZM SEKTÖRÜNÜN GENEL ÖZELLİKLERİ</b>	15
1. Turizmde Ürün ve Özellikleri	15
2. Turizmin Görünmeyen İhracat Olma Özelliği	17
3. Turizmin Görünmeyen İthalat Olma Özelliği	18
4. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Bağımlılığı	19
5. Turizm Sektöründe Sabit Sermaye Yoğunluğu	22

### III- TURİZMİN GENEL EKONOMİK ETKİLERİ

- A - TURİZMİN DIŞ ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ
- B- TURİZMİN GELİR ETKİSİ
- C- TURİZMİN İSTİHDAMA ETKİSİ

25  
28  
32  
37

## İKİNCİ BÖLÜM

### TURİZM POLİTİKASI VE PLANLAMASI

#### I- TURİZM POLİTİKASI

- A - TURİZM POLİTİKASININ TANIMI 41
- B- TURİZM POLİTİKASININ ÖZELLİKLERİ 41
- C- TURİZM POLİTİKASININ UNSURLARI 43
- D- TURİZM POLİTİKASININ AMAÇLARI 44
- E - TURİZM POLİTİKASININ BAŞARI KOŞULLARI 46

#### II- TURİZM PLANLAMASI

- A- TURİZM SEKTÖRÜNÜN PLANLAMASINI GEREKTİREN BAŞLICA NEDENLER 48
- B- TURİZM PLANLAMASININ AMAÇLARI 49
- C- TURİSTİK TALEP TAHMİNİ 52
  - 1. Turizm Arzı ve Belirleme Yöntemleri 52
  - 2. Turizm Talebi ve Etkileyen Faktörler 59
  - 3. Turistik Talep Tahmini 61

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE TURİZM POLİTİKASI VE PLANLAMASI

#### I- PLANLI DÖNEMDE TÜRKİYE'DE TURİZM POLİTİKALARI

- A- I. B.Y.K.P. (1963-1967) 67
- B- II. B.Y.K.P. (1968-1972) 68
- C- III. B.Y.K.P. (1973-1977) 69
- D- IV. B.Y.K.P. (1979-1984) 70
- E- V. B.Y.K.P. (1985-1989) 71

67  
68  
69  
70  
71  
72

F- VI. B.Y.K.P. (1990-1994)	74
G- VII. B.Y.K.P. (1994-1999)	75
H- PLANLI DÖNEMLERİN GENEL BİR DEĞERLENDİRMESİ	98
<b>II- GÜNÜMÜZDE TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNÜN GENEL GÖRÜNÜMÜ</b>	101
<b>III- TÜRK TURİZM POLİTİKASINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER</b>	105
<b>A - İÇ ETKİLER</b>	105
1. Organizasyon ve Koordinasyon	105
2. Turizm Sektörü Dışından Gelen Etkiler	106
<b>B- DIŞ ETKİLER</b>	106
<b>IV- TÜRK TURİZM POLİTİKASININ SORUNLARI</b>	107
<b>A - TURİZM BİLİNCİ KONUSU</b>	108
<b>B- TURİZM EĞİTİMİ VE ÖĞRETİMİ</b>	108
<b>C- DÖVİZ GELİRLERİNİN ARTTIRILMASI</b>	108
<b>D- KONSANTRASYON (YOĞUNLAŞTIRMA) KONUSU</b>	108
<b>V- TÜRKİYE'DE TURİZM PLANLAMASI</b>	109
<b>A - EKONOMİK PLANLAMA</b>	109
1. Türk Plan Metodolojisi ve Turizm	109
2. Safhalı Planlama ve Turizm	110
<b>B- SOSYAL PLANLAMA</b>	112
<b>C- FİZİKİ PLANLAMA</b>	112
<b>VI- TÜRKİYE'YE İLİŞKİN TURİSTİK TALEP TAHMİNİ</b>	114
<b>A - TREND ANALİZİ UYGULAMASI</b>	114
1. Gelecek Turist Sayısı Tahmini (1995-2001)	114
2. Ortalama Turistik Harcama Miktarının Tahmini (1995-2001)	119
<b>B- REGRESYON ANALİZİ UYGULAMASI</b>	123
Döviz Kuru-Gelen Turist Sayısı ilişkisinin Saptanması	124
<b>SONUÇ</b>	127
<b>KAYNAKÇA</b>	134



## TABLÖLAR

<b>TABLO:1</b>	05.08.1993 Tarihi itibariyle Türkiye'deki Türlerine ve Sınıflarına Göre Turizm Bkn.'lığından Belgeli Konaklama Tesisleri	12
<b>TABLO:2</b>	Sektörlerarası Sermaye Oranları (%)	23
<b>TABLO:3</b>	Turizm Sektörü	24
<b>TABLO:4</b>	Dış Turizm Bilançosu	30
<b>TABLO:5</b>	Ekonomide Turizm Gelirlerinin Dağılımı	40
<b>TABLO:6</b>	Ekonomik Faaliyetlere İlişkin Uluslararası Standart Sektörel Sınıflandırmada Turistik Tesislerin Sınıflandırılması	55
<b>TABLO:7</b>	Talep Tahmin Yöntemleri	62
<b>TABLO:8</b>	Kalkınma Planlarında Turizm Endüstrisi	78-79-80
<b>TABLO:9</b>	Kalkınma Planlarında Turizmle İlgili Bazı Kavramların Sürekliliği	81
<b>TABLO:10</b>	Plan Hedefleri İle Gerçekleşen Turizm Gelirleri (Milyon\$)	82
<b>TABLO:11</b>	Plan Hedefleri İle Gerçekleşen Turizm Giderleri (Milyon\$)	83
<b>TABLO:12</b>	Plan Hedefleri İle Gerçekleşen Turizm Gelir-Gider Dengesi (Milyon\$)	84
<b>TABLO:13</b>	Gayri Safi Milli Hasıla (1963-1992) (Milyar T.L.)	85
<b>TABLO:14</b>	Dış Aktif Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı	86
<b>TABLO:15</b>	Dış Aktif Turizm Gelir-Giderleri (Milyar \$)	87
<b>TABLO:16</b>	Yurda Gelen Yabancılar-Yurtdışına Çıkan Vatandaşlar (Milyon \$)	87
<b>TABLO:17</b>	Plan Hedefleri İle Gerçekleşen Toplam Yabancıların Yıllara Göre Karşılaştırılması	88
<b>TABLO:18</b>	Türkiye'nin Döviz Girdileri (Milyon \$)	89
<b>TABLO:19</b>	Türkiye'nin Döviz Çıktıları (Milyon \$)	90
<b>TABLO:20</b>	Planlı Dönemlerde Dış Turizm Gelirlerinin GSMH'ya Oranı	91
<b>TABLO:21</b>	Turizmden Elde Edilen Döviz Girdilerinin Ödemeler Dengesine Katkısı	91
<b>TABLO:22</b>	Turizmden Kaynaklanan Döviz Çıktılarının Toplam Döviz Çıktıları İçindeki Payı	92
<b>TABLO:23</b>	Turizm Yatırımlarının Toplam Sabit Sermaye Yatırımları İçerisindeki Payı	93

<b>TABLO:24</b>	Sektörler İtibariyle Sabit Sermaye Yatırımları (1963-1993)	94
<b>TABLO:25</b>	Türkiye'nin Cari İşlemler Dengesi (Milyon \$)	95
<b>TABLO:26</b>	Belgeli Konaklama işletmelerinin Sahip Olduğu Yatak Kapasitesine Bağlı Olarak Turizm Sektöründe İstihdam Edilen İşgücü (Kişi)	96
<b>TABLO:27</b>	Hizmetler Sektörü İstihdamına Bağlı Olarak Turizm Sektöründe İstihdam Edilen İşgücü (Kişi)	97
<b>TABLO:28</b>	Türkiye'de Sektörlerin İstihdam İmkânı Sağlama Gücü	98
<b>TABLO:29</b>	1995-2001 Yılları Turistik Talep Tahmini	119
<b>TABLO:30</b>	1971-1994 Ortalama Turistik Harcama Miktarları (\$)	119
<b>TABLO:31</b>	1995-2001 Yılları Ortalama Turisti Harcama Tahmini	122
<b>TABLO:32</b>	1995-2001 Yılları Toplam Uluslararası Turistik Gelir Tahmini	122
<b>ŞEKİL: 1</b>	Tüm Seyehat Eden Kişilerin Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) Anlayışına Uygun Olarak Yapılan Bir Sınıflandırma	8
<b>ŞEKİL:2</b>	Turistik Tüketim Harcamalarının Ekonomi İçindeki Akımı	33

## KISALTMALAR

<b>UIOOT</b>	:Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu ve Kamu Turizm Teşekkülleri Uluslararası Birliği
<b>MPM</b>	:Milli Prodüktivite Merkezi
<b>WTO</b>	:Dünya Turizm Örgütü
<b>Ars. Eğt. Bşk. 'lığı</b>	:Araştırma Eğitim Başkanlığı
<b>Eko. ve Sos. Et. Konf. Hey.</b>	:Ekonomik ve Sosyal Etüdler Konferans Heyeti
<b>D.P.T.</b>	:Devlet Planlama Teşkilatı
<b>İ.Ü.İ.F.</b>	:İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi
<b>G.O.Ü.</b>	:Gelişmekte Olan ülkeler
<b>T.O.B.B.</b>	:Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
<b>H.D.T.M.</b>	:Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı
<b>I.S.I.C</b>	:Uluslararası Standart Sektörel Sınıflandırma
<b>I.BYKP</b>	:Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı
<b>ATAK</b>	:Akdeniz Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi
<b>MYO</b>	:Meslek Yüksek Okulu
<b>Yay.No</b>	:Yayın No
<b>a.g.e</b>	:Adı geçen eser.
<b>Bkz.</b>	:Bakınız.

## GİRİŞ

Turizm, bir anlamda tek başına bir sektör olmaktan da öteye mega bir pazardır ve ekonomik-sosyal yönleri ağır basan karmaşık bir kavramdır. Günümüzde gittikçe önem kazanan Turizmin, daha rasyonel değerlendirilmesi, ekonomiye katkılarının ve Turizm Politika ve Planlamasının gerekliliğinin daha iyi anlaşılması gerekmektedir.

Türkiye gibi iktisadi kalkınma çabasında olan ülkeler için turizm, iktisadi ve sosyal problemlerin çözümüne ne derece katkıda bulunacağı bakımından önemlidir. Bu çözümlere ulaşmada Turizm politikalarının ve planlamasının rasyonel günün koşullarına uygun ve bilimsel bir şekilde gerçekleştirilmesi zorunluluğu vardır.

Çalışmamız, üç genel başlık altında toplanmaktadır. Birinci bölüm; Konu ile ilgili bir takım kavramları açıklamaya Turizm Sektörünün genel görünümünü ve genel ekonomik etkilerinin neler olduğunu ortaya koymaya yöneliktir. Bu bölümde turizm sektörünün yapısı ve turizmde ürün özelliği, turizmin görünmeyen ihracat ve görünmeyen ithalat olma özelliği, turizmin diğer ekonomik sektörlerle bağımlılığı ele alınarak, Turizm Sektörünün genel özellikleri verilmeye çalışılmıştır.

Şüphesiz turizm kendine has bir takım özellikleri nedeniyle, bazı sorunların çözümünde alternatif olarak görülebilir. Bu nedenle bu bölümün ikinci kısmında günümüzün herkes tarafından alternatif kabul ettiği bu sektörün teorik anlamda ekonomik etkileri üzerinde durulmaktadır.

İkinci bölüm; Turizm Politikası ve planlamasına yönelik teorik değerlendirmeleri kapsamaktadır. Turizm politikasının, tanımı, özellikleri, elemanları, amaçları ve başarı koşulları özet bir şekilde verilmeye çalışılmıştır. Turizm planlamasının turizm sektörü için neden gerekli olduğu ve amaçlarının neler olduğu maddeleştirilmiş ve üçüncü bölümde örneklerle uygulaması gerçekleştirilen planlamanın ilk aşamasını teşkil eden turistik talep tahmini ve tahmini yöntemleri teorik olarak açıklanmıştır. Turizm Arzı ve Turizm Talebi kavramları konuların açıklanmasında yararlı olacağı kanısıyla ele alınmıştır.

Çalışmamızın üçüncü bölümü; Türkiye’de turizm sektöründeki gelişmeleri değerlendirmeye yöneliktir. Bu amaçla planlı dönemde uygulanan turizm politikalarındaki temel ilkeler ve tedbirler ele alınmış ve genel bir değerlendirmesi yapılmıştır. Türk Turizm Planlamasının ele alındığı bu bölümde sorunlara yer verilmiş ve Turistik Talep Tahmini için kullanılan yöntemler ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. Son olarak Trend Analizi Yöntemiyle 1995-2001 yıllarında gelecek turist sayısının tahmini yapılmış ayrıca Regresyon analizi kullanılarak Döviz Kuru ile Gelen Turist sayısı ilişkisinin saptanmasına çalışılmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZM SEKTÖRÜ VE GENEL EKONOMİK ETKİLERİ

#### I-TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

##### A- TURİZM KAVRAMI

Pierre DEFERT ve Rene BARETJE, 1972'de yayınladıkları "Turizmin Ekonomik Görünüşü" (Aspects Economiques Du Tourisme) adlı eserde; "Turizm olayını ve sorunlarını inceleyen eserlerin çoğu turizm kavramının tanımını yapmakla başlar. Bu güç bir teşebbüse girişmek ve belkide boşuna bir çaba harcamak demektir. Çünkü; bu kadar geniş ve çok yönlü karmaşık bir olayı birkaç satırda ifade etmek olanağı yoktur. Gerçekten; turizm üzerindeki araştırmalar geliştikçe tatmin edici bir tanım yapmanın mümkün olmadığı hayretle gözlemlenmektedir... Bu nedenle turizm, adeta bir ziyaretçinin kat kat gezdiği büyük bir ev gibi görünüyor"<sup>1</sup> demektedirler.

Bu ifadelerle rağmen yaygın benimsenen tanımlama ile turizm; kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümüdür.

Daha kısa ve öz olarak turizm;<sup>2</sup> sürekli yaşanılan yer dışında

<sup>1</sup>Hasan OLALI, *Dış Tanıtım ve Turizm*, T.C. İşbankası Yayın., Ankara 1983, s.21

<sup>2</sup>Etimolojik olarak turizm deyiimi, turist sözcüğünden doğmuştur. Turist sözcüğü ise batı dillerinde latince "tornus" kelimesinden türemiştir. Tornus kelimesi dönme, dönüş anlamlarını taşır.

tüketici olarak yapılan seyahat ve geçici konaklama olayıdır.

Bu tanımlamalar ile ortaya çıkan turizme ilişkin belirleyici özellikler ana hatlarıyla şunlardır;

1. Turizm sürekli yaşanan, çalışılan ve doğal gereksinimlerin karşılandığı yerlerin dışına yapılan seyahatlerdir.

2. Turizmde konaklama geçici bir süre içindir. Seyahat eden ve konaklayan kişi bir süre sonra sürekli yaşadığı yere geri döner.

3. Seyahat eden ve geçici olarak konaklayan kişiler genellikle turizm işletmeleri tarafından üretilen mal ve hizmetleri talep eder ve tüketirler.<sup>3</sup>

Turizm tanımı ve belirleyici özellikleri dikkate alındığında, eğlenme, iş, sağlık... vs yapılan geçici yer değiştirmeler turizm olayının kapsamı içinde sayılmakta iken, yalnız tedavi amacına dönük olarak hastahanelerdeki konaklamalar, iş arama ve sürekli yerleşme amacına yönelik seyahatler, öğrenim amacıyla uzun süreli konaklamalar... vs için yapılan düzenli seyahatler turizm kapsamı dışında kalmaktadır.

## B- TURİST KAVRAMI

1963 yılına kadar Milletler Cemiyeti Turizm Komitesi üye ülkelere, 1937 yılında Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanlar Komisyonunca saptanmış olan aşağıdaki tanımlamanın "Yabancı Turist" anlamında kullanılmasını önermişti; "Çoğunlukla oturduğu yerden başka bir ülkeyi 24 saatten fazla bir süre ziyaret eden kimse." Bu ilk turist tanımıdır.<sup>4</sup>

<sup>3</sup>İsmet BARUTÇUGİL, *Turizm İşletmeciliği*, İstanbul, 1989, s.15.

<sup>4</sup>Ergun GÖKSAN, *Turizmoloji*, İzmir, 1978, s. 25.

1963 yılında Birleşik Milletler İstatistik Komisyonu ve Kamu Turizm Teşekkülleri Uluslararası Birliği (UIOOT) Roma'da düzenledikleri Uluslararası Turizm ve Seyahat Konferansında aşağıdaki kavramları istatistiklere esas teşkil etmek üzere tanımlamışlardır;

**1. Yabancı ziyaretçi (Visiteur):** Bir ülkeye gelen ve konaklama süresi 24 saati aşan veya 24 saatten az olan tüm yabancı kişidir.

**2. Yabancı turist (touriste):** Sürekli konaklama yerinin bulunduğu ülkeden başka bir ülkeye iş, aile, ziyareti, merak, din, kültür, eğitim, spor, istirahat, eğlence, sağlık nedenleriyle seyahat eden, her çeşit geçici görev ve toplantılara (ilmi, dini, diplomatik, sportif...) katılmak üzere giden gittiği ülkede 24 saatten daha fazla süre ile kalan veya ülkenin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme (nutiee) yapan kişidir.

**3. Yabancı Ekskürsiyonist "Günübirlikçiler":** Gittiği ülkede 24 saatten daha az kalan veya ülkenin bir konaklama tesisinde bir geceleme yapmayan kişidir.

**4.Turist Olmayan Yabancı:** Başka bir ülke halkından olup, bir ülkeye sözleşmeli veya sözleşmesiz olarak çalışmak üzere veya memur olarak ya da bir meslek tutmak üzere gelenler ve sürekli konutunu o ülkeye nakletmek suretiyle sürekli konutu olan ülkeden başka bir ülkeye giden göçmenlerdir.

Bilimsel açıdan turist kavramını da aşağıdaki biçimiyle ifade edebiliriz; turist tanımındaki özelliklere uygun olarak, yine turizm tanımındaki nedenlerle belirli bir süre seyahet eden, gittiği yerde enaz 24 saat kalan veya o yerin bir konaklama tesisinde bir geceleme yapan, finansal gücü zamanı ve fiziksel kapasitesi sınırlı olan, rahatına düşkün, geleneklerini koruyan, vasat konfor, kesin temizlik, huzur, istikrar, güven arayan ve maceraperest olmayan kişidir.<sup>5</sup> (Bkz. Şekil 1.)

<sup>5</sup>O.Kemal AĞAOĞLU, Türkiye'de Turizm Eğitimi ve Etkinliği, MPM Yayınları 439, Ankara, 1991, s.24-25.



## C- TURİZMİN SINIFLANDIRILMASI

Turizmin daha açık ve doğru bir biçimde ele alınabilmesi amacıyla çeşitli kriterlere göre gruplandırılması gerekmektedir. Bu kriterler; turistin geldiği yer, turist sayısı, turizmin amacı, seçilen zaman kapsanan süre ve turizmin sosyolojik niteliği olmak üzere altı başlık içinde toplanabilir. Böyle bir sınıflandırma bazı eksiklikleri bulunmakla birlikte turizmin kavranmısının kolaylaştırılması açısından önemli yararlar içermektedir.

**1.Turistin Geldiği Yer:** Turizm olayı bu kriterler göre içi turizm ve dış (uluslararası) turizm olmak üzere ikiye ayrılır. İç turizmde sürekli yaşadıkları yerlerden ayrılan kişiler, kendi ülkeleri içindeki diğer bölgelere veya kentlere seyahat etmektedirler. İç turizm, milli gelirin bölgelerarası dağılımına önemli bir katkı sağlar. Dış turizm ise yaşanılan ülke dışında bir ülkeye seyahati ifade eder. İç turizmle arasındaki en önemli fark; yabancı dil, pasaport ve döviz gibi bazı engeller doğurmasıdır. Dış turizm, ödemeler dengesi üzerindeki etkileri açısından kendi içinde dış aktif turizm (yabancıların bir ülkeye seyahati) ve dış pasif turizm (bir ülke vatandaşlarının diğer ülkelere seyahati) olmak üzere ikiye ayrılabilir.

**2.Turist Sayısı:** Bu açıdan turizm bireysel (ferdi), kolektif ve kitle turizmi olmak üzere üçe ayrılır. Bireysel turizm; seyahat ve konaklamanın kişisel olarak, kolektif turizm; belirli bir grup, örgüt veya klüp tarafından düzenlenmesi ve gerçekleştirilmesi ile ortaya çıkar. Kitle turizmi ise, seyahatin büyük ölçüde ve konaklamanın tümüyle kolektif bir biçimde gerçekleştirildiği ve turistlerin grupla bütünleşmesinin bilinçli olarak özendirildiği bir turizm biçimidir.

**3.Amaç:** Bir kişinin turizm olayına katılmasını sağlayan amaçlar çok ve çeşitlidir. Amaçlar birbirleriyle yakından ilişkili ve genellikle de içiçedir. Buna rağmen bir turistin hangi amaçla seyahate karar verdiğinin

belirlenmesi, seyahat ve konaklama süresince girilen olayların ve kurulan ilişkilerin ağırlığının hangi noktalarda toplandığına bakılarak belirlenebilir. Buna göre turizm; dinlenme ve eğlenme, sosyal ve kültürel, sportif, dinsel, ekonomik, politik ve ailesel olmak üzere yedi gruba ayrılabilir.<sup>6</sup>

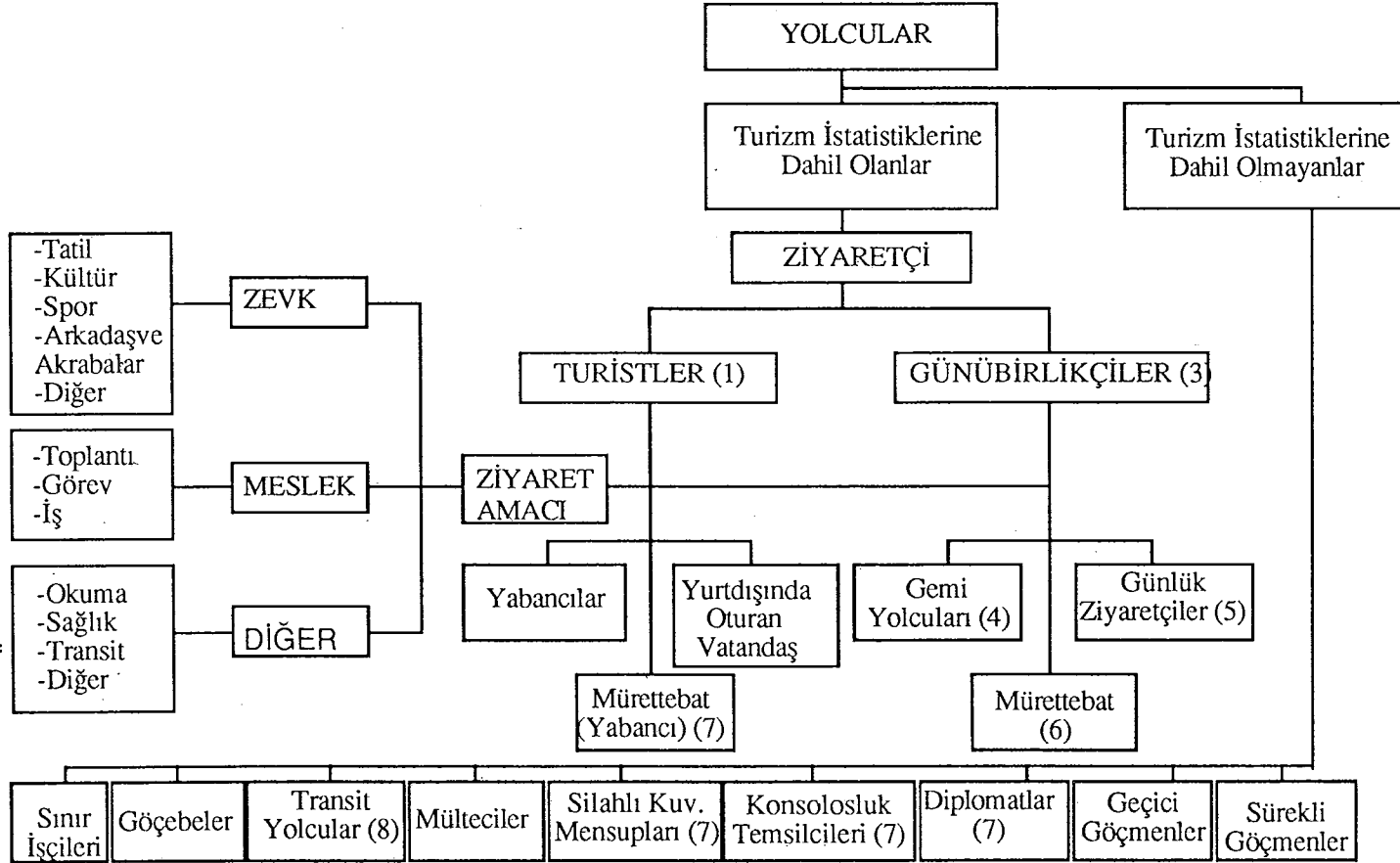
**4.Seçilen Zaman:** Seyahat ve konaklama için hangi mevsimin seçildiğine bakılarak, turizm; yaz turizmi veya kış turizmi biçiminde sınıflandırılabilir.

**5.Sosyolojik Nitelik:** Turizm bu olaya katılan kişilerin yaşları, meslekleri, sosyo-kültürel özellikleri ve gelir düzeyleri gibi sosyolojik nitelikleri açısından da sınıflandırılabilir. Bu anlamda yaygın olarak kullanılan sınıflandırmalardan biri yaş kriterine göre yapılan gençlik turizmi ve yaşlılar turizmi ayırımıdır. Diğer bir sınıflama da turistin gelir düzeyi ve sosyal durumu ile bağlantılı olarak yapılan lüks turizm, geleneksel turizm, sosyal turizm ayırımıdır.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Ayrıntı için, bkz. İsmet BARUTÇUGİL; **Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisinde Yeri**, İstanbul, 1986, s.5.

<sup>7</sup>İ. BARUTÇUGİL, **Turizm Ekonomisi...**a.g.e., s.4-7.



(1) Gidilen ülkede en az bir gece kalan ziyaretçiler. (2) Gidilen ülkedeki konaklama tesislerini kullanan mürettebat. (3) Gidilen ülkeyi gün boyu ziyaret etmesine karşın gece konaklaması için gemiye dönen ziyaretçiler. (4) Günübirlikçi kavramına dahildir. (5) Aynı gün gelen ve giden ziyaretçiler. (6) Ziyaret edilen ülkenin vatandaşı olmayan ve gün boyu kalan mürettebat. (7) Kendi ülkelerinden görev bölgelerine gittikleri zaman ve tersi (bunlara katılan çocuklar ve ev içi hizmet personeli dahil). (8) Liman ve havaalanını terketmeyenler. Bazı ülkelerde transit geçiş bir gün veya daha uzun sürebilir. Bu durumdaki ziyaretçilerin turizm istatistiklerine dahil edilmesi gerekir.

ŞEKİL-1 Tüm Seyahat Eden Kişilerin Dünya Turizm Örgütünün (WTO) anlayışına uygun olarak yapılan bir sınıflandırılması.

## II-TURİZM SEKTÖRÜ

Doğal kaynakları doğruan işleyen uğraş dalları “Birinci Sektörü” oluşturur. İkinci sektör sanayidir. Buradaki ölçüt üretimden, makina, donatım ve amortismanın büyük pay almasıdır. Üretimde, hizmet yapının yüksek oluşu da hizmet sektörünü oluşturur. Ekonomiyi sektörlere bölmede bir başka ölçüt; herhangi bir uğraşı dalının yararlandığı kaynak ve üretim aracına göre saptanır. Böyle bir ölçütün uarlanması ile ekonominin şu sektörlerden oluştuğu sonucuna varılır. Tarım, madencilik, imalat sanayi, enerji, ulaştırma turizm, konut, eğitim, öbür hizmetler. Görülüyor ki turizm bu ayırımda bütün içinden yararlandığı kaynak ve üretim aracı ölçütüne göre ekonomiyi oluşturan sektörlerden biridir. Her uğraşı biçiminin özgün ürünü vardır. Turizm sektörü de Turizm ürünü verir.

Turizm çok yönlü bir sektördür. Bu çok yönlülük, ekonomiyi oluşturan öbür sektörlerle olan sınırı çizmeyi veya nerede başlayıp nerede bittiğini saptamayı zorlaştırır. Bunun temelindeki neden; turizmin; gelişmişliğin yan ürünü olarak ortaya çıkmasıdır.<sup>8</sup>

Turizm sektörü Türkiye’ye gelen yabancıların sayısını ve turizm gelirlerini arttırmak, iç turizm hareketlerini geliştirmek ve yurtdışına çıkan vatandaşların seyahatlerini düzenlemekle ilgili bütün kamu ve özel sektör faaliyetlerini kapsar. Turizm sektörü içinde, turizm endüstrisinin kurulması ve işletilmesi, turizm sektörüne yardımcı imkanların geliştirilmesi, turizm sektörüne yardımcı bütün hizmetlerin yapılmasının teşvik ve izlenmesi yer alır.<sup>9</sup>

<sup>8</sup>Mehmet ÖZDEMİR, Arş.Eğr.Bşk. Turizm nedir? T.C. Turizm Bnk. A.Ş.Arş.Eğ.Bşk.’lığı İnceleme/Araştırma Dizisi:1, Ankara, s.81.

<sup>9</sup>Tuncay AKOĞLU, “Türkiye’de Turizmin Geliştirilmesi” Eko. ve Sos. Etüdler Konf. Heyeti, İzmir Uluslararası Seminer Tebliğleri, İstanbul, 1969, s.22.

## A-TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAPISI

### 1-Üst Yapı Olarak

Turizm sektörünün içeriğini saptayabilmek için, bir üst yapı kurumu olarak incelememiz gerekir.

**a-Birincil Üst Yapı:** Turizm sektörünü dayalı olduğu alt yapıdan ayırıcı geriye “Turist Akımını Alıkoyan Varlık” kalır. Çünkü turizmin varlığı kapamına giren, turist akımını çeken, akımı karşılayıp kabullenen ve taşıyan varlıklar; kökende altyapıyı oluşturan kaynaklardır. turizm olsa da olmasa da “VAR”dırlar. Bunlar; doğal topluluklar, turizm mekanındaki toplumsal kültür ve bunun temsilcileri, bireyleri ile insan gücüdür. Bunlar turizm sektörünün yararlanmama elverişli nitelik içeriyor ya da içerir hale getirilmişlerse, turizm sektörü birincil üst yapı olarak ekonomideki yerini alır. Konaklama, bir bakıma yolculuk durumuna son vererek turizme özgü ilişkilerin başlamasına neden olur. Öte yandan yaşamsal ve düzenlemelerin yer aldığı yapı, sektörün birincil-başat varlığını oluşturur. Böyle oluşumdai işlevi nedeniyle buna turizm sektörünün “Birincil Üst Yapısı” diyoruz.

**aa.Biçimleniş:** Birincil üst yapının işlevi, yolculuğu konaklamaa yani geçici süre kalışa dönüştürmek olduğuna göre biçimleniş bu yapının belirli bir biçimde olmasını zorunlu kılar.

**ab.Çeşitleri:** Turist akımının yüklü olduğu gereksinmelerin farklılığı, turist akımını çeken varlıklar arasındaki farklılıklar, yer değiştirim amaçları, alım güçleri, toplumsal statüleri, toplumsal kültürleri, birincil üstyapıyı kendi içinde çeşitlendirir. Bu çeşitlenme, aşağıda belirtilen adlarla belirlenirler ve turizm endüstrisinin “KONAKLAMA TESİSİ” dalını oluştururlar.

**Tatil Köyü:** Dinlence turizmüne yönelik gereksinmelerin

karşılandığı bir üst yapı çeşididir. Bir başka açıdan da, kitle turizmin dayandırıldığı üst yapı çeşididir.

**Dinlenme Şehri:** Kırsal alanda örneğin; egemen uğraşısı tarım ya da balıkçılığa dayalı yerleşim alanlarında (köy- kasaba) belirli bir plana göre yapılan yatırımlarla DİNLENCE MERKEZİ'ne dönüştürülen bir mekandır. Kent yapısında bir mekandır. Öte yandan kasabalı ile konuk'un birlikte yaşadıkları bir mekandır.

**Hotel:** Deniz-kum-güneş üçlüsüne dayanır. Kıyı turizmini simgeleyen bir üst yapı çeşididir.

**Motel:** Limanlar, hava terminalleri, tren istasyonu çevreleri, karayolu kavşak noktaları, motel için kuruluş yerleridir. Bu açıdan özellikle transit yolcular için ARA KONAKLATICI işlevini görür. Rahatlığa yönelik hizmet ve donatım en az düzeyededir.

**Oberi (Dağ Oteli, Kayak Evi, Sığınak-Klube):** "Dağ Turizmi" dediğimiz farklı birturizm çeşidinin gerektirdiği bir üst yapıdır.

**Villa, Şale, Bungalov:** Tek aile barındıran konut veya bir aile için yapılmış konuttan türetilmiştir. Bahçe içinde ve bunu tamamlayıcı öğelere yöneliktir.

**Otel:** Birincil üst yapıyı simgeleyen varlık oteldir. Turizm endüstrisinin çekirdeğidir. Kente özgüdür.

Yukarıda açıkladığımız üst yapı çeşitlerinin yanısıra möbleli daire, çadır-karavan, konutsal otel veya dinlence oteli de üst yapı çeşitlerinden sayılmaktadır.<sup>10</sup>

<sup>10</sup>Ziya ERALP, Genel Turizm, Ankara Üniv. Basın-Yayın Y.O. Yayınları:3, Ankara, 1983, s.152.

TABLO 1: 05.08.1993 Tarihi itibariyle Türkiye'deki Türlerine ve Sınıflarına Göre Turizm Bakanlığı'ndan Belgeli Konaklama Tesisleri

Türü	Sınıf	TURİZM YATIRIM BELGELİ			TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ		
		Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
OTEL	5 Yıldızlı	54	14.517	31.417	67	18.204	37.880
	4 Yıldızlı	124	18.681	39.083	82	11.720	23.833
	3 Yıldızlı	591	47.490	98.016	304	25.242	51.260
	2 Yıldızlı	480	20.681	41.699	459	21.179	41.357
	Tek Yıldızlı	121	3.626	7.041	241	8.751	16.757
MOTEL	1. Sınıf	21	818	1.686	17	930	1.819
	2. Sınıf	50	1.184	2.322	33	813	1.625
TATİL KÖYÜ	1. Sınıf	66	16.389	35.281	47	15.151	32.930
	2. Sınıf	24	4.567	9.645	9	840	1.848
PANSİYON		243	4.170	8.127	181	3.020	5.883
KAMPİNG		20	1.622	4.705	28	2.366	6.983
OBERJ		1	56	150	8	376	1.181
KAPLICA		-	-	-	1	20	40
APARTOTEL		-	-	-	19	512	1.596
ÖZEL BELGELİ		20	1.795	2.920	50	1.517	1.669
GOLF TESİSLERİ		3	308	1.271	-	-	-
MOLA NOKTALARI TES.		1	27	54	-	-	-
TOPLAM		1.819	135.911	283.387	1.546	110.641	228.661

**Kaynak:** VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), DPT, 1994 yılı programı destek çalışmaları, Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, s.124

**b.İkincil Üst Yapı:** Varlığı, birincil üst yapıya bağımlı olduğu ve ondan sonra geldiği için, yani konaklatıcının işlevinden sonra

geldiği için, bu kapsam ve içerikte oluşan öğeye “İkincil Üstyapı” diyoruz. Turist akımını çeken varlıklara, yerdeğiştirim hareketine neden olan gereksinimleri karşılayıcı doğrultuda biçim veren, içerik ve nitelik kazandıran ya da bu varlıklara ulaşmayı sağlayan yapısal ve kurumsal bir oluşumdur.

### **ba.İkincil Üst Yapıyı Oluşturan ve Biçimlendiren Etmenler:**

- \*Ülke ekonomisinin gelişmişlik düzeyi,
- \*Çekim gücünün çeşidi ve boyutları,
- \*Birincil üstyapının kapasitesi,
- \*Kalış süresinin ortalama uzunluğu,
- \*Konukların alım gücü.

### **bb.Çeşitleri:**

- \*Ulaşım sistemi,
- \*Taşıt bakım ve tamir istasyonları,
- \*Jeo-ekonomik varlıklar alanında ikincil üstyapı,
- \*Tarihsel nitelikteki varlıklar alanında,
- \*Boş zamanı değerlendirmeye yönelik donatım ve düzenlemeler.

Bunlar turiste spora katılmasını sağlayıcı, görsel ve işitsel alanda düzenlemeler, kalıcı nitelikteki nesnelere sunumu, şans oyunlarıdır.

\*Yer değıştirimle bağı olmayan birinci gereksinimlerin çözümleyicisi olan ikincil üstyapı: Bunlar sağlık hizmetleri, çocuk bakımı yerleri, eğlence yerleri, PTT, giyim eşyası, saç ve cilt bakım yerleri...vb.

### **bc.İkincil Üstyapının İşlevi:**

\*Turizm mekanı bakımından; Konaklama tesislerinde kapasite kullanımı artar, konukların harcamalarını çoğaltır, yeni harcama alanları açar, turizm mevsimini uzatır, yeni uğraşı alanları açar.



\*Konuklar bakımından; Yerdeğiştirim gereksinimleri karşılamayı sağlar, boş zamanı harcama alanlarını çeşitlendirir.

## 2.Turizm Sektörünün Kurumsal Yapısı

### a.Hukuk Düzeni:

**aa.Alt yapı Niteliğindeki Hukuk Düzeni:** Ülkenin nüfus ve doğa olarak konaklamaları ve ulaştırma sistemi, tüm sektörlerin yararlandığı altyapıyı oluşturduğuna göre, aynı noktadan hareketle yine tüm sektörlerin dayandığı bir hukuk düzeni vardır. Her sektör buna dayandığı için alt yapı niteliğindedir.

**ab.Üst yapı Niteliğindeki Hukuk Düzeni:** Sektörlerin özgün kaynaklardan yararlanılması, sektöre özgüo dayanıkları için üst yapı niteliğindeki hukuk düzenini simgeler.

### b.Örgütlenme

**ba.Merkezi, İdari Düzeyinde Örgütlenme:** Resmi adıyla “Turizm Bakanlığı” merkezi idare düzeyinde örgütlenmeyi simgeler. Bunun yanında Devlet Planlama Teşkilatı, Maliye, Orman, Bayındırlık, Milli Eğitim, Ulaştırma vb. bakanlıklar turizm sektörünün kaynak kullanımını düzenleyen merkezi idare örgütleridir.

**bb.Yerel Yönetim Düzeyinde Örgütlenme:** İkiye ayrılır. Birisi, merkezi idarenin yerel birimleridir. Sınır kapılarındaki merkezi idare örgütleri, kolluk kuvvetleri, trafiği düzenleyen kuruluşlar, PTT, sağlık hizmetleri ile ilgili kuruluşlar gibi. İkincisi, yerel yönetim birimleri, karar organları, halk tarafından seçilenlerdir. En etkeni “Belediye”lerdir.

bc.Sendikal Alanda Örgütlenme: Turizmin yararlandığı kaynaklardan birisi de işgücüdür. İş ve işçi ilişkisi çalışan ve çalıştıran olarak sendikal alanda örgütlenmeyi gerektirir.<sup>11</sup>

## B-TURİZM SEKTÖRÜNÜN GENEL ÖZELLİKLERİ

### 1.Turizmde Ürün ve Özellikleri

Turizm tanımından hareketle, insanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışına seyahatleri, konaklamaları, turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetleri satın almaları ve tekrar devamlı ikamet yerlerine kadar geçen süre içinde birbirinden farklı çok sayıda mal ve hizmeti talep edeceklerini söylemek mümkündür. Bu durum turizmde ürünü tanımlamayı ve ürünün özelliklerini genel ahtlarıyla ortaya koymayı gerektirmektedir.

Genel olarak turist ürünü için; “satın alınan mal ve hizmetlerin karşımı ve turistlerin gittikleri yerde orada kalmalarını sağlamak için faydalandıkları her çeşitte hizmettir” denilmektedir.<sup>12</sup>

Turist ürününün satılması sonucu elde edilecek gelirin büyüklüğü, sektörünün ekonomik ekalkınmaya olumlu katkısını arttıracığından, ürünün mevcut haliyle tanınması ve ne ölçüde çeşitlendirilebileceğinin bilinmesi son derece önemlidir. “Toplam turist ürünü cazibe, faydalılık ve kolay elde edilebilirlik faktörlerinin bir kombinezonudur.” Turizm için elverişli doğal şartlar ülkenin turizm potansiyelini, başka bir deyişle “cazibesini” oluşturmaktadır. Doğal şartların büyük ölçüde geçici olması toplam turist ürünü içindeki ağırlığını tesbit etmeyi güç bir hale getirmektedir. (Bkz. Turizm Arzının Esnekliği) Mevcut cazibenin turistik ürün haline gelebilmesi büyük ölçüde “faydalılığı” ve “kolay elde edilebilirliği” sağlayacak mal ve hizmetlerin

<sup>11</sup>Z. ERALP, a.g.e., s.150-155.

<sup>12</sup>Münir KUTLUATA, Turizm Pazarlaması ve Turizmde Aracı Kuruluşlar, (Basılmamış Doçentlik Tezi), İ.Ü.İ.F., İstanbul, 1977, s.83.

geliştirilmesine bağlıdır. Bu durum, toplam turist ürününü meydana getiren halkaların başlangıçta birbirinden bağımsız görünseler de aslında bir birlerinin tamamlayıcı olduklarını ortaya koymaktadır.<sup>13</sup>

Turist ürününü diğer ürünlerden ayıran özelliklerini şu başlıklar altında ifade etmek mümkündür;<sup>14</sup>

-Turist ürünü, ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer birçok değişik servisleri birleştirerek kendi nihai ürünlerini kendilerinin oluşturulması ve aralarındaki bağlantıyı organize etmeleri doğaldır. Mal tüketiminde, nihai ürünü meydana getiren parçaların bir araya getirilmesi sureti ile tüketime hazırlanması çok nadir başvurulan bir yoldur.

-İhtiyaç ve arzularındaki bireysel farklılıklar sebebiyle, her turist için hazırlanan standart mal ve hizmet paketi, eksik görülmekte ve her turist farklı ilaveler yapmak istemektedir. Diğer ürünlerde bu durum mümkün iken aksesuar farkı denilebilen farklılıklar turist ürününde farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır.

-Her turist için sözkonusu olan nihai turist ürünü birbirinden farklıdır. Herkes bakımından kabul edilebilecek bir turist ürününden bahsetmek mümkün değildir.

-Turizm esas itibariyle soyut özelliklere sahip bir hizmet endüstrisidir. Yani somut olarak bir malın üretimi sözkonusu değildir. Bu durum turizmle diğer sahalar arasındaki önemli bir farklılıktır. Bahsedilen farklılık, hizmetlerin büyük ölçüde emek-yoğun gerçekleştiriliyor olması sebebiyle turizmde yönetimi kendine has zorluklarla karşı karşıya bırakmaktadır.

<sup>13</sup>M. KUTLUATA, a.g.e., s.89-90.

<sup>14</sup>M. KUTLUATA, a.g.e., s.161.

-Diğer endüstrilerde üretimi sözkonusu nihai ürünler depolama imkanına sahipken turizmde bu mümkün değildir. Çünkü turizmde üretim, turistin tüketime hazır olduğu anda gerçekleştirilmektedir.

-Turist ürününün özellikle ulaştırma araçları ve otel odaları gibi sabit yatırım ağırlıklı kısmı her an tüketime hazır haldedir. Bunlarda meydana gelecek boşluk ürünün boş kullanıldığı israf olduğu şeklinde kabul edilmelidir.

-Çoğu nihai ürünün aksine, turist ürünün tüketilmesinde, turistlerin tüketim yerlerine, hem de farklı ürünler için farklı yerlerde bulunan tüketim yerlerine taşınmaları sözkonusudur.

-Turist ürününü üretecek özel girişimcilerin yatırımları kamu hizmetleri ve altyapı ile ilgilidir. Bu durumda kamunun yapmak zorunda olduğu veya gerçekleştirilmesi faaliyetleri arasında tanımlanmış olanlarda meydana gelecek aksaklık ve eksiklikler iyi bir turist ürünü oluşturma gayretlerinin başarısını zayıflatacaktır. Bu sebeple, kamu ve özel sektörün aralarında ve birlikte oluşturacakları turizm bilincinde anlayış birliğinin sağlanmış olması zorunluluğu vardır.

Turizm sektöründen ekonomiye maksimum olumlu katkı sağlamak amacı, en iyi turist ürünü paketini oluşturmak, satmak ve bu yolla sağlanan girdileri azami hale getirmek ile mümkün olacaktır. Bu sebeple, ürünü meydana getirecek çalışma içinde olmaları ve ana prensiplerinden taviz vermemeleri bir zorunluluktur. Bu durum en basit şekliyle, öncü yatırımları yapmak, üst yapıyı temin etmek, kontrol ve koordine etmek şeklinde özetlenebilir.

## **2.Turizmin Görünmeyen İhracat Olma Özelliği**

En genel ifadesi ile ihracat; bir ülkenin ürettiği malların diğer ülkelerdeki alıcılara satılmasıdır. Başka bir deyişle, memleket içinde

üretmiş malların dışarıya transferidir.<sup>15</sup>

İhracatı tanımlamaya yönelik ifadeler daha çok mal ihracatını tanımlamak için kullanılmakta ve mal ihracatında fiziki bir hareketin olduğunu ortaya koymaktadır. Toplam turist ürününün bir takım mal ve hizmetlerin bileşimi olması, nihai bir mal durumunda fiziki hareketliliği engelleyen önemli bir konudur. Ancak, mal ihracı ile, turizm amaçlı tüketim arasında döviz açısından büyük farklılıklar yoktur.<sup>16</sup> Turizm bakımından genel bir değerlendirme yapacak olursak; turizmde tüketici turizm ürününü üretimin yapıldığı yerde bizzat kendisi almak durumundadır. Bunun sonucu olarak turist alan ülke, taşıma ve benzeri maliyetlere katlanmaksızın perakende fiyatlarla ülke sınırları içinde ihracat yapmış olmaktadır. Ayrıca, uluslararası ulaşımda söz sahibi olan ülkeler ürünlerini hem fob hem de cif fiyatlarla satma avantajına sahiptirler.<sup>17</sup>

Turizm ayrıca ulusal ekonomi için önemli bir “ek ihracat” kaynağı olarak da açıklanmaktadır. Ekonomik ilerlemeler ve turizm geliştikçe turistlerin yabancı ülkelerde yaptıkları alışverişler de artar. Turistler böylece ek ihracat kaynağı yaratırlar. Bu alışveriş; turistin kültürel, sosyal ve ödeme olanağı çeresine ve gidilen ülkenin ekonomik durumuna göre değişiklikler gösterir.<sup>18</sup>

### 3. Turizmin Görünmeyen İthalat Olma Özelliği

Turizmin görünmeyen ihracat olması yanında, görünmeyen ithalat olma özelliği de mevcuttur. Turist alan bir ülke açısından ihracat özelliği arzeden durum, turist gönderen ülke açısından ithalat özelliği taşımaktadır. Zira ithalat en genel ifadeyle yabancı kökenli mal ve

<sup>15</sup>Erdoğan ALKİN, İktisat, İ.Ü.İ.F. Yay. No: 341, İstanbul, 1974, s.228.

<sup>16</sup>Hasan OLALI, Turizm Teorisi ve Politikası, İzmir Ticaret Odası Yay. No: 71, 1963, s.26.

<sup>17</sup>İ. BARUTÇUGİL, Turizm Ekonomisi..., a.g.e., s.31.

<sup>18</sup>Ayrıntı için Bkz. E.GÖKSAN, a.g.e., s.29.

hizmetlerin alınmasıdır. Bahsedilen mal ve hizmetlerin alınması işlemi doğrudan veya dolaylı olarak dövizle gerçekleşeceğinden, döviz olarak bir maliyet sözkonusudur. Turizmde ithalatı sadece bu anlamda sınırlandırmamak gerekir.

Toplam turist ürünü, üretimine ithal girdilerin de iştirak ettiği bir bütündür. Bu sebeple arz edilen turis ürünün, üretimi gerçekleştirmek bakımından ne ölçüde yabancı girdi gerektirdiğini bilmekte yarar vardır. Çünkü bu yolla sağlanan girdiler tam anlamıyla ithalattır. Ayrıca, turizm yatırımları içerisinde önemli yer tutan konaklama yatırımlarının inşaat-teçhizat-mefruşat üçlüsünü gerçekleştirebilmek için belli oranda yabancı malzeme kullanmayı gerektirmektedir. Konaklama işletmelerinde otomasyona imkan veren uygulamalar, bunların makine ve program destekleri ve işletmecilik bilgileri de turizmde ithalatın ayrı bir yönünü oluşturmaktadır.

#### **4. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Bağımlılığı**

Turizm, diğer sektörlere olan doğrudan veya dolaylı bağımlılığı dolayısıyla, geliştiği ölçüde diğer sektörler üzerinde harekete geçirici ve süreklilyici etkiler meydana getirecektir.

##### **a. Turizm-Tarım İlişkisi**

Turiste arzedilen ürünler tarım ürünlerinin önemli bir paya sahip olması, özellikle tarım üretiminin önem arzettiği gelişmekte olan ülkeler (G.O.Ü) bakımından önemlidir. Clement'in yaptığı araştırma sonuçları içinde 1000 dolarlık bir turizm tüketiminin %32'sini yiyecek-içecek meydana getirmektedir. Bu durum özellikle yiyeceklerin tamamen tarım ürünleri ile üretiliyor olması sebebiyle turizm-yatırım ilişkisinin turizm geliştiği oranda tarım üzerinde meydana getireceği olumlu katkıları açıklamak bakımından önemlidir. Turizm gelirlerinin artması, tarım

sektöründe üretim kalitesinin artmasına, standardizasyonun sağlanmasına ve ürünlerin gerçek değerine satılmasına neden olacaktır. Tarımsal ürünlerin pazarlanması yoluyla sağlanacak gelirler dışında, tarımla uğraşanlar ve tarım arazilerine sahip bulunanlar, çeşitli alternatifleri (arazi kiralama, mevsimlik işsizlik problemini turizmin hazırlayacağı istihdam olanaklarıyla kısmen giderme) değerlendirmek suretiyle turizmden gelir elde edilebilirler.<sup>19</sup>

Bu olumlu etkiler yanında Turizm-Tarım ilişkisinden kaynaklanan olumsuz etkiler de gözlenmektedir. Tarım arazilerinden turizm amaçlı kullanıma kiralanın ve bizzat sahibi tarafından tarım amaçlı kullanılan arazi miktarındaki artış, kullanılabilir tarım alanlarının daralmasına neden olacaktır. Ayrıca mevcut sabit varlıkları iyileştirmek suretiyle turizme açınlar, bu iş için birtakım harcamalar yapmaktadırlar. Söz konusu harcama miktarlarındaki artış, tarım üretiminin ihtiyaç gösterdiği makine, ekipman ve diğer tarım üretimi girdilerinin miktarında azalmaya neden olacak ve dolayısıyla tarım ürünlerinde verim düşecektir. Bu durum olumlu ve olumsuz ilişkilerin yönünü belirtmek bakımından önemlidir.

### **b. Turizm İle Sanayi Sektörü Arasındaki İlişki**

Sanayi sektörünün değişik alt kesimleri bakımından farklılık, göstermektedir. Bu durum sanayi sektörünü şu başlıklar altında ele alınarak incelenebilir;

**ba. Tüketim Malı Üreten Sanayiler Üzerinde;** turizmin etkisi oldukça fazladır. Özellikle gıda ve içki sanayilerinde, turistik ihtiyaçların yönlendirdiği talebe uyum sağlamak amacıyla, üretimin turistik standartlara uygun üretilmiş olmasına gayret edilir. Ayrıca, bu tür sanayilerde sadece turistik tüketime cevap verecek üretim yapıldığını görmek mümkündür.

<sup>19</sup>Hasan OLALI, Alp TİMUR, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, ENKA 1985 Yılı Ekonomi Dalı Birincilik Ödülü, İzmir, 1986, s.111-112.

**bb. Ara Malı Üreten Sanayiler Arasında;** ele aldığımız deri, deri mamülleri ve seramik sanayii turizmden etkilenmektedir. Özellikle deri mamullerinin satışı, turizm yoluyla elde edilen ek ihracatı arttırmaktadır. Aynı zamanda turizmin gelişmesi, bu tür ara mal üreten sanayilerin ürettikleri malların satışlarını dolayısıyla üretimlerini arttıracaktır, demek yanlış olmayacaktır.

**bc. Yatırım Malı Üreten Sanayiler ile;** turizm arasında etkili bir ilişki olduğu söylenemez özellikle ulaştırma araçları üreten sanayilerde turistik talebin ihtiyaç gösterdiği değişiklikleri yapabilmek bakımından ilişkiler önem kazanmaktadır.

Sanayi sektöründe sağlanacak gelişmeler, meydana getireceği talep artışı ile bazı sektörlerde istihdamı arttıracaktır. İstihdamın daha yüksek harcama gücüne sahip olması dolayısıyla turistik faaliyetlere de yansıtacaktır.

### **c. Turizm-Hizmet Sektörü**

Turistik hizmetlerde meydana gelen hızlı değişme hizmetlerde aranan özellikleri etkilemekte ve birtakım hizmetlerde farklılaşmalara neden olmaktadır. Özellikle; cari tüketim donatım sanatları, konforla ilgili üretim yapanlar, yardım ve güvenlik hizmetleri ve lüks hizmetlerde doğrudan etkilerini gözlemek mümkündür. Ayrıca turizmin topyekün bir eğitim gerektiriyor olması, kalifiye personelin üretim kalitesini arttırmak yönündeki çabalarını arttırmaktadır. Ayrıca ulaşım, haberleşme, eğitim, sağlık, güvenlik gibi genel altyapıyı ilgilendiren konulardaki gelişme, turizmin gelişmesi için gerekli ortamında hazırlayıcılarıdır.<sup>20</sup>

Turizm bir taraftan hizmet sektöründen kendi faaliyet alanları açısından yararlanırken, diğer taraftan bu yararlanma sonucu hizmet

<sup>20</sup>H. OLALI- A.TİMUR, a.g.e., s.115.



üretiminin iyileştirilmesinde zorlayıcı etki yaparak bu sektörün gelişmesine katkıda bulunur.

### 5.Turizm Sektöründe Sabit Sermaye Yoğunluğu

Turizm alanında yapılan yatırımlar (ki en büyük payı konaklama yatırımları oluşturur) sonucu oluşan tesisler büyük ölçüde arsa, bina ve teçhizat üçlüsüne dayanmaktadır. Bu sebeple sabit sermaye yoğunluğu oldukça fazladır. Turizm sektöründe bir konaklama tesisinin inşasında toplam yatırım harcamalarının (arsa hariç) dağılımı şu şekildedir.<sup>21</sup>

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

Bu durum tesisler hizmete girmeden önce yatırımcı tarafından gerçekleştirilecek ve finanse edilecek bölümün, toplam yatırım tutarı içindeki payını arttırmaktadır.

Turizm sektöründe sabit sermaye yoğunluğu diğer sektörlerden oldukça fazladır. Bu durum özellikle sermayenin rantabilitesi ve sermayenin dönüş hızı (yıllık ciro/sermaye) bakımından önemlidir. Bu nedenle, rantabilite değerlendirilmesinde turizm yatırımları diğer yatırımlardan farklı kıstaslarla ele alınmaktadır.<sup>22</sup>

<sup>21</sup>H. OLALI- A.TİMUR, a.g.e., s.62-67.

<sup>22</sup>O. Kemal AĞAOĞLU, Turizm Yatırımlarda Kaynak Kullanımı ve Verimlilik Sorunları, MPM Yayınları: 520, Ankara, 1994, s.10.

TABLO 2: Sektörlerarası Sermaye Oranları (%)

SEKTÖRLER	Sabit Sermaye	Döner Sermaye
Madencilik Endüstrisi	64	36
Demir/Çelik Endüstrisi	50	50
Kimya Endüstrisi	42	58
Makine/İmalat Endüstrisi	39	61
Dokuma Endüstrisi	41	59
Konaklama Endüstrisi:		
Otel binasının sahibi işletmeci ise	94	6
İşletme kira ile tutulmuş ise	58	42

Kaynak: DPT, Planlama Dergisi, sayı:10, s.22.

TABLO : 3 TURİZM SEKTÖRÜ

Kâr Amacı Gütmeyen Organizasyonlar	Pazarlama Hizmetleri	Konaklama Tesisleri	Destekleyici Hizmetler	Perakende Satış Mğz.	Çeşitli Faaliyetler
*Kamu Turizm Kuruluşları	*Tur Operatörleri	*Oteller	*Lokantalar	*Hediyelik Eşya Mğz.	*Toplantı
*Turizmle İlgili Vakıflar-Dernekler	*Seyahat Acentaları	*Moteller	*Banka Hiz.	*Hediyelik Elishi Mğz.	*Konferanslar
*Kamu Danışma Büroları		*Tatil Köyleri	*Barlar	*Hatıra Eşya Mğz.	*Spor Karşılaşmaları
*Kamu Turistik Finansman Kuruluşları		*Kamplar	*Tavernalar	*Antika ve Sanat Eşyası	*Yöresel Şenlikler
		*Pansiyonlar	*Kafeteryalar	Satan Mğz.	*Festivaler
		*Hostesler			
		*Boteller			
		*Spor ve Acılık Tes.			
		*Sağlık Tes.			

Kaynak: A. H. DEREKÖY, a.g.e., s.22.

### III-TURİZMİN GENEL EKONOMİK ETKİLERİ

İktisadi kalkınma yolundaki ülkeler, makro planlar aracılığıyla, sınırsız ihtiyaçlara karşılık sınırlı kaynaklar bakımından, iktisadi tercihlerini ve öncelikleri belirlemeye gayet etmekte. Bu durum, gelişmiş ülkeler için de bir zorunluluktur. Ancak, G.O.Ü.'in kendilerine has özellikleri nedeniyle özel bir öneme sahiptir. Günümüzde azgelişmiş ülkeler, kalkınma çabalarını daha da arttırmış bulunmaktadır. Çünkü, gelişmiş ülkeler ile azgelişmiş ülkeler gelişmiş ülkelerin iktisadi ve siyasi durumlarında meydana gelen değişikliklere uyum sağlamak ve bu amaçla onları izlemek durumundadırlar. Ülkeler arasında giderek artan kişisel gelir farklarını kapatılabilmek, eğitim ve sağlık gibi sosyal problemlerde kaydedilen ilerlemeleri takip edebilmek, para istikrarı, fiyat istikrarı, istihdam politikası, ödemeler dengesi gibi problemleri çözebilmek kalkınma konusundaki amaçların odak noktasını oluşturmaktadır.<sup>23</sup>

İktisadi kalkınma çabasında olan ülkeler için turizm iktisadi ve sosyal problemlerin çözümüne ne derece katkıda bulunacağı bakımından önemlidir. Konuya bu açıdan bakarak turizmin ekonomik etkilerini ortaya koymaya çalışacağız. Bu etkilerden beklenen sonuç iktisadi problemlerin çözümünde turizmin ne derece çare olabileceğidir. Şüphesiz turizm, kendine has birtakım özellikleri nedeniyle bazı sorunların çözümünde alternatif olarak görülebilir. Amacımız günümüzün herkes tarafından alternatif kabul ettiği bu sektörün, teorik anlamda ekonomik etkileri üzerinde durmaktır.

Turizm özellikle G.O.Ü. bakımından oldukça büyük bir ihtiyaç olan döviz girdisi sağlayan, istihdam olanaklarını arttıran ve milletlerarasında ortak bir yaşama biçiminin gelişmesine yardımcı olan bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. Buna karşılık özellikle geleneksel hayat tarzına yaptığı olumsuz etkileri nedeniyle yeni bir tür dış

<sup>23</sup>Tevfik ERTÜZÜN, İktisat Politikası Modelleri, İstanbul, 1984, s.154.

bağımlılığa neden olduğu söylenmektedir.<sup>24</sup>

G.O.Ü.'in iktisadi kalkınmaları büyük ölçüde döviz faktörüne bağlıdır. Bu nedenle öncelik verdikleri ve önemle üzerinde durdukları sahalar içerisinde döviz kazandırıcı faaliyetler özel bir önem kazanmaktadır. Bu ülkeler geleneksel tarım ekonomisinden sanayi ekonomisine geçişi gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Ancak bu geçiş büyük miktarlarda dövize ihtiyacı göstermektedir. Bu nedenle ihracat ve dış borçlanma yoluyla karşılanacak dövize ek olarak döviz kazandırıcı faaliyetlerin teşviki zorunluluk haline gelmiş bulunmaktadır. Sanayileşmenin finansmanı için gerekli döviz şeklinde ifade edilen bu ihtiyaç nedeniyle, turizm sektörü alternatif bir duruma gelmiştir.<sup>25</sup>

Turizm döviz kazandırıcı bir faaliyet olarak, diğer döviz kazandırıcı faaliyetler ile karşılaştırılmasından ve sahip olduğu avantajlardan şu sonuçlara varmak mümkündür.

\*G.O.Ü.'in ihracatları büyük ölçüde hammaddelerden meydana gelmekte ve bu ülkelerin ihraç fiyatları üzerinde etkili bir söz hakkı bulunmamaktadır. Buna karşılık turistik ürünlerin fiyatları üzerinde belirleyici bir kontrole sahiptirler.

\*G.O.Ü.'de üretimin sınırlı oluşu, mal ihracatı miktarlarını da sınırlamaktadır. Turizm yoluyla sağlanan ek ihracat, ihracatın çeşitlenmesine neden olarak döviz arzını arttırıcı yönde etki etmektedir.

\*Turizm pazarları, hammadde ihraç pazarlarına göre daha istikrarlıdır.

---

<sup>24</sup>Orhan İÇÖZ, *Turizmin Bölgesel Ekonomik Etkileri ve Kuşadası Örneği*, Dokuz Eylül Üniv. S.B.E (Basılmamış Doktora Tezi), İzmir, 1987, s.19.

<sup>25</sup>O. İÇÖZ, a.g.e., s.21.

\*İthalat için gerekli dövizi sağlamada ve bu anlamda dış ödemeler bilançosunun dış ticaret açıklarını gidermede olumlu etkiler meydana getirmektedir.

\*Turizm yoluyla sağlanan döviz diğer ihrac ürünlerine göre daha az maliyet gerektirir.

Turizmin ekonomik etkileri yöneldiği yörenin aşağıda belirtilen bir tamı özelliklerine bağlıdır;<sup>26</sup>

- \* Turistik çekiciliğe sahip olanakların, turistleri çekebilme gücü,
- \* Ekonomik gelişme düzeyi ve turistik alt ve üst yapı olanakları,
- \* Ekonomik yapının tarım, sanayi ve hizmetler sektörüne olan bağımlılığı,
- \* Turistik tüketim harcamaları ile ilgili bilgiler,
- \* Turistik harcamaların dağılışı ve meydana getirdiği harcama sayısı,
- \* Turizm mevsiminde, arzın, turizm talebini karşılayabilme olanağı,

Turizmin neden olacağı ekonomik etkiler adı geçen özellikler ile yakından ilgilidir. Bu sebeple meydana gelecek ekonomik etkileri şu başlıklar altında sıralamak mümkündür.<sup>27</sup>

- \* Döviz kazandırma yoluyla ödemeler bilançosu üzerindeki olumlu etkileri,
- \* Gelir artışı sağlama etkisi,
- \* İstihdam olanağı sağlayıcı ve mevcut istihdamı artırıcı etkisi,
- \* Genel ekonomik yapıdaki değişme ve gelişme üzerine yaptığı olumlu etkiler,
- \* Turistik mal ve hizmet üretiminin geliştirilmesi yoluyla bir

<sup>26</sup>O. İÇÖZ,a.g.e., s.22-23.

<sup>27</sup>O. İÇÖZ,a.g.e., s.23.

takım ticari faaliyetlerin uyarılması ve teşvik edilmesi üzerine etkiler,

- \* Devlet gelirlerinin artması üzerindeki etkiler.

Turizmin yukarıda bahsedilen ekonomik yararları yanında, neden olduğu bir takım ekonomik maliyetlerde sözkonusudur. Bu maliyetleri de yine genel olarak şu şekilde özetlemek mümkündür:

- \* Turizm sektörüne aşırı bağımlılığın ortaya çıkması,
- \* Zamanla geçici spekülasyonun ortaya çıkması,
- \* Enflasyonun artması,
- \* Turizmin gerektireceği ithalatın artması,
- \* Üretimin mevsimlik olmasının yatırımlarda geriye dönüşü uzatması,
- \* Diğer maliyetler.

Bahsedilen sonuçların birlikte değerlendirilmesi, özellikle gelişmekte olan ülkelerin iktisadi kalkınmada turizm sektöründen yararlanabileceklerini göstermektedir. Kaldı ki turizmin sağlayacağı gelir etkisinden, çok fazla maliyete katlanmadan ülkedeki mevcut durumla bile yararlanmak mümkün görülmektedir.<sup>28</sup> Ancak sağlanacak yararlar, katlanılacak maliyetler ile karşılaştırılmalıdır.

## A-TURİZMİN DIŞ ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ

Uluslararası turizm nedeni ile ilde edilen dövizler, döviz arzı ve talebi üzerinde etkili olmaktadır. Bu etki, turist kabul eden ülkede döviz arzını, turist gönderen ülkede ise döviz talebini uyarıcı ve arttırıcı rol oynamakta ve sonuçta durum ödemeler dengesi üzerindeki etki olarak karşımıza çıkmaktadır.

<sup>28</sup>İ. BARUTÇUGİL, Turizm Ekonomisi..., a.g.e., s.19.

Daha önce değinildiği gibi, turizmin döviz kazandırma yönü, bir çeşit ihracat şekli olması ile ilgilidir. Turizmden elde edilen gelirler görünmeyen ihracat, turistlere satılan her türlü mal ve hizmet ek ihracat olarak kabul edilmektedir.

Bir ülkenin turistik döviz kazançları, turistik döviz kayıplarından daha fazla olduğu sürece turizm ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunacaktır. Ters durumda ödemeler dengesine olumlu bir katkıdan söz etmek mümkün değildir.

Turizmin ödemeler dengesi açıklarını kapatmadaki rolü araştırılırken veya ölçülmeye çalışılırken dikkat edilmesi gereken birkaç konu bulunmaktadır;<sup>29</sup>

1. Turistik dövizleri elde etmek için katlanılan giderler (döviz giderleri) ile döviz gelirleri arasındaki oran 1'in altında olmalıdır.
2. Kazanılan bir birimlik dövizin milli para olarak fiyatının 1'den büyük olması gereklidir. Bir başka deyişle; net döviz kazancının bu kazancı elde etmek için yapılan ve milli para ile belirtilen toplam giderlerden fazla olması gereklidir.
3. Turizm sektörünün döviz kazancı payının, sözkonusu ülkede turizm sektörü bulunmaması durumunda getireceği dövizden fazla olması gereklidir. Bu durum ancak;

a. Turizm sektörünün değişim oranının ihracat sektörülerinden yüksek olması veya bir mahalli ürünün turistlere satılması sonucu sağlanacak dövizin, fiilen ihracında getireceği dövizden fazla olması.

b. Turizm sektöründe elde edilen net döviz gelirlerinin diğer sektörlerde kazanılan ya da ithal ikamesi etkisi meydana getiren sektörlerde sağlanan döviz tasarruflarından fazla olması halinde sözkonusu olabilir.<sup>30</sup>

<sup>29</sup>O.İÇÖZ, a.g.e., s.28.

<sup>30</sup>H. OLALI-A.TİMUR, a.g.e., s.39.



TABLO : 4 DIŞ TURİZM BİLANÇOSU

AKTİF (DIŞ TURİZM) (ALACAK)		PASİF (DIŞ TURİZM) (BORÇ)	
	DEĞER		DEĞER
1-Turistik gelirler (Dış turistlerin harcamaları)		1-Turistik giderler (vatandaşların dış ÷lkedeki turistik harcamaları)	
2-Turistik özel tüketim malları ihracı		2-Turistik özel tüketim malları ithali (içki-özel yiyecek)	
3-Dış turistlerin ÷lkelerarası ulaştırma teőebbüslerine ödedikleri ücret		3-Turist vatandaşların ÷lkelerarası ulaştırma teőebbüslerine ödedikleri ücret	
4-Ülkede yapılan yabancı turistik yatırımların ithali		4-Dış ÷lkelerde yapılan turistik yatırım kapitalinin ihracı	
5-Dış ÷lkelerdeki turistik yatırımların ÷lkeye transfer edilen yıllık kârları		5-Ülkede yapılan turistik yatırımların dış ÷lkelere transfer edilen yıllık kârları	
6-Milli Turistik el emeği gelirlerinden ÷lkeye geçen döviz transferleri		6-Yabancı turistik elemeğinin gelirlerinden yabancı ÷lkelere transferler	
7-Yabancılara kiralanan turistik tesisler için alınan kira bedelleri		7-Dış ÷lkelerde kiralanan turistik tesislere ödenen yıllık kira bedelleri	
8-Dış ÷lkelerin ÷lkede yaptıkları turistik reklam ve tanıtma giderleri		8-Ülkenin dış ÷lkelerde yaptığı turistik tanıtma ve reklam giderleri	
9-Dış ÷lkelerin ÷lkedeki seyahat büroları giderleri		9-Ülkenin dış ÷lkelerdeki seyahat büroları giderleri	
10-Dış ÷lkelerin milli seyahat acentalarına ödedikleri komisyon		10-Milli Seyahat Acentalarının dış ÷lkelerdeki seyahat acentalarına ödedikleri komisyon	
11-Diğer Turistik gelir transferleri		11-Diğer turistik gider transferleri	
	TOPLAM		TOPLAM
	Borç Bakiyesi		Alacak Bakiyesi
	TOPLAM		TOPLAM

Kaynak: H. OLALI-A. TİMUR, a.g.e., s.42.

## Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkileri:

\*Ülke vatandaşlarının yurt dışına çıkması sonucu meydana gelen etkiler, ülkeye yurt dışından giriş yapanların meydana getirdiği etkiler şeklinde incelemek mümkündür. Her iki etkinin birlikte ele alınması halinde ülkenin “dış turizm bilançosu”nu hazırlamak gerekmektedir. Tablo 4 bir ülkenin dış turizm bilançosunun aktif ve pasifinde yer alabilecek kalemler hakkında fikir verebilmek amacıyla seçilmiştir.

Dış turizm bilançosu dikkatle incelendiğinde, uluslararası turistik hareketlerin yalnızca ülkeye turist giriş ve çıkış ile ilgili olmadığı görülecektir. Bu sebeple, turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini, dış turizm bilançosunu değişik bir yaklaşımla inceleyerek açıklamak mümkündür.

Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini birincil, ikincil ve üçüncül etkiler şeklinde değerlendirdiğimiz zaman;<sup>31</sup>

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

İkincil ve üçüncül etkiler daha karmaşık bir şekilde meydana geldiklerinden belirlenmeleri oldukça zordur. Ülke dışı pazarlama harcamaları, görünen turistik ithalat, seyahat acentalarının komisyonları, yabancı yatırımların kâr payları ve faiz ödemeleri bu grupta ele

<sup>31</sup>ADEM ŞAHİN, İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, TOBB Yayınları: 1990, 1988, s.58.

alınmaktadır. Turistik hizmetlerden elde edilen gelirin, diğer mal ve hizmet arzında bulunan işletmelere yansması sonucunda ödemeler dengesine yansmaları da bu etkilere dahil etmek gerekmektedir.

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

## B-TURİZMİN GELİR ETKİSİ

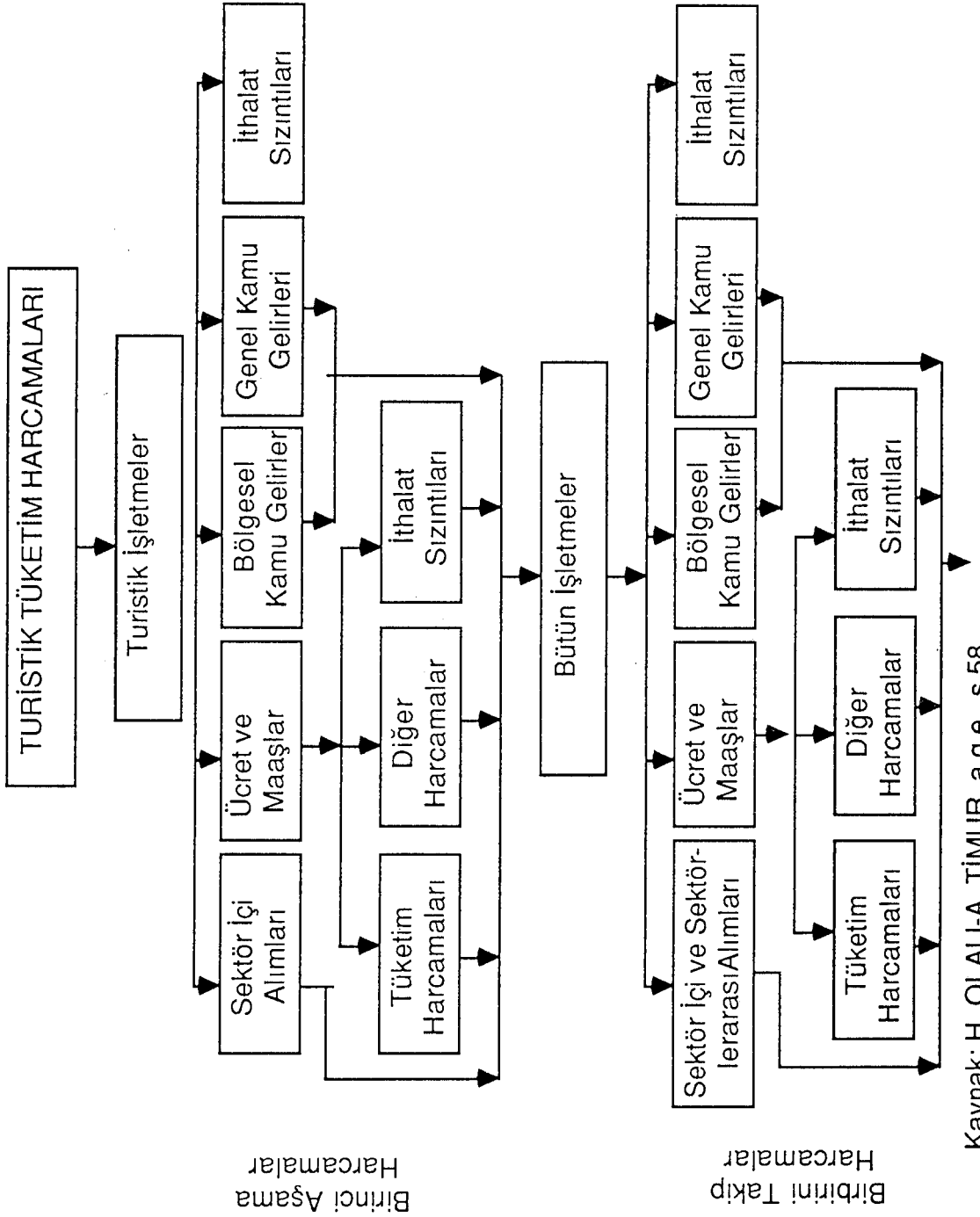
Ülkeye gelen turistlerin ve iç turizme katılan ülke vatandaşlarının yapmış oldukları tüketim harcamaları ile artan turizm talebini karşılamak, turistik altyapı ve üst yapıyı iyileştirmek, hizmet kalitesini yükseltmek amacıyla yapılan turistik tüketim harcamaları gerek turizm sektöründe, gerekse sektörü besleyen diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin gelirlerini oluşturmaktadır. Turistik tüketim harcamaları ile turistik yatırım harcamaları doğrudan meydana getirdikleri gelir etkisi yanında, bu harcamaları gelir olarak elde eden ekonomik birimlerin çeşitli nedenlerle yapmış oldukları harcamalar, ekonomi içinde devir ederek dolaylı şekilde yeni gelirlerin meydana gelmesini sağlamaktadır. Bu mekanizmanın işlemesi sonucu meydana gelen nihai turizm geliri, iç ve dış turistlerin yapmış oldukları turistik tüketim harcamaları ile turistik yatırım harcamalarına oranla oldukça yüksektir.

Turizmden hemen hemen bütün ekonomik sektörler faydalandığından Şekil 2'de de görüleceği üzere, turizm gelirlerinin ekonomik dolaşımında yer alması; dolaysız, dolaylı ve uyarılmış etkilere neden olmaktadır.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup>H. OLALI-A. TİMUR, a.g.e., s.57.

ŞEKİL 2: TURİSTİK TÜKETİM HARCAMALARININ EKONOMİ İÇİNDEKİ AKIMI



Kaynak: H. OLALI-A. TIMUR, a.g.e., s.58.

Turizm harcamalarının turistik işletmeler giden kısmı, bu işletmeler için dolaysız gelir etkisi meydana getirmektedir. Dolaysız turizm gelirlerini elde eden işletmelerin yaptıkları harcamalar, ekonomi içinde devir ederek dolaylı gelirlerin meydana gelmesine neden

olmaktadır. Turizm işletmelerinin personeline ödediği maaş ve ücretler, stok sağlamak üzere yaptıkları alımlar ve bu yolla talebin artması, ek talebi karşılayabilmek için istihdamın ve ücretlerin artması üretimde artışlar ve buna bağlı olarak kişisel gelirlerde bir artış meydana getirecektir.<sup>33</sup>

Ekonomide turizmin gelir etkisi “çarpan” kavramı ile açıklanmaktadır. Çarpan; “marjinal harcamaların, ihracatın ve tüketim eğiliminin gelirler üzerindeki teorik ve kantitatif etkisini tayin eden katsayı” veya “harcamalardaki değişmelerin milli gelirde neden olduğu değişmeler oranı” şeklinde tanımlanmaktadır.<sup>34</sup> Biz burada çarpan konusuna fazlaca girmeden konuyu formüle etmek istiyoruz. Kapalı ve açık ekonomiler için çarpan aşağıdaki formüller yardımıyla ifade etmek mümkündür.

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

Formülde; k: Çarpan sayısı  
mpc: marjinal tüketim eğilimi

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

Formülde; mpm: marjinal ithalat eğilimi

Turistlerin yapmış olduğu turistik harcamaların neden olduğu gelir artışı, turist gelir çarpanı formülü ile hesaplanabilir<sup>35</sup>

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

Formülde;  $\Delta R$ : Gelir artışını  
 $R_t$ : Brüt dış turizm gelirini  
k: Turistik gelir çarpan katsayısını

ifade etmektedir.

<sup>33</sup>H. OLALI-A. TİMUR, a.g.e., s.59.

<sup>34</sup>A. ŞAHİN, a.g.e., s.61.

<sup>35</sup>A. ŞAHİN, a.g.e., s.62.

Bu durumda “k” turistik gelir çarpan katsayısının hesaplanmasında kullanılan formüller önem kazanmaktadır. Bu formülleri şu başlıklar altında toplamak mümkündür:

1. Micheal Peters tarafından “Geleneksel Keynesyen Gelir Çarpanı”ndan yararlanılarak geliştirilen turistik gelir çarpanının hesabında;

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

Formülde; k: Turistik gelir çarpanını,  
mpc: Marjinal tüketim eğilimini,  
mpm: Ülke vatandaşlarının yurt dışında marjinal tüketim eğilimini ifade etmektedir.

2. Donald E. Lundberg tarafından geliştirilen formül;

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

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

3. Marion Clawson ve Jack L. Knetsch tarafından geliştirilen formül;

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

Formülde; A: Birinci aşamada ülke dışına çıkarıldıktan sonra ülkede kalan gelir oranını,  
B: ülke vatandaşlarının ülkede üretilen mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaların toplam gelire oranı,  
C: Ülke halkına gelir olarak kalan bölümün harcamalara oranını ifade etmektedir.

Turizmin gelir etkisini tam olarak ortaya koyabilmek bakımından turistik tüketim harcamalarının gelir etkisi yanında, turistik yatırım harcamalarının da gelir etkisine bakmak gerekmektedir. Turistik yatırımlarda, ekonomideki her yatırım gibi gelir meydana getirdiğinden turizm sektörü için ayrı bir çarpan analizi yapmak ihtiyacı doğmaktadır. Turizm ekonomisinde, turistik yatırımı meydana getirdiği gelire eşit kılan (k) kat sayısına “turistik yatırım çarpanı” adı verilmektedir.

Turistik üst yapı tesislerinin inşa edilmesi, daha çok işçi, inşaat malzemesi gerektirecektir. Bu yolla yatırım harcamalarından meydana gelen artış, ilk andan itibaren ekonomiye derece, derece yayılarak bir harcama ve gelir artışı meydana gelir. Önce turistik yatırım artışı kadar bir gelir artışı meydana gelir. Çünkü yatırımlarda bir artış meydana gelmesi artan yatırımları gerçekleştirecek mal ve hizmetlerin satın alınması demektir. Yatırımlardaki artış kadar gelir artışı, tüketimi ve tasarruf fonksiyonlarına göre ikinci halkayı meydana getirecektir.

Turistik yatırımların gelir etkisini genel formül yardımıyla açıklamak mümkündür;

$$\Delta Y = \frac{1}{1-mpc} \cdot \Delta I \text{ veya } \Delta Y = K \cdot \Delta I$$

Formülde; DY: Gelir artışı,

k: Turistik yatırım çarpanını

mpc: Marjinal tüketim eğilimini

DI: Turistik yatırımlardaki artışı ifade etmektedir.

İster turistik tüketim harcamaları ve isterse turistik yatırım harcamaları sonucunda olsun, turizmin ekonominin genelinde meydana getireceği gelir etkisinin, ilk etapta harcamanın sonucu, harcama miktarının çok üzerinde gerçekleşeceği açıktır. Önemli olan, bu sektörde

meydana gelecek 1 birimlik tüketim ve/veya yatırım harcamasının ekonominin geneli üzerindeki etkisini mümkün olan en yüksek rakkam ile açıklanabilir hale getirebilmektir.<sup>36</sup>

## C-TURİZMİN İSTİHDAMA ETKİSİ

Bu konuya genel olarak, “Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Bağımlılığı” başlığı altında değinmiştik. Turizm sektörü emek yoğun bir sektör olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle turistik tüketim harcamaları, turizm sektörüne doğrudan bu sektöre girdi veren sektörlerle de dolaylı istihdam olanakları sağlamaktadır. Sonuçta, turizm, meydana getirdiği genel istihdam etkisi ile ülkedeki toplam istihdamı etkilemektedir.

Turizm sektöründe makineleşme ve otomasyon imkanlarının sınırlı olması nedeniyle sektörün meydana getirdiği istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle göre daha yüksektir. Sektörde emek yoğun üretimin hakim olması nedeniyle turistik tüketim harcamaları yüksek oranda doğrudan istihdam etkisi meydana getirmektedir. Bunun yanında turizm sektörüne mal ve hizmet veren yan sektörlerde de yeni iş imkanları sağlayarak dolaylı istihdam etkisi meydana getirmektedir.

Turizm işletmeleri hizmet üretip, satan kuruluşlardır. Bu hizmetler de sektöre girebilmiş kısıtlı düzeydeki otomasyona rağmen nerdeyse %100'e yakın bir oranda insan emeği ile sunulmaktadır. Genel olarak ve ortalama bir hesapla, inşa edilecek her bir otel odası ile bir kişilik bir istihdam olanağı yaratılacağı kabul edilmektedir. Bu varsayıma göre, örneğin bir yıl içerisinde 16.0000 yatak, yani 8.000 oda hizmete

<sup>36</sup>Mustafa K. AYDIN, Planlı Dönemde Türk Turizminin MG, Ödemeler Dengesi Ve İstihdam Üzerindeki Etkileri, İ.Ü., 1994, s.106-109. (Son yıllarda yapılan çalışmalara göre Türkiye’de turizm ile ilgili çarpan katsayısı 3.33 olarak hesaplanmıştır.)



sokulmuş olsa bunun 8.000 yeni işyeri yaratacağı, diğer bir ifadeyle 8.000 kişiye istihdam olanağı yaratacağı söylenebilir. Lokanta ve diğer eğlence yerleri için de aynı tez geçerlidir. Açılacak her 50 sandalyelik bir lokanta işletmesi gene ortalama olarak (sandalyeX0.12 personel hesabıyla) 6 kişiye istihdam yaratacaktır. Eğer yılda ortalama 50 sandalyeli 5000 işletme açıldığı varsayılırsa, bu  $(5000 \times 50 = 25000 \times 0.12)$  3.000 yeni istihdam olanağı anlamına gelmektedir. Bir kişilik istihdam maliyetinin ne düzeyde seyrettiği kuşkusuz yatırımcılardan çok devleti ilgilendirmektedir. Kredi ve teşvikler ise devlet adına ilgili kamu kurum ve kuruluşları tarafından yönlendirilmektedir.<sup>37</sup>

Özetle, bir ülke ekonomisinde ve turizm sektöründe, turizm sayesinde arttırılan üç tip istihdam vardır. Bunlar;<sup>38</sup>

1. Doğrudan İstihdam: Turizm sektöründe yer alan tesislerdeki (otel, motel, restoran) turist harcamaları nedeni ile bu tesislerde (işletmelerde) meydana gelen istihdam.

2. Dolaylı İstihdam: Turistik harcamalar sonucu gerçekleşmeyen, fakat turizm ile ilgili olduğundan turistik arz içinde yer alan, sektöre girdi veren diğer sektörlerde oluşan istihdam.

3. Uyarılmış İstihdam: Vatandaşın turizmden elde ettiği gelirleri yeniden harcaması sonucu meydana gelen ek istihdam etkisiyle ortaya çıkan ek istihdam olanağı.

Sonuç olarak diyebiliriz ki, turizmin dış ödemeler dengesine ve milli gelire olan moneter ekonomik etkilerine değindik. ayrıca turizmin bu tür etkilerinin yanısıra ekonomideki iş hacminin genişlemesi ve diğer sektörleri uyarmak suretiyle canlandırılması gibi makro ekonomik karakterde özellik taşıyan ve ticari işletmelerin yoğunlaşmasına yol açan

<sup>37</sup>O. K. AĞAOĞLU, *Turizm...*, a.g.e., s.11.

<sup>38</sup>Z. BAYER, a.g.e., s.40.

ve bunun yanısıra ÷lkede fiziksel ve bürokratik alt yapının gelişmesine katkıda da bulunmak gibi reel ekonomik etkileri de vardır.<sup>39</sup> Bir ÷lke ekonomisi bakımından, turizmin döviz kazancı sağlama yönü ne kadar önemli ise reel ekonomik etkileride yani, alt yapıya katkısı, bölgelerarası dengesizliğin giderilmesine katkısı istihdam olanaklarıyla işsizliğin azaltılmasına katkısı, diğere ekonomik sektörlerdeki ticari faaliyetlerin hareketlilik kazanmasına katkısı gibi gelişmelerde önemlidir.

---

<sup>39</sup>O. İÇÖZ, a.g.e., s.88.

TABLO 5  
Ekonomide Turizm Gelirlerinin Dağılımı

Turizm Harcamalarının Dağılımı	Turizm Gelirlerinin Oluşumu	Yararlananlar
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Konaklama</li> <li>-Yeme-İçme</li> <li>-Yerel Ulaşım</li> <li>-Turistik geziler</li> <li>-Eğlence</li> <li>-Kültürel faaliyetler</li> <li>-Sportif faaliyetler</li> <li>-Hatıra eşya alımları</li> <li>-Hediyelik eşya alımları</li> <li>-Fotoğraf malzemeleri</li> <li>-Sağlık harcamaları</li> <li>-Giyim-kuşam</li> <li>-İçki-tütün</li> <li>-Gazete-mecmua-kitap</li> <li>-Benzin ve oto yedek parçası</li> <li>-Av ve spor malzemeleri</li> <li>-Antika eşya ve sanat eserleri</li> <li>-Çeşitli tüketim malları</li> <li>-Altın ve mücevher</li> <li>-Diğerleri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Maaş ve ücretler</li> <li>-Vergiler</li> <li>-Komisyonlar</li> <li>-Sigorta ödenekleri</li> <li>-Kira giderleri</li> <li>-Faiz</li> <li>-Amorsitman</li> <li>-Reklam ve tutundurma</li> <li>-Bakım ve onarım</li> <li>-Teknik hizmetler</li> <li>-Danışmanlık hizmetleri</li> <li>-Elektrik-su, gaz bedelleri</li> <li>-Ulaştırma giderleri</li> <li>-Yerel vergi, resim ve harçlar</li> <li>-Malzeme alımları</li> <li>-Gıda ve içki alımları</li> <li>-Malzeme kiralari</li> <li>-Genel idari masraflar</li> <li>-Çeşitli giderler</li> <li>-Prim ve tazminat ödemeleri</li> <li>-Meslek Örgütleri Ödentileri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Otel, motel vb. sahipleri</li> <li>-Lokanta ve büfe sahipleri</li> <li>-Ulaştırmacılar</li> <li>-Kasap-Bakkal ve Fırıncılar</li> <li>-Seyahat acentaları</li> <li>-Tercüman ve rehberler</li> <li>-Tarım ve hayvancılık işletmeleri</li> <li>-Esnaf ve Tüccarlar</li> <li>-Doktor, dişçi ve eczacılar</li> <li>-Banka ve mali kurumlar</li> <li>-Devlet</li> <li>-Müzeler ve sanat galerileri</li> <li>-Hatıra eşya satıcıları</li> <li>-Fotoğraf malzemeleri satıcıları</li> <li>-Sinema, tyitro ve gazinolar</li> <li>-Sigorta şirketleri</li> <li>-Taksi, otobüs işletmeleri</li> <li>-İnşaatçılar</li> <li>-Mimar ve mühendisler</li> <li>-Spor malzemeleri satıcıları</li> <li>-Benzin istasyonları, garajlar</li> <li>-Basın-yaşım kuruluşları</li> <li>-Temizleyiciler</li> <li>-Reklam kuruluşları</li> <li>-Muhasebeciler ve Mali Danışmanlar</li> <li>-Kuyumcular</li> </ul>

Kaynak: İ. BARUTÇUGİL, a.g.e., s.64.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TURİZM POLİTİKASI VE PLANLAMASI

#### I-TURİZM POLİTİKASI

Turizm politikası kavramına değişik anlamlar verilmektedir. Turizm politikası; bir ulusun değişik karar mercileri tarafından belirli amaçlara ulaşmak için yapılan faaliyetlerdir. Başka bir deyişle; turizm ekonomisinin analizi içinde turizmin incelenmesidir.

#### A-TURİZM POLİTİKASININ TANIMI

Son zamanlara kadar turizm politikası, iç ve dış turizmin geliştirilmesi, ekonomik ve meta-ekonomik fonksiyonlarından en yüksek düzeyde yararlanılması için kamu yönetiminin turizm alanında aldığı önlem ve yaptığı müdahalelerin tümü olarak tanımlanıyordu. bugün ekonomik ve sosyal gelişmeler karşısında turizm politikası, örgütlenmiş toplumlarda özellikle devlet tarafından turistik gelişmenin gidişine bilinçli olarak müdahale etmektir.

#### B-TURİZM POLİTİKASININ ÖZELLİKLERİ

**1-Turizm politikası dinamiktir;** bu durum turizm politikası ile turizm ekonomisi arasındaki organik bağdan doğar. başka bir deyişle, turizm ekonomisinde kuramsal (teorik) verilerde bir değişiklik meydana geldiğinde turizm politikasında da içerik ve hedefler bakımından

değişiklik meydana gelir. Örneğin; iş seyahatlerini turizmin kapsamı dışında düşünen bir turizm ekonomisi sözkonusu olduğunda, turizm politikasında da iş seyahatlerinin kolaylaştırılması, geliştirilmesi yönünde önlemlere ihtiyaç kalmaz.

**2-Turizm politikası çok yönlüdür;** turizm bir çok unsurdan oluşan sosyal bir olgudur ve son derece çeşitli faktörler ile sıkı bir ilişki içindedir.

**3-Turizm politikası kuramsaldır;** turizm politikasını şekillendiren turizmin arz ve talep yönündeki karar organlarıdır. Turizmin arz yönündeki karar organları; turizm işletmecileri, talep yönündeki karar organları da turizm talebini simgeleyen tüketici gruplarıdır. (Kamu organları da dahil)

**4-Turizm politikası akılcıdır;** turizmin önceden planlanan hedeflerine ulaşmada uygulanacak yöntem ve tekniklerin rasyonel ilkelere dayanması zorunluluğu vardır.<sup>40</sup>

**5-Turizm politikası ekonomiktir;** turizmde tespit edilen politika ile ekonomi arasında organik bir bağ vardır. Turizm politikasına kuramsal veya politik değişiklikler, faaliyetlerde ve pazarlamada büyük etkiler yapar. Bu bakımdan politika tesbitinde ekonomik olma özelliği gözönünde tutulmalıdır.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup>Hasan OLALI, Turizm Politikası ve Planlaması, Ege Üniversitesi, İzmir, 1982, s.35.

<sup>41</sup>Z.BAYER, a.g.e., s.46.

## C-TURİZM POLİTİKASININ UNSURLARI

**1-Turizm Planı:** Belli bir dönemde turizm sektöründe ulaşılabilecek hedefleri, bu hedeflere ulaşmak için kullanılacak araçları, yapılacak işleri, parasal ve fiziksel imkanları, işlerin kimler tarafından, ne zaman, ne kadar sürede gerçekleştirildiğini gösterir.

**2-Örgüt:** Etkin bir turizm örgütü olmadıkça turizm alanında ciddi bir çalışmanın beklenmesi olasılığı yoktur. Turizm örgütü, turizmle ilgili her türlü kuruluşun faaliyetlerini biraraya getiren, turizm politikasını yürüten, turizmle ilgili çalışmalarını koordine ederek örgütleyen kuruluştur.

**3-Parasal Kaynaklar:** Yeterli kayna sağlanmadan politikayı uygulamak, örgüte hareket, dinamizm vermek imkanı yoktur.

**4-Otorite:** Kanunların ve turizmle ilgili mevzuatın uygulanması, emirlerin yerine getirilmesi için kamu yöneticilerinin elindeki gücü ifade eder.

**5-Koordinasyon:** Turizmle uzak veya yakın ilgisi bulunan bütün kuruluş ve kişiler arasında ahenkli bir çalışma olması gerekir.

**6-Esneklik:** Turizm politikasının başarısı için yetkilerin karar alma, uygulama ve kararları değiştirmede sahip oldukları yeteneği, sağduyuyu, iyi niyeti, bilinci ifade eder.

**7-Çevre İlişkileri:** Turizm politikası doğal ve artistik çevrenin korunmasına, şehirleşmeye uygun olan genel bir enfastrüktür yaratmayı öngören politikaya uymalıdır.

**8-Denge:** Turizm politikası, bir yandan arz ve talebin optimal noktada dengelenmesine, diğer yandan altyapı ile üstyapı arasında denge sağlanmasına olanak vermeli, böylece kaynak savurganlığına ve darboğazlara yol açmamalıdır.

**9-İnsan:** Turizm sektörü bir hizmet sektörü olduğundan, turizm politikasının başarısı insanın kalitesine bağlıdır.

**10-Kontrol:** Kontrol, turizm politikasında hedeflere ulaşmak, sorumlulukları saptamak, saptamaları belirlemek için gereklidir.

**11-Ekonomik; Rasyonel ve Global Elemanlar:** Turizm politikası ekonomik bir faaliyet olarak genel ekonomi politikasına uygun bir nitelik taşımak, rasyonel amaçları izlemek ve bu hedeflere rasyonel biçimde seçilmiş araçlarla ulaşmak zorundadır.<sup>42</sup>

## D-TURİZM POLİTİKASININ AMAÇLARI

**1-Ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunmak:** Turizm politikasının amacı; üretim faktörlerini, potansiyel kaynakları ve üretici güçleri harekete geçirmek suretiyle büyüme hızına başka bir ifadeyle gayrisafi milli hasılanın artışına katkıda bulunmaktır.

**2-Ekonomik kalkınmaya yardımcı olmak:** Turizm politikasının hedefi, bir bölgeye gelir transferi sağlamak suretiyle gelirlerin dengeli dağılımına yardımcı olmaktır.

**3-Ülkede tam istihdamın gerçekleşmesine yardımcı olmak:** Turizm politikası; otomasyona ve makineleşmeye pek az imkan veren, turizm sektöründeki "Emek yoğun" üretim tekniği nedeniyle iş alanları açmak suretiyle emek-arz talebi arasında denge kurmak hedefindedir.

<sup>42</sup>H.OLALI, a.g.e., s.37-42.

**4-Fiyat istikrarının gerçekleşmesine yardımcı olmak:** Turizm üretim hacmini artırmakla itici bir rol oynamak ve döviz girişlerini olumlu yönde etkilemek suretiyle enflasyonu önlemeye katkıda bulunan bir faktördür.

**5-Dış ödemeler dengesine katkıda bulunmak:** Turizm politikasının amacı; turizmden sağlanan net döviz girdilerinin miktarı arttırarak turizmin dış ödemeler dengesine olan net katkısını çoğaltmaktır. Net katkı ie döviz girişi yaratan aktif dış turizm ile döviz çıktısına neden olan pasif dış turizm arasındaki pozitif farktır. (Bkz. Tablo 4)

**6-Uluslararası turistik amaçlı insan hareketlerine etki etmek:** Turizm politika dış turizmin ödemeler dengeine olumlu katkısını sağlamak için dış seyahatlere tahis edilen döviz kotalarını sınırlamak amacını güttüğü gibi, dış seyahatlerin miktarını da sınırlayabilir.

**7-Turizm sosyal fonksiyonlarından toplum kişilerini yararlandırmak:** Turizm politikasının bir hedefi de turizmin kültürel, sosyal özelliklerinden daha çok sayıda bireyin yararlanmasını sağlamaktır.

**8-Ekonominin üretim çeşitliliğini arttırmak:** Turizm dolaylı ve dolaysız bir ihracat türü, diğer üretim olanaklarını yaratmak için itici bir güç, bir üretim çeşididir.

**9-Gelir dağılımındaki eşitsizliklerin azalmasına katkıda bulunmak:** Turizm politikasının bir amacı, yeni istihdam alanları açarak ve nitelikli personel istihdam oranını arttırarak, gelir dağılımındaki eşitsizlikleri kısmen gidermektir.



**10-Bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarını gidermeye ve dengeli kalkınma hedefine katkıda bulunmak:** Turizm politikasının diğer bir amacı, turizmin bir bölgeye sağladığı imkanlarını harekete geçirerek, bölgenin ekonomik gelişmesine yardımcı olmaktır.

**11-Doğal ve tarihsel kaynakları korumak:** Uygun bir turizm politikası ve planlaması, turizmin temel kaynaklarının korunmasını, onların gelecek nesillere aktarılmasını, kaynaklardan rasyonel bir biçimde yararlanılmasını sağlar.

**12-Turizmin sağlık ve politik fonksiyonlarından daha çok insanın yararlanmasını sağlamak:** Turizm toplum bireylerine dinlenme, tatil yapma, eğlenme gibi çeşitli yararlar sağlar. Bunun yanında insanları birbirine yaklaştırır, hoşgörülü olmalarına etki eder.

**13-Diğer hedefler:** Turizm politikasının, yukarıdaki hedeflerin yanına; “Turizm alanındaki psikolojik ve sosyal engelleri, çeşitli fikir ve davranışları frenlemek”; “Turizm alanında sağlam, güvenilir meslek kuruluşları kurulmasını özendirmek, desteklemek, böylece turizm endüstrisinin faaliyetlerinin yeterli ölçüde sürdürülmesini ve oto-kontrolü sağlamak” hedefleri de vardır.<sup>43</sup>

## **E-TURİZM POLİTİKASININ BAŞARI KOŞULLARI**

**1-Turizm politikasının ekonomik başarı koşulları:** Ülkenin ekonomik yapısının dayandığı verilerden oluşur.

**2-Turizm politikasının sosyal başarı koşulları:** Turizm politikasını etkileyen sosyal veriler, ülkenin sosyal yapısı, çalışma koşulları, eğitim düzeyi ve turizm bilinci gibi elemanlardan oluşur.

<sup>43</sup>H.OLALI, a.g.e., s.47-50.

**3-Turizm politikasının hukuki başarı koşulları:** Turizm politikasıyla ilgili önlemler, çalışmalar, hukuki bir çerçeve içinde uygulanır. Turizm politikasının hukuki başarı koşulları düzenleyici yasalardan, hukuki mevzuat arasındaki tekdüzelilikten, denetim sisteminden, cezai yaptırımlardan ve bu yaptırımlarla uygulanabilecek hükümet otorite ve gücünden oluşur.

**4-Turizm politikasının ahlaki başarı koşulları:** Bu koşullar hükümet ahlâkı ve vatandaş ahlâkıdır. Toplumun ulaştığı yeterli bir ahlâk düzeyi birçok yasaların çok kez cezai yollara başvurmadan uygulama imkânını arttırır.

**5-Turizm endüstrisi ile kamu yönetimi arasında etkin bir diyalogun sağlanması:** Turizm politikasında başarıya ulaşmak için halk ile etkin bir diyalog kurmak yararlı ve zorunludur.

**6-Önlemlerin bir bütünlük içinde getirilmesi:** Diğer sektörlerle olan bağıntıların dikkate alınması, olası yan etki ve tepkilerin önceden değerlendirilmesi turizm politikasının başarısı için şarttır.

**7-Turizm politikası felsefi bir esasa dayanmalıdır.** Turizm politikasının ve turizm planının başarı koşullarının biri de, politika ve planın felsefi bir esasa dayanması ve bu esasın herhangi bir yoruma ihtiyaç göstermeyecek biçimde açıklık göstermesidir.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup>Ahmet Hamdi DEREKÖY, *Turizm Endüstrisinde Kamu Desteği ve Türkiye Örneği*, T.C. HDTM. Araştırma ve İnceleme Dizisi:22, Haziran 1993, s.45.

## II-TURİZM PLANLAMASI

Planlama; amaçlar ile optimal hedeflere ulaşmaya tahsis edilmiş ve global bir analize dayalı belirli araçların koordine edilmesidir. Temel amaç; ulusal hasılayı en yüksek düzeye çıkarmak, dengeli bir gelişmeyi; düzenli bir büyümeyi gerçekleştirmektir.

Planlama hakkında yapılan kısa açıklamalar karşısında diyebiliriz ki, ülkenin siyasal ve ekonomik yapısı çerçevesinde turizm sektörü için de büyüme planlarına ihtiyaç vardır.

### A-TURİZM SEKTÖRÜNÜN PLANLANMASINI GEREKTİREN BAŞLICA NEDENLER

1-Kamu yönetimi tarafından turizm sektörüne yapılacak müdahaleleri düzenlemek,

2-Sosyal yapı, teknolojik yapı, ekonomik yapıdaki hızlı değişme ve gelişmelerin gelecek bakımından yaratabileceği belirsizlikleri tahminlemek ve kısmen önlemek için gerekli önlemleri belirlemek.

3-Toplumun beklediği daha hızlı ve daha büyük maddi ve manevi refahtan doğan boş zamanları daha iyi değerlendirmek.

4-Tamamen kâr ve kişisel çıkar amacına yönelik faaliyetlerin ortaya çıkaracağı tehlikeleri önlemek,

5-Hedef tesbitinde ve kaynak kullanımında öncelikleri uygun bir şekilde saptamak.

6-Gittikçe daha karmaşık biçim alan endüstrilerarası ilişkileri düzenlemek.

7-Turistik arz ve talep tahminlerini yaparak, bunlar arasında dengeyi sağlayaca önlemleri belirlemek.

8-Yetki ve sorumlulukları dağıtmak ve sorumlu kişileri saptamak.

9-Tesadüflerin etkisini, etkisiz hale getirebilmek.

Turizm planında; turizm sektörünün uzun vadeli gelişme hedefleri, bu hedeflere ulaşmak için gerekli fiziksel, parasal ve beşeri kaynaklar, sektörün ve alt sektörlerin genel organizasyonu, organizasyonun diğer sektörlerle ve bu ektörlerin gelişme hedefleri ile tutarlı olarak çevre ile ilişkileri saptanır.

Turizm planlamasında ülkenin siyasi rejimi ve ekonomik sistemini, ülkenin gelişme düzeyini, ulusal ve uluslararası turizm hareketlerinin ülke turizmindeki payını, planın ekonomik, sosyal ve fiziksel planlarla bağlantısını, turistik verilerin bugünkü ve geçmiş dönemdeki analiz sonuçlarını, politikacı ile planlamacı arasındaki ilişkileri, teşvik önlemlerinin bütünlüğünü, tutarlılığını, son olarak planda düzeltme, yapabilme olanaklarını dikkate almak gerekir.<sup>45</sup>

## **B-TURİZM PLANLAMASININ AMAÇLARI**

Makro düzeyde turizm planının amaçları şunlardır:

### **1-Temel Hedefler**

a-Ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınmasında turizmin hızlandırıcı ve sürükleyici bir sektör olmasını sağlamak.

---

<sup>45</sup>H.OLALI, a.g.e., s.68-75.

b-Turizmde kantitatif (nicelik) ve kalitatif (nitelik) bir gelişmeyi gerçekleştirmek, bu amaçla izlenecek turistik tanıtma ve propaganda stratejisini belirlemek.

c-Turizmin milli gelire ve istihdam yaratmaya olan katkısını arttırmak.

d-Turizmin meta-ekonomik avantajlarını arttırmak, dezavantajlarını azaltmak.

e-Turizmin bölgesel kalkınmaya olan etkisinden yararlanmak.

f-Turistik altyapı ve üstyapı yatırımlarında öncelikleri belirlemek.

2-Turizm için öngörülen gelişme hedefleri doğrultusunda turistik arz ve talep dengesini sağlamak.

3-Plan dönemi sonunda ulaşılabilecek dış ve ulusal turizm talebini tahminlemek.

4-Turizmin ödemeler dengeine olan net katkısını sağlamak.

5-Dış ve ulusal turizmin niceliğine ve niteliğine göre öngörülen turistik yatırım ve arzı hesaplamak.

6-Konaklama endüstriinde doluluk oranlarını tahminlemek.

7-Turizm için öngörülen alt ve üstyapı finansman hacmini belirlemek.

8-Turizm sektörü için zorunlu işgücünü hesaplamak.

9-Turizm mevsiminin uzatılmasına olanak veren sosyal turizme ait önlemler sayesinde ulusal turizmin gelişmesini tahminlemek.

10-Satış geliştirme faaliyet programları ile yabancı turist talebinin gelişmesi arasındaki ilişkileri belirlemek.

11-Turistik hizmetlerin ve malların fiyat politikasını saptamak.

12-Ülkenin farklı bölgelerin gelişme oranlarını dengelemek, genel arazi kullanımını politikasına uyacak biçimde turistik gelişme alanlarını tayin etmek, doğal ve kültürel varlığı korumak.<sup>46</sup>

Özetle; Turizm yüzyılımızın bir gerçeğidir., gelişmektedir, önemlidir ve karmaşıktır. Bu nedenle planlamanın gerektirdiği araçları kullanarak, araştırmalı, yönlendirilmeli, yönetilmeli, denetlenmeli ve desteklenmelidir. Turizm planlaması, turizm sisteminin daha iyi anlaşılabilmesini sağlamak ve turizm faaliyetleri ile etkilerini daha iyi sonuç verir hale getirmek için yapılmalıdır. Turizm planlaması yapılırken, en son bilgi vge teknolojileri alarak değerlendirmek suretiyle, mevcut doğal ve kültürel kaynaklar geliştirilmelidir.

Turizm planlamasında, turizm endüstrisi ile diğer sektörler birleşir ve karşılıklı olarak birbirlerinden etkilenirler. Bu sektörlerin endüstri içinde uyumlu planlanmaları sonucunda, mevcut problemlere karşı hazırlıklı ve alternatifli çözüm yolları sunan bir yapı oluşturulur. (Bkz. Tablo 3)

Turizm planlaması ve desteklenmesi, hem kısa hem uzun vadede turizmin gelişmesi ve yönetimi için, ilke ve araçların belirlenmesi ile bu amaçlara ulaşmak için tasarlanmış stratejilerin planlanmasını da içerir. Turizm planlamayı ilk olarak bölgeye olan talebin bir değerlendirmesinin

<sup>46</sup>H.OLALI, a.g.e., s.67-68.

yapılmasını, ikinci olarak da bu talebin karşılanması için gereken kaynakları ve bu kaynakların en iyi şekilde nasıl dağıtılacağı tahmin edilmesini içerir. Kamunun turizmi planlama ve destekleme işlerinin ülkenin ülkenin bölgesel ve yerel turizm kuruluşlarıyla koordineli olarak yürütülmesi gerekir.<sup>47</sup>

## C-TURİSTİK TALEP TAHMİNİ

Turizm planlamasının ilk aşaması olan, turisti talebin tahmin edilmesine geçmeden önce turizm arzını bu arzın karşıladığı turizm talebi kavramlarını incelemek gerekir.

### 1-TURİZM ARZI VE BELİRLEME YÖNTEMLERİ

Dünya Turizm Örgütü (WTO) turizm talebi ile ilgili sınıflandırmalara ağırlık verirken, turizm sektöründe yaratılan ürünün, yani turizm arzının sınıflandırılmasına dönük çalışma sayısı çok azdır. Bu konuda yapılan belli başlı çalışmalardan birisi, ekonomik faaliyetlere ilişkin Uluslararası Standart Sektörel Sınıflandırma (ISIC) içerisindeki turizm, sektörüne ilişkin sınıflandırmadır. Söz konusu sınıflandırma Tablo 6'da verilmektedir. Turizm arzını oluşturan faktörleri sınıflandırmadaki temel güçlük, turizmin insan faaliyetlerinin hemen hemen tümünü kapsamasıdır. Bir insanın eviyle işi arasındaki ulaşım faaliyetlerinin dışındaki her faaliyet turizm olarak kabul edilmektedir. Turizmin bu sınızsız tanımlanması turizm kavramının uluslararası turizmin yanında yurtiçi turizmi de kapsayacak şekilde genişletilmesi ve daha sonra bu kapsama günlük ziyaretçilerin de dahil edilmesinin bir sonucudur.

Turizm arzını oluşturan faktörleri sınıflandırmadaki bir başka güçlük, ziyaretçilerin (turist ve günlük ziyaretçiler) kullandıkları arz unsurları ile bölgede yaşayan insanların kullandığı arz unsurları ile

<sup>47</sup>H. DEREKÖY, a.g.e., s.31.

bölgede yaşayan insanların kullandığı arz unsurlarını pratikte birbirinden ayırmanın imkanı oluşudur. Turistik ürünün temel özelliği, bu ürünün hem ziyaretçiler hem de bölge insanları tarafından paylaşılıyor olmasıdır. Turistik ürün arzının bir ucunda tamamıyla olmasa da çoğunlukla ziyaretçiler tarafından kullanılan belirli ürünler (gecelik konaklama gibi), diğer ucunda ise genellikle bölge insanları tarafından kullanılan belirli ürünler (şehirlerarası ulaşım gibi) yer almaktadır. Ancak sadece bölge insanları tarafından veya sadece ziyaretçiler tarafından kullanılan turistik ürünlerin yok denecek kadar azdır.

Turizm sektöründe arzı oluşturan unsurları sınıflandırmadaki güçlüğü bağli olarak, turizm arzını 5 temel kategoriye ayırarak ele alacağız.

### **i-Doğal Kaynaklar**

Bu arz kategorisi arzla ilgili temel ölçüt durumundadır. Doğal kaynaklar herhangi bir bölgenin ziyaretçilerinin kullanımına hiçbir işleme tabi tutulmadan sunulan, yani doğada hazır olarak bulunan kaynaklardır. Bu kategori içerisinde yer alan unsurlar arasında iklim, yeryüzü şekilleri, jeolojik yapı, su kaynakları, plajlar, doğal güzellikler, içme suyu kaynakları sayılabilir.

### **ii-Altyapı**

Bu kategori insanların günlük hayatları ile ilgili olarak yeraltı ve yerüstündeki tüm tesis ve sistemleri kapsar. Örneğin su dağıtım şebekesi, atık su toplama ve arıtma tesisleri, doğal gaz veya havagazı dağıtım hatları, elektrik ve iletişim sistemleri, karayolları ve otoyollar, park alanları, gece aydınlatma sistemleri, havaalanları ve bunlarla ilgili tesisler, marinalar, limanlar ve bunlarla ilgili tesisler, otobüs ve tren istasyonları ve bunlarla ilgili tesisler gibi.



### iii-Ulaşım ve Ulaşım İlgili Araçlar

Bu kategori içerisinde gemi, uçak, tren, otobüs filoları, otomobiller, raylı taşıma sistemleri, tramvaylar ve benzeri yolcu taşıma araçları yer alır.

### iv-Üstyapı

Daha önce değinildiği gibi bu kategoride genellikle yerüstü tesisleri yer almaktadır. Örneğin oteller, moteller, restoranlar, alış-veriş merkezleri, eğlence yerleri, müzeler ve benzeri yerler gibi.

### v-Beşeri Kaynaklar

Turizmde başarılı olmayı sağlayan en önemli unsurlardan bir tanesi, turistik bölgeye ait tüm kültürel altyapıdır. Bu konuda verilebilecek örnekler arasında misafirleri karşılama ruhu, halkın ziyaretçilere yaklaşımı, nezaketi, samimiyeti, hizmet etme ve ziyaretçi üzerinde iyi bir izlenim bırakma arzusu gibi hususlar sayılabilir. Ayrıca ziyaretçilerin ilgi alanına giren kültürel kaynaklar ve materyaller arasında güzel sanatlar, mimari, edebiyat, müzik, gösteri sanatları ve alış-veriş sayılabilir.

Yukarıda sıralanan unsurlar birarada ele alındığında turistik arz “bir dizi doğal ve insan yapısı çevre güzelliği ile turiste doğrudan veya dolaylı olarak sunulan mal ve hizmetlerin tamamı” şeklinde tanımlanabilir.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup>İlyas ŞIKLAR, *Turizm Ekonomisi*, Anadolu Üniv. Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 2.Sınıf Ders Notu, s.37-39.

**TABLO:6** Ekonomik Faaliyetlere İlişkin ISIC’da Turistik Sektörlerin Sınıflandırılması

---

631	Restoranlar, kafeler ve diğer yeme-içme yerleri
632	Oteller, kiralık odalar, kampingler ve diğer konaklama yerleri
711	Kara Ulaşımı
7111	Demiryolu ulaşımı
7112	Şehiriçi ve dışı karayolu yolcu ulaşımı
7113	Diğer karayolu yolcu ulaşımı
7116	Karayolu ulaşımı destek hizmetleri
712	Su Ulaşımı
7121	Deniz ve okyanus ulaşımı
7122	Kara içi su ulaşımı
713	Havayolu Ulaşımı
7131	Havayolu ulaşımı taşıyıcıları
94	Eğlence, dinlenme ve kültür hizmetleri

---

**Kaynak:** İ. ŞIKLAR, a.g.e., s.38.

#### **a-Turizm Arzının Esnekliği**

Bir ülkedeki turistik arzı oluşturan unsurlardan en önemli deniz, göl, çevre güzellikleri gibi doğal kaynaklar ve harabeler, anıtlar gibi tarihi değeri olan yapılardır. Turizm arzını oluşturan bu unurların miktarlarının arttırılması ya mümkün değildir ya da imkanız denilecek kadar güçtür. Bu da sözkonusu unsurlarda oluşan turistik arza esnek olmayan bir özellik vermektedir. Örneğin; fiyat ne olursa olsun, bölgede

geçmiş yüzyıllardan kalan tarihi kalıntı sayısını arttırmak mümkün olmayacaktır, zira bu tür eserlerin sayısı sınırlıdır.

Turizm arzına, turistik mal ve hizmet üreten kişi ve kuruluşlar açısından bakıldığında ise durum biraz daha farklıdır. Turistik mal ve hizmet üreten işletmelerin sahip olduğu toplam sermayenin büyük bir bölümü sabit sermayeden oluşmaktadır. Yapılan araştırmalara göre turistik işletmenin toplam sermayesinin yaklaşık %80-90 oranında bir bölümünün sabit sermayeden meydana geldiği belirlenmiştir. Bu payın mal ve hizmet ünitelerine dağıtımı, doluş oranına bağlı kalmaktadır. Bu da turistik işletmelerde hizmet arzının istenildiği anda arttırılamaması veya azaltılamaması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, özellikle kısa dönemde, sözkonusu arz unsurlarının fiyat değişimleri karşısındaki arz esneklikleri birden küçük olacaktır. Yani turistik işletmelerde hizmet arzının fiyat esnekliği sert bir yapı gösterecek ve birden küçük ancak sıfırdan büyük bir değer alacaktır.

### **b.Turizm Arzının Belirlenmesi**

Arzı belirleyen unsurlar arasında yer alan altyapı gözönünde tutulduğunda, bu tesislerin geniş ölçüde mevcut otel, restoran, mağaza, vb. tesislerin sayısı tarafından belirleneceği söylenebilir. (Turistik gelişmeye uygun bir altyapının oluşturulması temelde bir mühendislik sorunudur ve turistik planlar yapılarak ele alınmalıdır.)

Belirli bir turistik bölge için, ciddi piyasa araştırmaları ile bölgedeki sosyo-ekonomik faktörler çok iyi değerlendirilmeli ve turistik talep tahmin edilmelidir. Tahmin edilen bu talep ve bölgenin gerçekleri ışığında da arzın planlanması gerekir. Gerçekleşmesi beklenen talebi karşılayabilmek, planlamacıların karşılaştıkları önemli bir sorundur.

Arzın belirlenebilmesi konusunda çeşitli yöntemler vardır. Biz hesaplanması ayrıntılı istatistik bilgi gerektirmeyen iki yöntemi ele alacağız:<sup>49</sup>

### ba.Doluluk Oranları Yöntemi

Doluluk oranı ile turistik arzın belirlenmeinde iki yönden hareket edilebilir: Gerekli oda sayısının belirlenmesi ve gerekli yatak sayısının belirlenmesi.

Gerekli oda sayısının belirlenmesinde aşağıdaki eşitlik kullanılmaktadır:

$$D = \frac{T \times P \times L}{365 \times N \times O}$$

Burada D: Belirli bir tarihteki oda talebi,  
T: Bölgeye gelmesi beklenen turist sayısı,  
P: Gelen turistlerin otellerde kalanların yüzdesi,  
L: Bir odada kalan ortalama turist sayısı,  
O: Ortalama doluluk oranı,

olarak tanımlanmaktadır. Bu eşitlik yardımıyla sonuçta elde edilen oda talebi miktarı (D), bölgede gerçekleşmesi beklenen talebi belirlediğinden, mevcut oda arzına bakılarak, ilave edilmei gereken oda sayısı bulunur.

Bu konuda kullanılacak ikinci yol ise, en dolu aya göre yatak arzının belirlenmesidir. Bu yöntem için aşağıdaki formül kullanılır:

$$D = \frac{T \times L \times S}{M \times Q}$$

<sup>49</sup>İ. ŞIKLAR, a.g.e., s.50.

Yukarıdaki eşitlikte;

D:En dolu aya göre yatak talebini,

T:Bölgeye gelmesi beklenen turist sayısını,

P:Gelen turistlerden otellerde kalanların yüzdesini,

L:Bir turistin ortalama kalış süresini,

S:En dolu ayda gelen turistlerden otellerde kalanların yüzdesini

M:En dolu ayın gün sayısını,

Q:En dolu aydaki doluluk oranını göstermektedir.

Daha önceki yöntemde açıkladığımız şekilde mevcut yatak sayısı-D=İlave edilmesi gereken yatak miktarını verecektir.

### bb-Turistik Potansiyel Katsayısı Yöntemi

Turistik potansiyel katsayısı herhangi bir yörenin t zamanında turistlerin hizmetine sunabileceği toplam konaklama potansiyeli ile yörenin sürekli nüfusu arasındaki ilişkiyi gösteren bir katsayıdır. Bu katsayı aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır:

$$F_t = \frac{D}{R} \times 100$$

Bu formülde;  $F_t$ :Turistik potansiyel katsayısını

D:Yatak sayısını

R:Bölgedeki sürekli nüfuu ifade etmektedir.

Bu oranın yorumu için aşağıdaki kriterler kullanılabilir:

$F_t=0$  ise hiçbir turistik potansiyel sözkonusu değildir.

$0 < F_t \leq 1$  ise çok zayıf ve etkisiz turistik potansiyel

$1 < F_t < 35$  ise zayıf turistik potansiyel

$F=35$	ise turistik bölge sayılabilmek için gereken koşul
$35 < F < 100$	ise vasat bir turistik bölge
$F=100$	ise canlı bir turistik bölge
$F > 100$	ise çok canlı bir turistik potansiyele sahip bölge
$F = \infty$	ise yerli halkın bulunmadığı ve belirli mevsimlerde turizme açılan bölge

Turistik potansiyel katsayısı, turizm ile sözkonusu bölgenin demografik koşulları arasındaki ilişkiyi gösterdiği için, konaklama tesisi arzını arttıracak bir yatırımın gerçekleştirilme kararının verilmesinde kullanılabilecek önemli bir kriterdir. Bu yöre yeterli nüfusa sahip değilse, turistleri bölgeye çekebilme şansını büyük ölçüde yitirecektir. Zira böyle bir bölgede gerçekleştirilecek yatırımlardan yeterince yararlanmak sözkonusu olmayacaktır. Böyle bir yatırım kaynak israfına neden olduğundan topluma olan maliyeti çok yüksek olacaktır. Bir yörenin aşırı nüfusa sahip olması da turistleri bölgeden uzaklaştıran olumsuz bir faktör olabilir.

## 2. TURİZM TALEBİ VE TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Turizm olayını yönlendiren ve şekil veren turizm talebiyle ilgili çeşitli tanımlar verilebilir.

Turizm talebi; turist gönderen bir merkezden turist çeken bir merkeze yönelik olan akımdır.<sup>50</sup> Başka bir tanım da; turizm talebi; belirli bir piyasada, turistik mal ve hizmetleri çeşitli faktörlerin etkisiyle, kendi konaklama yeri dışında satınalma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye olanak verecek kadar satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan ve satınalmayı gerçekleştiren insanların miktarıdır, şeklindedir.

<sup>50</sup>Şükrü YARCAN, *Turizm Endüstrisinin Yapısı*, İstanbul 1992, s.40.

Turizm talebi genellikle turist sayıları ve döviz gelirleri ile ölçülür. Turizm talebini etkileyen faktörlerin incelenmesi ve arzın talebe uyumunun dikkate alınması gerekir. Çünkü çekim ülkesinin turizm arzı ülkeye yönelik turizm talep türünü ve pazarı belirler. Talebi belirleyen etkenler genellikle çekim ülkesi dışındadır ve çekim ülkesinin etki edemeyeceği türdendir.

Turizm talebini yaratan ve belirleyen çok sayıda etken vardır. Turizm talebinin ne olduğu ve hangi etkenlerden etkilendiği konusunda turizm yazını oldukça zengindir. Bu faktörleri genel olarak üç kategoride toplayabiliriz: Ekonomik Faktörler, Sosyal Faktörler ve Çekim Ülkesine Bağlı Faktörler.<sup>51</sup>

**a. Ekonomik Faktörler:** Demografik Yapı (Nüfus), Harcanabilir Gelir, Seyehat olanakları ve ulaşım olarak sınırlandırılabilir. Nüfu, turizm talebini doğrudan, hacmi, yoğunluğu, dağılımı ile belirler. Nüfus arttıkça turizm talebi, hacmi artar. Nüfu yapısı ise genç, yaşlı vb. turizm talebinin yöneleceği ürünleri belirler. Kentleşme turizm talebini arttırır. Gelir, turizm talebini etkileyen en önemli etkindir. Gelir düzeyi dağılımı, harcanabilir gelir tutarı talebini arttırır veya azaltır. Turizm lüks tüketim türleri sınıfındandır. Gelir düzeyinin artışı, harcanabilir gelirin yükselmesiyle turizm talebinin artışı arasında doğrudan bir ilişki vardır. Ulaşım turizm talebinin çekim merkezine varması, talebin yönlendirilmesi açısından işlevseldir.

**b. Sosyal Faktörler:** Serbest zamanın varlığı, dağılım süresi turizm talebini etkiler. Serbest zaman arttıkça tatile çıkma oranı yükselir. Sosyal refaha ulaşmış ülkelerde turizm talebinin yüksek olmasının nedeni yüksek gelirle desteklenmiş serbest zamanın, dinlenceye ayrılan zamanın varlığıdır. Sosyal yapı ve kültür düzeyi turizm talebini etkiler. Daha

<sup>51</sup>Muzaffer UYSAL, "Turizmde Talep Projeksiyon Modelleri", Turizm Yıllığı 1985, Ankara 1986, s.36.

önceki bölümlerde de değinildiği gibi ekonomik ve politik olaylar da turizm talebini azaltır.

**c.Çekim Ülkesine Bağlı Faktörler:** Uluslararası turizm talebinin çekim ülkesi dışında belirlenmesi talep yapısının değişmez özelliklerinden biridir. Çekim merkezi ile ilgili etkenler şunlardır; seyahat maliyeti ve turistik ürün fiyatı, çekim ülkesindeki olanaklar, kaynaklar, sunulan hizmetler kısaca çekim öğelerinin varlığı turistik talebi çeker. Seyahat öncesi bilgiler turizm talebini etkileyen önemli öğelerdendir. Çekim ülkesi hakkında turiste tam, doğru ve eksiksiz bilgi verildiğinde talep o merkeze yönelebilir. Çekim ülkesinin kolaylıkla etkileyemeyeceği faktörlerden başlıcaları tur operatörlerinin çalışma biçimi ile rakip ülkelerin sunduğu turistik ürünleri ile bu ürünlerin fiyatlarıdır...<sup>52</sup>

### 3-TURİSTİK TALEP TAHMİNİNDE KULLANILAN YÖNTEMLER

Geleceğe ilişkin talebin tahmin edilmeinde kullanılacak verilerin yaratılmasında veya bu verilerin analiz edilmesinde matematiksel, istatistiki ve ekonometrik yöntemler kullanılabileceği gibi uzmanlardan elde edilebilece kalitatif görüşlerde kullanılabilir.

---

<sup>52</sup>S. YARCAN, a.g.e., s.42.



## TABLO:7 TALEP TAHMİN YÖNTEMLERİ

### A-KANTİTATİF YÖNTEMLER

- 1-Zaman Serisi Modelleri
  - a-Basit Trend Analizi
  - b-Hareketli Aritmetik Ortalama Yöntemi
  - c-Ayrıştırma Analizi
  - d-Üsel Düzeltme Yöntemi
  - e-Bo-Jenkins Yöntemi-I
- 2-Nedensellik Modelleri
  - a-Göstergelerin Kullanımı Yöntemi
  - b-Box-Jenkins Yöntemi-II
  - c-Piyasa Analizi
    - aa-Piyasa Araştırması
    - ab-Piyasa Payı Analizi
  - d-Clawson Tekniği
  - e-Regresyon Analizi
- 3-Sistem Modelleri
  - a-Dinamik Sistem Modelleri
  - b-Girdi-Çıktı (Input-Output) Analizi

### B-KALİTATİF YÖNTEMLER

- 1-Basit Yöntemler
  - a-Uzmanların Görüşü
  - b-Pazarlama Elemanlarının Tahminleri
- 2-Teknolojik Tahmin
  - a-Delphi Analizleri
  - b-Morfolojik Analiz

## a-Kantitatif (Sayısal) Yöntemler

Kantitatif yöntemler üç ana grup içerisinde ele alınabilir. Bunlar zaman serisi modelleri, nedensellik modelleri ve sistem modelleridir. Zaman serisi modelleri geçmişte gözlenen değişimlerin geleceği de etkileyeceği varsayımına dayanılarak kullanılan yöntemlerdir. Zaman serisi modellerinde talebi etkileyen faktörlerle ilgilenilmemekte ve bu faktörlerin taleple ilgili geçmiş verileri etkilediği kabul edilmektedir. Bu modeller kullanılarak yapılacak tahminde, verinin geçmişte izlediği trend (eğilim) analiz edilir ve bu trend geleceğe uzatılma işlemine geçmişte gözlenen trendin geleceğe uzatılması işlemine ekstrapolasyon adı verilmektedir. Zaman serisi modelleri ile doğru tahminler yapılsa bile, tahminlerin neden böyle sonuçlandığına ilişkin bir gerekçe gösterilemez.

Nedensellik modelleri talebi etkileyen temel faktörleri göz önüne alır ve bu faktörlerin incelenen değişken üzerindeki etkilerini ayrı ayrı analiz eder. Bu tür modellerde, gelir düzeyi ve havayolu taşımacılığı fiyatları gibi talebi etkileyen faktörlerdeki değişmelerin talep üzerindeki etkileri hesaplanarak tahmin işlemi gerçekleştirilmektedir.

Sistem modelleri, bir sistemin veya ekonominin işleyişini tanımlarlar ve talepteki değişmelerin ekonominin işleyişi üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla kullanılırlar.

Kantitatif yöntemlerden bazıları güçlü istatistik, matematik bilgisi ve bilgisayar kullanımını gerektirmektedir. Ayrıca ana konudan uzaklaşmamak amacıyla bunlardan oldukça basit yöntemler olarak kabul edilebilecek trend analizi ve regresyon analizi yöntemleri aşağıda ayrıntılı olarak ele alınacaktır.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup>İ. ŞIKLAR, a.g.e., s.85.

**aa.Basit Trend Analizi:** Bir zaman serisinin uzun dönemde belirli bir yöne doğru gösterdiği gelişme, trend olarak adlandırılmaktadır. Geçmişe ilişkin verilerin oldukça istikrarlı bir seyir göstermesi durumunda (örneğin uzun yıllardan beri her yıl istikrarlı bir artış eğilimi göstermesi gibi), zaman serisinin bu trendi ekstrapole edilerek tahmin işlemi gerçekleştirilebilir. Trend analizinde en çok karşılaşılan eğilimler lineer (doğrusal), üssel veya devresel eğilimlerdir. Trend analizinde amaç, sözkonusu eğilimi temsil eden eğrilerin geleceğe uzatılmasıdır.

Çalışmamızda basitliği nedeniyle lineer trendi ele alacağız. Lineer trendi ifade edebilmek için aşağıdaki genel gösterim kullanılmaktadır.

$$Y = a + b(t)$$

Burada Y geçmişteki trendi incelenen ve tahmin edilecek olan değişkeni (turistik talep gibi), t zamanı, a ve b ie tahmin edilecek katsayıları ifade etmektedir. Bu katsayılara ilişkin istatitiki hesaplama yöntemi üçüncü bölümün uygulama kısmında ele alınacağından burada ayrıntı girilmeyecektir. İleriye dönük tahmin yapabilmek için trend doğrusunu (veya eğrisini) veren trend denklemiyle belirlenen ilişkinin uzun süre devam edeceğini varsaymak gerekir. Bu da pek geçekçi olmayacağı için, trend analizi ile ileriye dönük tahmin sadece kısa dönemli tahminler için uygun bir yöntem olacaktır.

**ab-Regresyon Analizi:** Talep tahmininde en çok kullanılan nedensellik modeli regresyon analizidir. Turizm sektöründe regresyon analizi genellikle akademik araştırmacılar tarafından tercih edilen bir yöntem niteliğindedir. Yöntemin eası bir hipotezi formüle etmeye ve daha sonra bu hipotezi test etmeye dayanmaktadır. Örneğin; turist talep tahminine ilişkin bir modelde belirli bir bölgeye olan turistik talebin

turistlerin gelirinin, bölgeye ulaşmak için yapılan yolculuğun maliyetinin, iki ülke arasındaki nispi fiyatların ve döviz kurunun bir fonksiyonu olarak ele alınabilir. Sıralanan bu değişkenler talebi etkileyen bağımsız değişkenlerdir. Turistik talep ise sıralanan bu bağımsız değişkenlere bağlı olarak belirlenen bağımlı değişken durumundadır.

Daha sonra, bu değişkenlerin her birine ilişkin zaman serileri, her bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken (turistik talep) üzerindeki etkilerini hesaplayabilmek için bilgisayara yüklenmektedir. Bu noktada yapılacak iş uygun bir yöntemle bu fonksiyonun tahmin edilmesidir. Tahminde en çok kullanılan yöntem en küçük kareler adı verilen istatistiki bir yöntemdir. Tahmin edilen regresyon eşitliğindeki katsayılar, eşitliğin bütünü ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücünün istatistiki olarak test edilmesinden sonra, bu eşitlik kullanılarak ileriye dönük talep tahminlerinde bulunmak mümkündür. Uygulama bölümünde görüleceği gibi, bilgisayar kullanımı olmaksızın oldukça zaman tüketici olan regresyon yöntemi çok basit olarak ele alınacak ve sadece tek değişkenli regresyon analizi yöntemi incelenecektir.<sup>54</sup>

Çok değişkenli regresyon yöntemi kısa ve orta dönemli tahminler için uygun bir yöntemdir. Daha uzun süreli tahminlerde bulunabilmek için değişkenler arasındaki ilişkinin değişmeden kalacağı varsaymak gerekir ki bu pek gerçekçi bir varsayım olmayacaktır.<sup>55</sup>

### **b-Kalitatif Yöntemler**

Sözkonusu olan konuyla ilgili tecrübe sahip olmuş ve uzman niteliğinde özellik gösteren kişilerin, bir grup oluşturarak geleceğe yönelik tahmin ve spekülasyonlarda bulunması kalitatif yaklaşımların en büyük özelliğidir. İstatistiki yaklaşımların mümkün olmadığı durumlarda bu yaklaşıma başvurulur.<sup>56</sup>

<sup>54</sup>A. KOUTSOYIANNIS, *Ekonometri Kuramı*, Ankara 1989, s.59.

<sup>55</sup>İ. ŞIKLAR, a.g.e., s.87.

Belli başlı kalitatif yöntemler; basit yöntemler olarak belirlenen uzmanların görüşüne yapılarak tahminleme, adı altındaki Delphi araştırmaları (grup kararı) ve morfolojik araştırmalardır.<sup>57</sup>

Turistik talebin gelecek durumunun tahminlenmesi, yatırımların diğer ekonomik sektörlerden turizm sektörüne kaydırılması için, kullanılacak kapitale sağlanması gereken rantabilitenin saptanması olanağını verir. Turistik tüketimin gelecek durumunun tahminlenmesi, gelecek piyasada satıcının karını tüketicinin marjinal faydasını maksimize etmek, turistik hizmetleri ve malları sunanlara, donatım cihazlarını bu talebin himetinde kullanmak olanağını verir. Bu açıklamalar talep analizlerinin turizm ekonomisinin hizmetinde yatırım kararlarına ışık tutan çok değerli bir araç olduğunu göstermektedir. Çünkü, turistik yatırımların itici gücünü turistik talep teşkil ettiğine ve yatırım turistik talepteki kantitatif ve kalitatif gelişmenin bir foksiyonu olduğuna göre, yatırım programı turistik talepte yapılacak tahminlerin sonuçlarına göre hazırlanacak ve düzeltilecektir.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup>M.UYSAL, a.g.e., s.36.

<sup>57</sup>İ. ŞIKLAR, a.g.e., s.89.

<sup>58</sup>H.OLALI, a.g.e., s.83.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE TURİZM POLİTİKASI VE PLANLAMASI

#### I-PLANLI DÖNEMDE TÜRKİYE'DE TURİZM POLİTİKALARI x

Türkiye'de 1961 yılından beri planlı karma ekonomi politikası izlenmektedir. Ekonomik politikası bir "gelişme politikası kalkınma politikası" niteliği taşımakta olup, bu politikanın bütün ayrıntıları "Beş Yıllık Kalkınma Planları"nda ve bu planların uygulama, detay programları niteliğinde olan "Yıllık Programları" da yer almaktadır. Karma ekonomi ilkesine dayanan Türk Kalkınma planları, kamu sektörü için emredici, özel sektör için ise, teşvik edici, yol gösterici bir özellik taşımaktadır. Türkiye'nin planlı karma ekonomik politikası, kalkınma politikası; tümü ile kalkınma planı içinde ifadesini bulur ve kalkınma planları, mevcut durumun analizi, araştırılmasını, kalkınma hedef ve stratejisini, bu hedeflere erişilme için, gerekli bütün ilke ve araçları kapsar. Bir başka deyişle, Türkiye'de ekonomik politikasının hedef, ilke ve araçları ile çıkış noktasının analizi "Kalkınma Planı" çerçevesinde, bünyesinde yer alır. Kalkınma planları Türk Parlemtounda kabul olunmuş kanunlar olup, yıllık programları hükümet kararnamesidir.<sup>59</sup> Türk Kalkınma Planları 15 yıllık bir perspektife dayanılarak, beşer yıllık süreler için hazırlanmaktadır.

---

<sup>59</sup>T. AKOĞLU, a.g.e., s.22-24.

## A- I.BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1963-1967)

### İLKELER

1-Yabancı ülkelerde gelişen bir turizm hareketi ve Türkiye'ye kayan bir talep mevcuttur. Bu potansiyeli kısa zamanda yurdumuza çekmek bunun için gerekli yatırımları yapmak, turizmin geliştirilmeinde ana ilkedir.

2- Yapılacak yatırımlarda konalama eislerine olduğu kadar, propaganda işlerine, hizmet tesislerine ve hatıra eşa sanayine de ağırlı ve önem verilmelidir.

3- Turizmde talep, geçmiş yıllada yurdumuza gelen sayısının artış eğilimine göre tahmin ediliyor.

4- Turitlerin 6 gün kalıp 100\$ bıramaları sağlanacak.

5- Turist çekme kabiliyeti yüksek olan yerler ele alınacak ve geliştirilecek. Turizm yönünden gelişmiş ve gelişmekte olan yerlerde ele alınacak.

### TEDBİRLER

1-Turist çekmek üzere Türkiye'nin çok iyi propagandası yapılacak, bu konuda tecrübeli yabancı reklam firmalarıyla işbirliği yapılacak.

2- Yetkili ve olanaklı bir teşkilat Türkiye'nin bütün turizm işlerini yürüme üzere kurulacak.

3-Şehir ve kasabalarda "Turizm Geliştirme Kurulu" kurulacak ve teşvik edilecektir.

4- Gümrü ve Kambiyo işlemi basitleştirilecek danışma büroları açılacak.<sup>60</sup>

5- Turizm Bankası ıslah edilecek, uygun kredi vermesi sağlanacak.

<sup>60</sup>I. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI, DPT, s.425.

6- Festivaller ve olimpiyat tertiplenmesi için inceleme ve araştırma yapılacak.

7- Yapılaca otel ve motellere bina vergisi muafiyeti araştırılacak.

8- Kamuya ait dinlenme tesislerinden faydalanılması imkanı aranacak.

9- Yiyecek ve içecek ve hatıra eşyasının mahalli gayretlerle üretimi desteklenecek.

10- Turizme elverişli yerlerin kullanılması için ilgili makamlara yeti veren kanuni hükümler getirilecek.<sup>61</sup>

## B- II. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1968-1972)

### İLKELER

1-Turizm ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından tam olarak yararlanılacak.

2-Dış turizm gelirleri, yabancı turist sayısı ve ortalama tüketimleri arttırılacak, iç turizm hareketleri geliştirilecek.

3-Turizm yatırımları potansiyeli yüksek yerlerde yoğunlaştırılacak. Kitle turizmine uygun konaklama ve ulaşım imkanları sağlanacak.

4-Fiyat politikası uluslararası rekabet şartlarına göre düzenlenecek.

5-Sektördeki teşkilatlanma yeniden düzenlenecek, turistik tanıtıma ve kredi politikasına yeni bir yön verilecek.

6-Yatırım politikasına altyapı tesisleri ve buna yardımcı imkanlar, örnek tesisler kamu sektöründe ele alınacak, diğer turistik yatırımlar özel sektörce yapılacaktır.<sup>62</sup>

<sup>61</sup>I.BYKP., a.g.e., s.428.

<sup>62</sup>II.BYKP., DPT, s.593.



## TEDBİRLER

1- Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın sadece turizm sektörüyle uğraşması amacıyla teşkilatlanması sağlanacak, kuruluş konusunda değişiklikler yapılacaktır...vs.

2- Turizm tanıtması sadece Bakanlık tarafından, gerekli durumlarda kamu kuruluşları işbirliği sağlanacaktır.

3- Turizm işletmeleri kurumu kurulacaktır.

4- Turizm kredileri arttırılacaktır, bu konuda bir teşekkül kurulacaktır.

5- "Turizm Eğitimi ve Öğretimi Milli Merkezi" kurulacaktır.

6- Türkiye'nin turizm yönünden fiziki bir planı tamamlanacaktır.

7- Uluslararası alanda ve özellikle Akdeniz ülkeleriyle ortak turizm tanıtma işbirliği imkanları aranacaktır.

8- Yıllık programların hazırlanmasında ulaştırma ve turizm faaliyetleri bağlantısı ayrıntılı olarak ele alınacaktır...vs.<sup>63</sup>

## C- III. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1973-1977)

### İLKELER

1- Yatırımların, tanıtma faaliyetleri, kamu deneyiminin kitle turizmüne uygunluğu sağlanacaktır.

2- Turizm yatırımlarında ve işletmeciliğinde özel sektöre ağırlık verilecektir.

3- Düzensiz otel tesisleşmesini önlemek amacıyla fiziksel planlama çalışmalarına devam edilecek, arazi kullanımı ve tesis altyapı ilişkileri düzenlenecektir.

4- Kıyıların turistik ve milli park niteliğinde olanların toplum yararına kullanımına ait mevzuat hazırlanacaktır.

5- Turizm sektörünün kredi ihtiyacı Genel Banka sisteminden sağlanacaktır.

<sup>63</sup>Kemal ÖZBİLGİ, *Turizm ve Mucize*, Ankara, Ekim 1971, s.192-196.

6- Sosyal turizmin gelişmeine önem verilecek, iç turizm teşvik edilecek.

7- Personel eğitiminin akademik eğitim yerine beceriye dönüşmesi sağlanacak.<sup>64</sup>

## TEDBİRLER

1- Organizasyonun ve kamu denetiminin kitle turizmine uygun hale getirilmesi.

2- Kamu yatırımı öncü örnek tesislere veya yabancı yatırımlara eşik şeklinde olacak.

3- Alt ve üstyapılar fiziksel planlara uygun olacak. Türkiye'nin fiziksel planı çalışmasına devam edilecek, planların yapılmasında ve uygulanmada İmar ve İskân Bakanlığı ile işbirliği yapılacaktır.

4- Krediler turistik önceliği olan yerlere ve merkezlere yönlendirilecek.

5- Kamuya ait konaklama tesislerinin dış turizme hitap etmesi sağlanacaktır.

6- Konaklama tesislerinde resmi eğitim görmüş personel istihdamı sağlanacaktır.<sup>65</sup>

## D- IV. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1979-1984)

### İLKELER

1- Konaklama tesisleri yatırımlarının turizmde öncelikli yörelerde yoğunlaştırılması, fiziksel planlama çalışması ile birlikte "Organize Turizm Bölgeleri"nin geliştirilmesi.

2- Sektörün işleyişinde kitle turizmi ilkesi esas alınacaktır.

3- Yatırımlarda kamunun etkinliği arttırılacaktır, özel kesim,

<sup>64</sup>III.BYKP., s.620-621.

<sup>65</sup>III.BYKP., a.g.e., s.60-621.

yabancı sermaye ve küçük tasarruflar yatırımlara dönüşecek.

4- Yabancı Turizm Yatırımcılarının, yatırımları arttırılacak, özendirilecek.

5- Kamuya ait dinlenme tesislerinden daha geniş kitlelerin yararlanması için tek merkezden yönetim yapılacak.

6- Mevsim içi uçak filosu arttırılacak "Charter" seferleri düzenlenecek.

7- Çalışanların dinlenme ve tatil ihtiyaçları için tedbirler alınacak.

8- Kıyıların kamu yararına kullanılması sağlanacak.

9- Turitlere ve Günöbirlikçilere döviz bozdurma mecburiyeti getirilecek.

10- Ana güzergahta servis çekirdekleri oluşturulacak.

11- Turizm istatistikleri geliştirilecek.

## TEDBİRLER

1- Kitle turizmüne imkan verecek alt ve üstyapı hazırlanacak.

2- Yabancı uyruklu personel çalıştırılmama izin verilecek.

3- Kamu kuruluşlarına ait kampların, dinlenme tesislerinin tek merkezden yürütölmesi, buralardan daha geniş kitlelerin yararlanması sağlanacak.

4- Pazarlamadan etkinlik sağlamak amacıyla T.C. Turizm Bankası A.Ş. ve Limanlar Genel Müdürlükleri arasında işbirliği yapılacak.

5- Deniz, göl ve nehir kıyılarına ikinci konut yapımını önlemek.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup>IV. BYKP., DPT, s.432.

## E- V. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1985-1989)

### İLKELER

- 1- Ekolojik dengeyi koruma, çevre sağlığı ve güzelliğini geliştirme,
- 2- Uluslararası düzeyde turistik ilişkiler arttırılacak.
- 3-Kitle turizmine önem verilecek ancak bireysel turizm de ihmal edilmeyecek.
- 4- Çalışanların en uygun şekilde tatil yapmaları sağlanacak.
- 5- İstatistiki amaçlarla bilgi toplamaya öncelik verilecek.
- 6- İç turizme yönelik istatistikler yapılacak.
- 7- Koruma stratejileri ile turizmi geliştirme stratejileri arasında uyum sağlanacak.
- 8- Turizm Bankası'nın doğrudan yatırım yapması yerine fonların kredi olarak kullanılmasını tercih edilecek.

### TEDBİRLER

- 1- Türkiye'nin doğal tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, spor, sağlık ve gençli, av, kış ve diğer turizm potansiyeli, ekolojik dengeyi koruma, çevreyi temiz ve sağlıklı tutma ve güzelleştirme ilkeleri doğrultusunda değerlendirilecek.
- 2- OPEC ve OECD ülkelerinin yanısıra Balkan ve Üçüncü Dünya ülkeleri ile turistik ilişki geliştirilecek.
- 3- Kitle turizmine ağırlık verildiği ölçüde bireysel turizmi ihmal etmemek.
- 4- Gelen yabancılar, işçi aileleri ve yurtdışına çıkanlar ile ilgili ayrıntılı bilgi toplamak, istatistikler hazırlamak.
- 5- İç turizm hareketlerini de istatistiklere yansıtma.
- 6- Doğal ve kültürel çevre değerlerinin turizm amaçlı kullanımından koruma stratejileri ile turizm geliştirme stratejilerinin

entegrasyonunu sağlamak, turizm kaynakları envanteri ile fiziksel planlama çalışmalarında tüm ilgililer arasında işbirliği sağlanacak.

7-Turizm Bankası fonlarının kredi olarak kullandırılması.<sup>67</sup>

## F- VI. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1990-1994)

### İLKELER

1- Turizm gelirlerinde son yıllarında sağlanan artışı sürekli kılmak için turizm yatırımlarının özendirilmesine devam edilecek ve dış tanıtım faaliyetlerine hız verilecektir.

2- Turizm gelirlerinin, sektörün gelişen yapısına bağlı olarak yılda ortalama %13.6 oranında artması ve VI. plan dönemi sonunda 5.514.000\$, seviyesine çıkması öngörülmüştür. Böylece dönem sonunda net turizm geliri 4.488 milyon \$ olacaktır.

3- Türkiye'ye gelecek turist ve ziyaretçinin sayısının plan döneminde yılda ortalama %8.2 artarak 5 milyon kişiden, 7.4 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir.

4- İnşa halindeki ve proje aşamaındaki tesislerin tamamlanmasıyla VI. Plan dönemi sonunda 350.000 yatağı aşması beklenmektedir.

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

6- Başta turizm ve sağlık olmak üzere insangücü ihtiyacının yoğun olduğu alanlarda yaygın eğitim programlarının geliştirilmesine öncelik verilecektir.

---

<sup>67</sup>V. BYKP., DPT, s.120.

## TEDBİRLER

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

2- Türkiye ve dünyadaki kültür ve sanat'a dair gelişmeleri izleyecek bir dökümantasyon merkezinin oluşturulması çalışmaları başlatılacaktır.

3- Turizm sektörüne doğrudan veya dolaylı olarak hizmet verenlerin sayıca yeterli düzeye getirilmesi ve eğitilmek suretiyle bilgi ve becerilerin artırılması sağlanacaktır.<sup>68</sup>

4- Mevcut tesislerde doluluk oranlarını arttırıcı, faaliyet mevsimini uzatıcı ve nitelik yükseltici önlemler alınmalıdır.<sup>69</sup>

## G-VII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1995-1999)

1995-1999 yılları itibariyle hazırlanmakta olan VII. BYKP. hazırlıkları makro ekonomik hedef ve dengeleri ile buna ilişkin oluşturulacak politikaları ve sektörlerin gelişme eğilimlerini belirlemeye yönelik yeni çalışmaları gündeme getirmiştir.

DPT'nin kuruluşu hakkındaki 437 sayılı kanun hükmündeki kararname çerçevesinde çeşitli konularda olduğu gibi turizm kesiminde analizi deneyimli uzmanlardan oluşan bir özel ihtisas komisyonu tarafından yapılmaktadır.

Komisyon çalışmalarının ilk aşamasında turizmin yılda en az %5 büyüyeceği ve plan dönemi sonunda -2000 yılında- 15 milyon turist, 9 milyar turizm geliri büyüklüklerine ulaşılacağı tahmin edilmiş

<sup>68</sup>VI.BYKP., 1994 Yılı Programı, DPT Yay., s.126-134.

<sup>69</sup>H. DEREKÖY, a.g.e., s.56.

bulunmaktadır. Bu dönem içinde belgeli tesis olarak 292.000 yeni yatak biriminin yapılması ve sadece konaklama tesisleri için 7.6 milyar \$'lık bir yatırımlar bakımından önemli bir yeri olması hedeflenmiştir.

Yatırımların işletme dönemi verimliliğini etkileyen eğitim, altyapı ve pazarlama alanlarında atılımlar yapılması üzerinde de durulan komisyon çalışmalarında eğitim için 26.8, altyapı için 169.1, pazarlama için 126.8 milyon \$ yatırım gereksinimi sözkonusu edilmiştir.

VII.Plan döneminde de sektörde yatırım yapan kamu ve özel kesimin kredi olarak finansman ihtiyaçlarının 3.5-4 milyar \$ civarında olacağı ve bu kaynağın sağlanmasının oldukça önemli olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla önümüzdeki dönemde sermaye piyasasında yeni kurumlaşmaların veya düzenlemelerin sözkonusu olması kaçınılmazdır.

Uzmanlar tanıtma alanındaki etkinlikleri, fırsat ve olumsuzlukları değerlendirirken ülkemiz için "Keşfedilmemiş Avrupa" üzerinde durmuşlar, doğal ve tarihi potansiyelimizin fırsatları, Avrupalı olmakla birlikte siyasi açıdan Avrupa'dan itilmişliğimizi de tehdit olarak değerlendirmişlerdir.

Turizmde nitelikli personel ihtiyacının 5 yılda 100.000 kişiye ulaşacağı dolayısıyla entegre eğitim konusunda bir atılım yapılması gerektiği ve sektörün hizmet standardının ancak yaygın eğitim sistemindeki düzenlemelerle mümkün olacağı ayrıca çalışmaların bir kesitidir.

Ülkemizdeki çevresel sorunlar hiçbir plan döneminde bu boyutta tartışılmamıştır. Bu olay şüphesiz yakalacak turizm motiflerinin yakın gelecekte turizmin kendisini de ortadan kaldıracacağı endişesine dayanıyor.

Uzmanların turizmi çeşitlendirme konusundaki inceleme ve sentezleri planlama çalışmalarına yeni bir boyut kazandırmaktadır. Turizm faaliyetlerini dağ, termal, çeşitli sporlar, avcılık vs. gibi olanakların değerlendirilmesi ile kıyıdan iç kesime çekmek veya yaymak bir bakıma potansiyelden optimum düzeyde yararlanmak, diğer taraftan da mevsim yoğunlaşmasını giderme endişesinden kaynaklanıyor.

Ülkemizin turizm potansiyelinin geliştirilmesi ve turizmin çeşitlendirilmesi herşeyden önce ülke halkına daha sağlıklı bir yaşam ve tatilini seçme hakkı getirecektir. Nüfusu hızla artan, şehirleşen ve zenginleşen Türk halkının bu vazgeçilmez ihtiyacının giderilmesi ve bu yönde politikaların oluşturulması VII. Plan'ın turizme bakış açısı içinde olacaktır.

Devlet Planlama Teşkilatı'nda planın makro hedefleri belirlenirken, VII. Plan'da ekonominin genel dengesi ve ödemeler dengesinde turizmin önemi belirginleşecek gibi görünmektedir. Ayrıca dış ekonomik ilişkiler, teşvik ve finansman politikalarının oluşmasında turizm sektörünün gelişme trendi ve ihtiyaçları doğrultusunda kararlar alınacağı anlaşılmaktadır.

Altını çizdiğimiz bu konular henüz son aşamasına gelmemiş bir sektör raporundan bazı satırbaşlarıdır.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup>Özen DALLI, Dünya Gazt. Turizm ve Otelcilik Eki:11, 09/03/1994, s.2.  
(Makale)



TABLO 8: KALKINMA PLANLARINDA TURİZM ENDÜSTRİSİ

Plan Dönemleri	Amaç	Hedefler	Yaklaşım	Kapsam	Araçlar	Planlama Yöntemi	Politika Tedbirler	Odak
I. Kalkınma Planı (1963-1967)	Ödemeler Dengesi Açığının giderilmesi	Dış turizmin geliştirilmesi, arz yatırımlarına önem verilmesi	Ekonomik	Dış-İç Turizm	*Kamu yatırımları *Projeler *Tesisler *Eğitim *Propaganda *Araştırma		I. Kalkınma Planı Tedbirleri	Marmara Ege ve Antalya
II. Kalkınma Planı (1968-1972)	Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel Özelliklerinden Yararlanmak		Ekonomik	Dış-İç ve Kitle Turizmi	*Özel Sektör Yatırımlarına Kredi Desteği *Turizm Sektöründe Örgütlenme *Tanıtım *Tesis *Eğitim *Ticaret Hizmeti	Fiziki Plan Altyapı ve Örnek Tesis Yapımı	II. Kalkınma Planı Tedbirleri	Turizm Potansiyeli Yüksek Bölgeler
III. Kalkınma Planı (1973-1977)	Turizm Talebinin Arttırılması ve Arzın Geliştirilmesi	*Kıyıların Turistik Nitelikli Alanların ve Milli Parkların Toplum Yararına Kullanılması *Konaklama Tesislerinin %75 Arttırılması	Çevresel ve Sosyal	Dış-İç ve Kitle Turizmi Kamu Personeli Tatil Sorunu	*Arazi Kullanımı *Tesis Altyapısı *Düzenli Gelişme *Eğitim *Tanıtım *Yatırımların Organizasyonu *Kredi *Sosyal Turizm	Fiziki Planlama	Ülke İçi Turizmin Teşviki Uzun Dönem Gelişme Hedefleri	Öncelikli Yönelimler Uygulanması Akdeniz, Göreme, Uludağ, Güney Ege Kısmen Marmara

TABLO 8: KALKINMA PLANLARINDA TURİZM ENDÜSTRİSİ

(devam)

Plan Dönemleri	Amaç	Hedefler	Yaklaşım	Kapsam	Araçlar	Planlama Yöntemi	Politika Tedbirler	Odak
Program 1978	Turizm Kaynaklarından ve Potansiyelinden Yararlanmak	*Kıyı Koruma *Yurt Dışı Turizm Talebinde Sınırlama *Atıl Kapasite Sorununa Çözüm *Halka Dinlenme Olanağı	Ekonomik Sosyal Çevresel	Dış Kitle Turizmi Sosyal Turizm	*Sosyal Turizm *Tanıtma *Pazarlama Enformasyon Sistemleri *İstatistikler *Teşvik *Turizm Bnk. *Sermaye Artışı	Uzun Dönemli Hedefler Mekanla İlişkileri	Turizm Sektörü Ana Politikası	Öncelikli Yörelerde Organize Turizm Bölgeleri
IV. Kalkınma Planı (1979-1983)	Turizm Ödemeler Dengesine Katkısının Artırılması	*Kıyıların Kamu Yararına Kullanılması. *İkinci Konut Yapımının Önlenmesi Kapasite Artırılması Talebin Değerlendirilmesi	Çevresel Ekonomik	Kitle Turizmi ve Çalınışanlara Tatil	*İstatistikler *Yabancı Sermaye *Turizm Geliştirme Fonu *Eğitim, Tesisler Organizasyon *Turizm Bölgeleri *Döviz Bozdurma şartı *Gümrük İşlemleri	Fiziki Planlama	IV. Kalkınma Planı Tedbirleri	Öncelikli Yöreler Uygulaması
Program 1984	Turizm Faaliyetlerinin Çeşitlendirilmesi	Turistik Faaliyet ve Harcamaların Artırılması	Ekonomik	Dış Turizm ve Dışardan Gelen Türk Turistler	*Kapasitenin Artırılması *Krediler	Yatırımlar ve Teşvik		*Öncelikli Yöreler *Turizm Bölge Alan Merkezleri

TABLO 8: KALKINMA PLANLARINDA TURİZM ENDÜSTRİSİ

(devam)

Plan Dönemleri	Amaç	Hedefler	Yaklaşım	Kapsam	Araçlar	Planlama Yöntemi	Politika Tedbirler	Odak
V. Kalkınma Planı (1985-1989)	Mevcut Turizm Potansiyelini Değerlendirmek	*Ekolojik Denge *Çevre Koruma ve Güzelleştirme	*Çevresel Ekonomik	Bireysel Kitle Turizmi Çalışanlara Tatil	*Turistik İlişkiler OPEC, OECD, Balkan III. Dünya Ülkeleri	Fiziksel Planlama ve Entegrasyon	Doğal ve Kültürel Çevreyi Koruma Politikası	
VI. Kalkınma Planı (1990-1994)	Turizm Hizmetlerinin Yeterli Düzeye Getirilmesi	*Turizm Eğitimi *Charter Taşımacılığını Geliştirme *Aile İşletmeciliği Teşviki	*Ekonomik *Sosyal *Çevresel	Kitle Turizmi	*Kalkınma Bnk.'sı Fonları *Kapasitenin Arttırılması *Eğitim *Tesisler *Organizasyon	Fiziki Planlama Entegrasyon	Niteliğin Arttırılması Çalışmaları	Turizm Mevsimini Uzatıcı Önlemler

Kaynak: A.H. DEREKÖY, a.g.e., s.57.

**TABLO 9: KALKINMA PLANLARINDA TURİZM İLE İLGİLİ BAZI KAVRAMLARIN SÜREKLİLİĞİ**

TURİZM İLE İLGİLİ KONULAR	I. Kalkınma Planı 1963-1967	II. Kalkınma Planı 1968-1972	III. Kalkınma Planı 1973-1977	1978 PROGRAMI	IV. Kalkınma Planı 1979-1983	1984 PROGRAMI	V. Kalkınma Planı 1985-1989	VI. Kalkınma Planı 1990-1994
Ödemeler Dengesi ve Ekonomik Tedbirler	X	X		X	X		X	X
Özel Sektör		X	X	X	X		X	X
Yabancı Sektör					X			
Teşvik-Kredi fon konuları	X	X	X	X		X	X	X
Turizm arzı; tesisler altyapı ve kapasite konuları	X	X	X	X	X	X		
Turizm talebinin yapısı ile ilgili politikalar	X					X	X	
Turizm faaliyetinin mevsimlere dengeli dağılımı		X	X	X				X
Fiziki planlama ve mekana yansıyan politikalar		X	X	X	X	X	X	X
Sosyal turizm			X	X	X		X	
Tarihi çevre koruması			X				X	
Milli parklar			X					
Doğal çevre koruması							X	X
Kıyı koruması ve planlanması			X	X	X			
II. Konut yapımı					X			
Tanıtım-Propaganda	X	X	X	X	X	X		X
Turizm Eğitimi	X	X	X	X		X		X
Turizm araştırmaları	X							
Turizm istatistikleri					X		X	
Turizm organizasyonu	X							X

Kaynak: A. H. DEREKÖY, s.33.

**TABLO 10:****PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİRLERİ (1.000.000\$)**

YILLAR	PLAN HEDEFİ	GERÇEKLEŞEN GELİR	DEĞİŞİM ORANI (%)	GERÇEKLEŞME ORANI (%)
1963	13.0	7.7	-	59.2
1964	18.0	8.3	7.8	46.1
1965	25.0	13.8	66.3	55.2
1966	35.0	12.1	-12.3	34.6
1967	48.0	13.2	9.1	27.5
<b>I. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	139.0	55.1	-	39.6
1968	45.0	24.1	82.6	53.6
1969	55.0	36.6	51.9	66.5
1970	77.0	51.6	41.0	67.0
1971	110.0	62.9	21.9	57.2
1972	135.0	103.7	64.9	76.8
<b>II. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	422.0	278.9	-	66.1
1973	90.0	171.5	65.4	190.6
1974	108.0	193.7	12.9	179.4
1975	129.6	200.9	3.7	155.0
1976	155.6	180.5	-10.2	116.1
1977	186.6	204.9	13.5	109.8
<b>III. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	669.7	915.5	-	142.1
1978	248.4	230.4	12.4	92.8
1979	315.8	280.7	21.8	88.9
1980	369.2	326.7	16.4	88.5
1981	454.8	381.3	16.7	83.8
1982	586.7	370.3	-2.9	63.1
1983	619.6	411.1	11.0	59.4
<b>IV. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	2.418.1	1.770.1	-	73.2
1984	452.4	840.0	104.3	185.7
1985	510.0	1.482.0	76.4	209.6
1986	579.2	1.215.0	-18.0	209.8
1987	661.6	1.721.1	41.6	260.1
1988	759.4	2.355.3	-	-
1989	878.0	2.556.5	-	-
<b>V. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	3.388.2	9.329.9		

KAYNAK: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Bülteni, 1987, s.76.

**TABLO 11:****PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GİDERLERİ (1.000.000\$)**

YILLAR	PLAN HEDEFİ	GERÇEKLEŞEN GİDER	DEĞİŞİM ORANI (%)	GERÇEKLEŞME ORANI (%)
1963	20.0	20.5	-	102.5
1964	21.0	21.8	6.3	103.8
1965	23.0	24.3	11.5	105.7
1966	25.0	26.3	8.2	105.2
1967	28.0	26.8	1.9	95.7
<b>I. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	117.0	119.7	-	102.3
1968	45.0	33.4	24.6	74.2
1969	50.0	42.2	26.3	84.4
1970	55.0	47.7	13.0	86.7
1971	60.0	42.2	-11.5	70.3
1972	65.0	59.3	40.5	91.2
<b>II. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	275.0	224.8	-	81.7
1973	62.2	93.0	56.8	149.5
1974	70.2	151.8	63.2	216.2
1975	79.3	155.0	2.1	195.5
1976	89.6	207.9	34.1	232.0
1977	101.6	268.5	29.1	264.3
<b>III. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	402.9	876.2	-	217.5
1978	183.1	102.5	-61.8	55.9
1979	188.6	95.1	-7.2	50.4
1980	196.5	114.7	20.6	58.4
1981	204.8	103.3	-10.0	50.4
1982	214.0	108.9	5.4	50.9
1983	223.6	127.3	16.9	56.9
<b>IV. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	1.027.5	549.3	-	53.5
1984	142.4	276.8	117.4	194.4
1985	166.3	323.6	16.9	194.6
1986	197.1	313.6	-3.1	159.1
1987	235.0	447.7	42.8	190.5
1988	281.4			
1989	338.0			
<b>V. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	1.217.8			

KAYNAK: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Bülteni, 1987, s.77.

**TABLO 12:****PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR-GİDER DENGESİ**

(1.000.000\$)

YILLAR	PLAN HEDEFİ	GERÇEKLEŞEN DENGE	DEĞİŞİM ORANI (%)	GERÇEKLEŞME ORANI (%)
1963	-7.0	-12.8	-	-
1964	-3.0	-13.5	-	-
1965	2.0	-10.5	-	-
1966	10.0	-14.2	-	-
1967	20.0	-13.6	-	-
<b>I. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	22.0	-64.6	-	-
1968	0.0	-9.3	-	-
1969	5.0	-5.6	-	-
1970	22.0	3.9	-	17.7
1971	50.0	20.7	430.8	41.4
1972	70.0	44.4	114.5	63.4
<b>II. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	147.0	54.1	-	36.8
1973	27.8	78.5	76.8	282.4
1974	37.8	41.9	-46.6	110.8
1975	50.3	46.0	9.8	91.5
1976	65.9	-27.4	-	-
1977	85.0	-63.6	-	-
<b>III. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	266.8	75.4	-	28.3
1978	65.3	127.9	-	195.9
1979	127.2	185.7	45.2	146.0
1980	172.7	211.9	14.1	122.7
1981	250.0	278.0	31.2	111.2
1982	372.7	261.4	-6.0	70.1
1983	468.0	283.8	8.6	60.6
<b>IV. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	1.390.6	1.220.8	-	87.8
1984	310.0	563.2	98.4	181.7
1985	343.7	1.158.4	105.7	337.0
1986	382.1	910.4	-22.2	235.9
1987	426.6	1.273.4	41.3	298.5
1988	478.0			
1989	540.0			
<b>V. BEŞ YILLIK</b>				
PLAN TOPLAMI	2.170.4			

KAYNAK: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Bülteni, 1987, s.80.

TABLO 13: GAYRİSAFİ MİLLİ HASILA (1963-1990)

(Milyar TL)

YILLAR	GSMH Cari		GSMH		GSMH	
	Fiyatlarla	Büyüme Hızı %	1968 Sabit Fiyatlarıyla	Büyüme Hızı %	Zımmi Fiyat Deflatörü	
1963	66.8	16.0	84.2	9.7	105.7	
1964	71.3	6.7	87.6	4.0	102.3	
1965	76.7	7.6	90.4	3.2	104.3	
1966	91.4	19.2	101.2	11.9	106.5	
1967	101.5	11.0	105.5	4.2	106.5	
<b>I. BEŞ YILLIK</b>						
PLAN TOPLAMI	-	12.1	-	6.6	105.2	
1968	112.5	10.8	112.5	6.6	103.9	
1969	142.9	11.0	118.6	5.4	105.3	
1970	147.8	18.3	125.4	5.7	11.9	
1971	192.6	30.8	138.2	10.2	118.7	
1972	240.8	25.0	148.5	7.4	116.4	
<b>II. BEŞ YILLIK</b>						
PLAN TOPLAMI	-	19.1	-	7.1	111.2	
1973	309.8	28.6	156.5	5.4	122.0	
1974	427.1	37.9	168.0	7.3	128.5	
1975	535.8	25.4	181.4	7.9	118.2	
1976	670.0	25.0	195.3	7.7	116.1	
1977	870.2	29.9	203.0	3.9	125.0	
<b>III. BEŞ YILLIK</b>						
PLAN TOPLAMI	-	29.4	-	6.4	121.6	
1978	1.298.7	48.1	209.1	3.0	143.8	
1979	2.135.7	70.4	208.3	-0.4	171.1	
1980	4.435.2	101.6	206.1	-1.1	203.8	
1981	6.553.9	47.8	214.6	4.1	142.0	
1982	8.753.0	33.3	224.4	4.6	127.4	
1983	11.551.9	32.2	231.0	3.3	128.0	
<b>IV. BEŞ YILLIK</b>						
PLAN TOPLAMI	-	57.0	-	2.1	153.8	
1984	18.374.8	59.1	245.6	5.9	150.2	
1985	27.789.4	51.2	258.2	5.1	143.9	
1986	39.309.6	41.5	279.0	8.1	130.9	
1987	58.390.0	48.5	299.7	7.4	138.5	
1988	100.582.2	71.5	310.9	3.6	165.9	
1989	170.663.2	69.7	316.0	1.6	167.0	
<b>V. BEŞ YILLIK</b>						
PLAN TOPLAMI	-	56.5	-	5.2	149.2	
1990	284.176.3	66.5	344.6	9.1	152.7	
1991	108.8 milyar \$			0.3		
1992	113.2 milyar \$			5.9		

KAYNAK: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Bülteni, 1987, s.82.



**TABLO 14:****DIŞ AKTİF TURİZM GELİRLERİNİN GAYRİSAFİ MİLLİ HASILA İÇİNDEKİ PAYI**

YILLAR	DIŞ AKTİF TURİZM GELİRLERİ	GSMH MİLYON DOLAR	DIŞ TURİZM GELİRLERİNİN GSMH'YA ORANI
<b>I. PLAN</b>			
1963	7.659	7.422.4	0.12
1964	8.318	7.923.6	0.10
1965	13.758	8.525.1	0.16
1966	12.134	10.157.7	0.12
1967	13.219	11.275.6	0.12
<b>II. PLAN</b>			
1968	24.082	12.499.3	0.19
1969	36.573	13.877.0	0.26
1970	51.597	9.951.3	0.52
1971	62.857	12.969.9	0.48
1972	103.731	17.200.7	0.60
<b>III. PLAN</b>			
1973	171.477	22.130.7	0.77
1974	193.684	30.507.0	0.63
1975	200.861	37.598.0	0.53
1976	180.456	41.283.5	0.44
1977	204.877	49.177.1	0.41
1978	230.398	53.690.7	0.43
<b>IV. PLAN</b>			
1979	280.727	52.962.2	0.53
1980	326.654	58.480.4	0.56
1981	381.268	59.502.4	0.64
1982	370.320	54.308.7	0.68
1983	411.088	51.570.8	0.80
1984	839.479	50.362.7	1.66
<b>V. PLAN</b>			
1985	1.481.639	53.612.3	2.76
1986	1.215.082	58.724.5	2.07
1987	1.721.117	64.428.9	2.67
1988	2.355.295	70.537.4	3.34
1989	2.556.529	79.709.8	3.20
<b>VI. PLAN</b>			
1990	3.225.000	109.035.2	2.95
1991	2.654.000	104.783.8	2.53
1992	3.639.000	106.887.1	3.40

KAYNAK: M. K. AYDIN, a.g.e., s.25.

**TABLO 15: DIŞ TURİZM GELİR-GİDERLERİ**

(Milyar \$)

(IV. Plan Son Üç Yıl)

	1992 Gerçekleşme	1993 Gerçekleşme Tahmini	1994 Tahmin	1993/1992 Yüzde(%) Değişme	1994/1993 Yüzde (%) Değişme
Gelirler	3.639.0	3.900.0	4.700.0	4.7	20.5
Giderler	776.0	950.0	1.000.0	22.4	5.3
Denge	2.863.0	2.950.0	3.700.0	3.0	25.4

Kaynak: VI. Plan, Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, s.122.

**TABLO 16: Yurda Gelen Yabancılar-Yurt Dışına Çıkan Vatandaşlar**

(milyon\$)

---

YILLAR	1963	1970	1980	1983	1984	1985	
Gelen Yabancı Sayısı	198841	724784	1288060	1625099	2117094	2614924	
Çıkan Vatandaş Sayısı	41833	515992	1794808	1998162	2071189	1806163	
YILLAR	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Gelen Yabancı Sayısı	2391085	2855546	4172727	4459151	5389308	5517897	7050972
Çıkan Vatandaş Sayısı	1622237	1921681	2114780	2464318	2917118	2270758	30225409

---

Kaynak: Ekonomik ve Sosyal Göstergeler (1950-1992) DPT

**TABLO 17:**  
**PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TOPLAM YABANCILARIN YILLARA GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI**

YILLAR	PLAN HEDEFİ	TOPLAM YABANCILAR	GERÇEKLEŞME ORANI (%)
1963	200.000	198.841	99.4
1964	240.000	229.347	95.6
1965	288.000	361.758	125.6
1966	345.000	440.534	127.7
1967	415.000	574.055	138.3
<b>I. BEŞ YILLIK</b>			
PLAN TOPLAMI	1.488.000	1.804.535	121.3
1968	588.000	602.996	102.6
1969	735.000	694.229	94.5
1970	920.000	724.784	78.8
1971	1.150.000	926.019	80.5
1972	1.435.000	1.034.995	72.1
<b>II. BEŞ YILLIK</b>			
PLAN TOPLAMI	4.828.000	3.982.983	82.5
1973	1.243.000	1.341.527	107.9
1974	1.404.000	1.110.298	79.1
1975	1.586.000	1.540.904	97.2
1976	1.792.000	1.675.846	93.5
1977	2.026.000	1.661.416	82.0
<b>III. BEŞ YILLIK</b>			
PLAN TOPLAMI	8.051.000	7.329.991	91.0
1978	1.910.000	1.644.177	86.1
1979	2.178.100	1.523.658	70.0
1980	2.461.300	1.288.060	52.3
1981	2.756.600	1.405.311	51.0
1982	3.087.700	1.391.717	45.1
1983	3.458.300	1.625.099	47.0
<b>IV. BEŞ YILLIK</b>			
PLAN TOPLAMI	13.942.000	7.233.000	51.9
1984	1.800.000	2.117.094	117.6
1985	2.000.000	2.614.924	130.7
1986	2.200.000	2.391.085	108.7
1987	2.400.000	2.855.546	119.0
1988	2.700.000		
1989	3.000.000		
<b>V. BEŞ YILLIK</b>			
PLAN TOPLAMI	12.300.000		
1990		5.389.308 **	
1991		5.517.897 **	
1992		7.076.096 ***	
1993	7.000.000	6.500.638 **	

KAYNAK: \*Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Bülteni, 1987, s.74.

\*\*Anatolia Dergisi Ocak-Haziran 1994, s.10

\*\*\*VI. Plan, a.g.e., s.122.

**TABLO 18: TÜRKİYE'NİN DÖVİZ GİRDİLERİ**

(Milyon\$)

DÖVİZ	İHRACAT	TURİZM	İŞÇİ	DİĞER DÖVİZ	TOPLAM
	GELİRLERİ	GELİRLERİ	GELİRLERİ	GİRDİLERİ	GİRDİLERİ
<b>I. PLAN</b>					
1963	368	8	-	38	414
1964	411	8	9	66	494
1965	464	14	70	23	571
1966	490	12	115	20	637
1967	523	13	93	35	664
<b>II. PLAN</b>					
1968	496	24	107	29	656
1969	537	37	141	8	723
1970	588	52	273	22	935
1971	677	63	471	8	1.219
1972	885	104	740	30	1.759
<b>III. PLAN</b>					
1973	1.317	172	1.183	110	2.782
1974	1.532	194	1.426	249	3.401
1975	1.401	201	1.312	553	3.467
1976	1.960	181	982	552	3.675
1977	1.753	205	982	476	3.416
1978	2.288	234	983	432	3.937
<b>IV. PLAN</b>					
1979	2.261	281	1.694	591	4.827
1980	2.910	327	2.071	683	5.991
1981	4.701	381	2.490	1.005	8.577
1982	5.746	370	2.187	1.872	10.175
1983	5.905	420	1.513	1.913	9.751
1984	7.389	548	1.807	2.141	11.885
<b>V. PLAN</b>					
1985	8.225	1.482	1.714	2.358	13.421
1986	7.583	1.215	1.634	2.630	12.797
1987	10.322	1.721	2.021	3.110	16.929
1988	11.929	2.355	1.776	4.073	20.133
1989	11.771	2.357	3.040	5.080	22.448
<b>VI. PLAN*</b>					
1990	13.026	3.225	3.246	6.980	26.477
1991	13.667	2.654	2.819	8.966	28.106
1992	14.891	3.639	3.008	7.863	29.401

KAYNAK: M.K. AYDIN, a.g.e., s.70

\*6. Planda döviz girdisi 83.984 (%49.5 ihracat geliri, %11.3 turizm geliri, %10.8 işçi geliri)

TABLO 19: TÜRKİYE'NİN DÖVİZ ÇIKTILARI

(Milyon\$)

DÖVİZ YILLAR	İTHALAT	TURİZM	FAİZ	DİĞER DÖVİZ	TOPLAM
	GİDERLERİ	GİDERLERİ	GİDERLERİ	ÇIKTILARI	ÇIKTILARI
I. PLAN					
1963	688	21	24	8	741
1964	537	22	31	14	604
1965	572	24	28	22	646
1966	718	26	28	23	795
1967	685	27	32	34	778
II. PLAN					
1968	764	33	34	47	878
1969	801	42	39	50	937
1970	948	48	47	63	1.106
1971	1.171	42	47	68	1.28
1972	1.563	59	62	82	1.766
III. PLAN					
1973	2.086	93	59	59	2.297
1974	3.778	152	102	88	4.120
1975	4.739	143	124	346	5.352
1976	5.128	194	217	421	5.960
1977	5.796	253	320	477	6.846
1978	4.599	71	489	273	5.432
IV. PLAN					
1979	5.069	95	546	303	6.013
1980	7.909	115	668	509	9.201
1981	8.933	103	1.193	400	10.629
1982	8.734	109	1.465	925	11.233
1983	8.895	128	1.441	1.115	11.579
1984	10.331	277	1.586	1.098	13.292
V. PLAN					
1985	11.230	324	1.753	1.122	14.129
1986	10.664	313	2.134	1.214	14.325
1987	13.551	448	2.387	1.349	17.735
1988	13.706	358	2.799	1.674	18.537
1989	15.972	565	2.907	2.038	21.482
VI. PLAN					
1990	22.581	520	3.264	2.737	29.102
1991	21.007	592	3.430	2.819	27.848
1992	23.082	776	3.217	3.269	30.344

KAYNAK:M.K. AYDIN, a.g.c., s.71.

**TABLO 20: Dış Turizm Gelirlerinin GSMH'ya Oranı**

	ELDE EDİLEN TOPLAM DIŞ TURİZM GELİRİ (bin dolar)	ELDE EDİLEN TOPLAM GELİRİN YARATTIĞI TOPLAM KD. (bin dolar)	DIŞ TURİZM GELİRLERİNİN GSMH'YA ORANI (Yıllık Ort. Değerler itibariyle) (binde)	YARATILAN KD'İN GSMH'YA ORANI (binde)
I. PLAN	55.88	37.104	1.2	0.8
II. PLAN		190.769	4.5	3.1
III. PLAN		640.743	5.2	3.5
IV. PLAN		1.192.000	6.4	4.3
V. PLAN		6.283.600	%2.85	%1.92
VI. PLAN (ilk üç yıllık)		6.410.000	%2.96	%2

**TABLO 21: Turizmde Elde Edilen Döviz Girdilerinin Ödemeler Dengesine Katkısı**

I. KALKINMA PLANI	%2
II. KALKINMA PLANI	%5.3
III. KALKINMA PLANI	%6
IV. KALKINMA PLANI	%4.5
V. KALKINMA PLANI	%9.8
VI. KALKINMA PLANININ ( ilk üç yıllık)	%11.3

Kaynak: M.K. AYDIN, a.g.e., s.74

**TABLO 22:** Turizmden Kaynaklanan Döviz Çıktılarının Toplam Döviz Çıktıları İçindeki Payı

---

I. KALKINMA PLANI	%3.4
II. KALKINMA PLANI	%3.7
III. KALKINMA PLANI	%3.7
IV. KALKINMA PLANI	%1.1
V. KALKINMA PLANI	%2.3
VI. KALKINMA PLANININ ( ilk üç yıllık)	%2.2

---

Kaynak: M.K. AYDIN, a.g.e., s.81.

**TABLO 23:** Turizm Yatırımlarının Toplam Sabit Sermaye Yatırımları İçerisindeki Payı

---

<b>PLANLI DÖNEM</b>	<b>PAY (%)</b>
I.BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1963-1967)	1.3
II.BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1968-1972)	2.1
III.BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1973-1977)	1.0
IV.BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1979-1983)	0.6
V.BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI (1985-1989)	2.8
VI.BEŞ YILLIK KALKINMA PLANININ ( ilk üç yıllık) (1990-1994)	4.4*

---

Kaynak : ANATOLIA Turizm ve Kültür-Sanat Dergisi, Sayı:2, Yıl:1, Şubat 1990, s.5.



**TABLO 24:SEKTÖRLER İTİBARI İLE SABİT SERMAYE YATIRIMLARI (TOPLAM)**  
(CARİ FİYATLARLA YÜZDE DAĞILIM)

	TARIM	MADENCİLİK	İMALAT	ENERJİ	ULAŞTIRMA	TURİZM	KONUT	EĞİTİM	SAĞLIK	DİĞER HİZMETLER	TOPLAM
1963	14.0	3.3	34.7	4.1	13.5	0.4	16.2	5.5	1.1	7.3	100.0
1964	16.1	3.7	28.5	5.7	12.9	0.5	17.4	7.2	1.6	6.3	100.0
1965	16.3	5.1	24.1	5.6	13.0	0.6	21.4	6.0	1.8	6.2	100.0
1966	14.2	5.2	25.0	5.9	14.9	0.6	20.4	5.6	1.7	6.4	100.00
1967	15.4	3.5	27.4	6.0	14.2	0.5	19.9	5.3	1.6	6.1	100.0
1968	15.0	2.6	28.4	6.9	14.0	0.9	18.9	5.6	1.5	6.2	100.0
1969	13.1	2.5	29.5	7.3	14.0	0.8	20.6	4.4	1.5	6.4	100.0
1970	11.0	2.8	31.4	7.9	13.8	0.8	21.9	3.8	1.2	5.5	100.0
1971	10.3	2.8	34.0	6.3	14.7	0.8	20.1	3.8	1.2	5.8	100.0
1972	10.3	2.7	37.4	5.5	14.9	0.6	19.8	2.7	1.1	5.1	100.0
1973	10.2	3.0	34.0	5.5	16.4	0.8	20.4	3.0	0.9	5.9	100.0
1974	9.6	3.2	34.9	6.1	18.5	0.6	16.2	3.2	1.1	6.6	100.0
1975	10.0	3.2	36.2	6.1	17.8	0.5	15.5	3.2	1.1	6.3	100.0
1976	11.7	3.7	32.7	7.0	17.7	0.5	16.2	3.1	1.1	6.2	100.0
1977	11.4	3.7	31.0	7.2	18.5	0.7	16.6	2.5	1.0	7.4	100.0
1978	9.2	4.1	29.8	8.3	17.4	0.7	20.5	2.4	1.1	6.3	100.0
1979	7.1	4.4	27.2	11.3	17.3	0.7	23.6	1.9	1.0	5.5	100.0
1980	8.3	4.3	28.7	11.5	15.9	0.6	21.5	2.3	1.0	5.9	100.0
1981	11.2	5.9	27.5	13.2	18.2	0.6	13.3	2.5	1.3	6.3	100.0
1982	11.6	5.0	25.9	14.0	19.4	0.6	13.2	2.6	1.2	6.5	100.0
1983	11.3	5.5	23.8	14.5	20.9	0.7	13.1	2.6	1.0	6.6	100.0
1984	10.6	5.5	23.1	13.3	21.7	1.1	14.4	2.1	0.9	7.3	100.0
1985	7.8	6.3	21.1	13.0	23.8	1.4	14.3	2.6	0.9	8.6	100.0
1986	6.8	4.4	19.7	14.5	23.0	2.3	16.1	2.3	1.0	9.9	100.0
1987	7.8	2.9	15.7	12.7	23.9	2.6	21.2	2.7	1.1	9.4	100.0
1988	7.2	2.9	15.1	13.5	19.7	3.2	26.3	2.9	1.1	8.1	100.0
1989	6.9	2.2	13.6	14.6	19.2	4.0	28.2	3.1	1.3	6.9	100.0
1990	6.9	2.2	17.5	10.1	22.0	4.0	25.1	3.4	1.7	7.1	100.0
1991	7.5	2.3	17.3	8.6	24.1	4.0	23.0	3.4	1.9	8.0	100.0
1992	6.6	2.2	17.4	9.3	23.4	3.3	23.5	3.7	2.2	8.2	100.0
1993	6.9	1.9	17.3	7.7	22.9	3.5	24.4	4.1	2.4	8.8	100.0

KAYNAK: 6. Plan Ekonomik ve Sosyal Göstergeler, s.14.

TABLO 25: TÜRKİYE'NİN CARİ İŞLEMLER DENGESİ

(Milyon\$)

<u>YILLAR</u>	<u>DIŞ TİCARET DENGESİ</u>	<u>TURİZM DENGESİ</u>	<u>CARİ İŞLEMLER DENGESİ</u>
I. PLAN			
1963	-320	-13	-327
1964	-126	-14	-110
1965	-108	-10	-75
1966	-228	-14	-158
1967	-162	-14	-114
II. PLAN			
1968	-268	-9	-222
1969	-264	-5	-214
1970	-360	4	-171
1971	-494	21	-109
1972	-678	45	-7
III. PLAN			
1973	-769	79	485
1974	-2.246	42	-719
1975	-3.339	46	-1.881
1976	-3.168	-27	-2.301
1977	-4.042	-64	-3.384
1978	-2.311	128	-1.418
IV. PLAN			
1979	-2.808	186	-1.186
1980	-4.999	212	-3.210
1981	-4.232	278	-2.052
1982	-2.988	261	-1.058
1983	-2.990	292	-1.828
1984	-2.942	271	-1.407
V. PLAN			
1985	-2.975	770	-1.008
1986	-3.081	637	-1.528
1987	-3.229	1.028	-806
1988	-1.777	1.997	-1.596
1989	-4.201	1.992	-966
VI. PLAN			
1990	-9.555	2.705	-2.625
1991	-7.340	2.062	258
1992	-8.191	2.863	-943

KAYNAK: M.K. AYDIN, a.g.e., s.79.

**TABLO 26: BELGELİ KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN SAHİP OLDUĞU YATAK KAPASİTESİNE BAĞLI OLARAK TURİZM SEKTÖRÜNDE İSTİHDAM EDİLEN İŞGÜCÜ (KİŞİ)**

YILLAR	YATAK SAYISI	KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İSTİHDAM EDİLEN İŞGÜCÜ	TURİZM SEKTÖRÜNDE İSTİHDAM EDİLEN TOPLAM İŞGÜCÜ	TURİZMDEKİ İSTİHDAMIN TOPLAM İSTİHDAMA ORANI (%)
<b>I. PLAN</b>				
1963	-	-	-	-
1964	-	-	-	-
1965	-	-	-	-
1966	-	-	-	-
1967	-	-	-	-
<b>II. PLAN</b>				
1968	-	-	-	-
1969	-	-	-	-
1970	32.114	35.325	105.975	0.7
1971	34.628	38.091	114.273	0.8
1972				
<b>III. PLAN</b>				
1973	38.528	42.381	127.143	0.9
1974	40.895	44.985	134.955	0.9
1975	44.957	49.453	148.359	1.0
1976	47.307	52.038	156.114	1.0
1977	50.379	55.417	166.521	1.1
1978	52.385	57.624	172.872	1.1
<b>IV. PLAN</b>				
1979	53.956	59.352	178.056	1.2
1980	56.044	61.648	184.944	1.2
1981	58.242	64.066	192.198	1.3
1982	62.372	68.609	205.827	1.3
1983	65.934	72.527	217.581	1.4
1984	68.266	75.093	225.279	1.4
<b>V. PLAN</b>				
1985	85.995	94.595	283.785	1.8
1986	92.129	101.342	304.026	1.9
1987	106.21	116.835	350.026	2.1
1988	122.31	134.537	403.611	2.4
1989		160.694	482.082	2.7
<b>VI. PLAN</b>				
1990	173.23	190.55	571.65	3.2
1991	200.68	220.746	662.238	3.6
1992	205.99	226.593	679.779	3.7

KAYNAK: M.K. AYDIN, a.g.c., s.102.

**TABLO 27: HİZMETLER SEKTÖRÜ İSTİHDAMINA BAĞLI OLARAK TURİZM SEKTÖRÜNDE İSTİHDAM EDİLEN İŞGÜCÜ (BİN KİŞİ)**

YILLAR	TOP. İSTİH.	HİZ. SEK. İSTİ. ED. İŞGÜCÜ	TURİZM SEK. İSTİH.ED. İŞGÜCÜ	TURİZMDEKİ İSTİH. TOP. İSTİHDAMA ORANI (%)
<b>I. PLAN</b>				
1963	12.829.3	1.851.1	259.1	2.0
1964	12.946.9	1.951.5	273.2	2.1
1965	13.047.5	2.038.2	285.3	2.2
1966	13.435.3	2.229.7	312.1	2.3
1967	13.738.9	2.375.0	332.5	2.4
<b>II. PLAN</b>				
1968	13.409.0	2.556.0	357.8	2.7
1969	13.814.0	2.739.0	383.4	2.8
1970	13.682.4	2.679.4	375.1	2.7
1971	13.843.3	2.797.8	391.6	2.8
1972	14.036.9	2.940.7	411.7	2.9
<b>III. PLAN</b>				
1973	14.256.0	3.101.2	434.2	3.0
1974	14.470.3	3.268.4	457.6	3.2
1975	14.696.3	3.442.3	481.9	3.3
1976	14.938.5	3.631.4	508.4	3.4
1977	15.121.3	3.774.2	528.4	3.5
1978	15.249.3	3.885.7	544.0	3.6
<b>IV. PLAN</b>				
1979	15.238.8	3.916.1	548.2	3.6
1980	15.231.3	3.940.5	551.7	3.6
1981	15.367.9	4.034.5	564.8	3.7
1982	15.467.0	4.130.3	578.2	3.7
1983	15.577.0	4.125.5	577.6	3.7
1984	15.776.2	4.391.7	612.0	3.9
<b>V. PLAN</b>				
1985	15.955.1	4.512.6	631.7	4.0
1986	16.243.7	4.705.2	658.7	4.1
1987	16.316.0	4.933.0	690.6	4.2
1988	16.550.0	5.174.5	724.4	4.4
1989	18.013.0	6.701.0	938.1	5.2
<b>VI. PLAN</b>				
1990	18.047.0	6.611.0	925.5	5.1
1991	18.669.0	6.788.0	950.3	5.1
1992	18.462.0	7.590.0	1.062.6	5.7

KAYNAK: M.K. AYDIN, a.g.c., s. 103.

**TABLO 28: Türkiye’de Sektörlerin İstihdam İmkânı Sağlama Gücü**

Yatırım Konusu	Bir Kişilik İş İmkânı Sağlamak İçin Gerekli Yatırım Miktarı (Milyon TL)
Ham petrol üretimi	240.8
Kimyasal Gübre	91.6
Enerji	65.0
Demir-Çelik	45.0
Çimento	40.8
Un ve Unlu ürünler	20.8
Meyve/İşletme İşleme	20.5
Alkolsüz içkiler sanayi	12.9
Motorlu taşıtlar	12.6
Dokuma	12.1
Elektrikli aletler	9.9
Ayakkabı sanayi	3.3
Turizm (Otelcilik) sanayi	1.5

Kaynak: Hasan OLALI-Alp TİMUR, a.g.e., s.103.

### H-PLANLI DÖNEMLERE İLİŞKİN GENEL DEĞERLENDİRME

Dış turizm gelirleri, planlı dönemin başlangıç yılı olan 1963 yılına göre 1992 yılında tam 474, ihracat gelirleri yaklaşık 39 kat artmıştır. Bu gelişmelere paralel olarak 1963 yılında %2.1 seviyesinde olan dış turizm gelirleri ihracat oranı, 1992 yılında %24.7 seviyesine yükselmiştir. Bu gelişme, turizmin Türkiye ekonomisi ölçeğinde ulaştığı büyüklüğü ortaya koyan önemli bir göstergedir.

1963 yılına göre 1992 yılında toplam döviz girdilerinin yaklaşık 70 kat arttığını görmekteyiz. Ve en yüksek artış, aktif kalemler itibariyle, yaklaşık 474 kat ile turizm gelirlerinden meydana gelmiştir. Bu iki yıl

arasındaki artış oranları; ihracatta 39.4 kat, işçi gelirlerinde 333 kat, diğer gelirlerde 207 kat olarak gerçekleşmiştir.

1963-1992 yılları arasında toplam döviz girdilerinin bileşiminde şu değişimler yaşanmıştır. İhracat gelirlerinin payı %88.9 seviyesinden %50.6 seviyesine düşmüş, buna rağmen turizm gelirlerinin payı +%1.9 seviyesinden %12.4 seviyesine, işçi gelirlerinin payı %1.8 seviyesinden %10.2 seviyesine, diğer gelirlerin payı %9.2 seviyesinden %26.2 seviyesine yükselmiştir.

Sonuç olarak; 1963 yılına göre 1992 yılında dış aktif turizm gelirlerinden elde edilen döviz girdilerinin, toplam döviz girdileri içindeki payını 10.5 puan arttırmış olmasıdır. Başka bir deyişle; bu dönemde turizm gelirlerinin cari işlemler dengesinin aktifine olan katkısı 10.5 puan artmıştır.

1963 yılına göre 1992 yılında toplam döviz çıktıları yaklaşık 39.9 kat artmıştır. Bu dönemin artış oranları ithalatta 32.5 kat, turizmde 359 kat, faiz ödemelerinde 133 kat olmuştur. Toplam döviz çıktıları içinde ithalat giderlerinin payı, %92.8'den, %76.1'e; turizm giderlerinin payı %2.8'den, %2.6'ya düşerken; dış borç faiz ödemelerinin payı %3.2'den, %10.6'ya; diğer çıktıları payı da %1.1'den %10.7'ye yükselmiştir. Tablo 18'de de görüldüğü gibi turizmden kaynaklanan döviz çıktılarının toplam döviz çıktıları içindeki payı oldukça düşüktür. Ve yıllar itibariyle fazlaca değişmemiştir. Bu nedenle turizmin ödemeler dengesi üzerindeki olumsuz etkilerinin yok denecek kadar az olduğunu söyleyebiliriz. Turizmin ödemeler dengesi bilançosuna getirdiği yük sağladığı katkıyla kıyaslanmayacak kadar önemsizdir.

Turizm dengesinin II. Plan döneminin tamamı ve III. Plan döneminin son iki yılı istisna olmak kaydıyla sürekli fazlalık veriyor ve böylelikle dış ticaret dengesinde adeta kronikleşen açığın kapatılmasına hizmet ediyor olması dikkat çeken önemli gelişmedir.

Türkiye turizminde 1985 yılından sonra belirginleşmeye başlayan gelişmelerin arkasında, bu tarih itibariyle uygulamaya konan özendirmeler bulunmaktadır. Bu özendirmeler, turizm yatırımlarını çok hızlı bir şekilde uyarılmış ve bunun sonucunda uluslararası turizmden, ihracat gelirlerinin yaklaşık dörtte biri kadar gelir elde eden bir Türkiye tablosu ortaya çıkmıştır.

1963 yılına göre 1992 yılında (1988 fiyatlarıyla) toplam sabit sermaye yatırımları yaklaşık 1.7 kat artarken, turizm yatırımlarının artış oranı yaklaşık 37.5 kat olmuştur. Ulaştırma yatırımlarının toplam sabit sermaye yatırımlarına oranı; I. Kalkınma Planı döneminde %14.6 seviyesinde iken, III. Kalkınma Planı döneminin ilk üç bölümünde %23.4 seviyesine çıkmıştır.

1985 yılından sonra turizm yatırımlarına aktarılmaya başlanan kaynaklar, bu tarihten önce imalat sanayi yatırımları için kullanılan kaynaklardı. Dolayısıyla 1980'li yıllarda ulaştırma sektörüne yapılan sabit sermaye yatırımları bir yandan sektörde üretilen katma-değer miktarına ekonominin genel büyüme hızı kazandırırken, bir yandan da turizme yönelik üst yapı yatırımlarını dolaylı bir biçimde uyarılmış ve dış aktif turizm gelirlerini arttırmıştır. Bu yatırımların turizm gelirlerinde sağlanan büyüme üzerinde etkili oldukları her ne kadar kabul edilebilir bir iddia ile de özellikle 1980'li yıllarda imalat sanayi sektörünü geri plana çekerek hizmetler sektörünü ve dolayısıyla bu çerçevede turizm sektörünü öne süren iktisat politikalarının oynadığı rolü unutmamak gerekir. Ancak bu politikalar, turizm sektörüne yönelik olarak sadece bir tür dolaylı teşvik öngörmekteydi. Bu nedenle sözkonusu politikaların, dış aktif turizm gelirleri açısından bugün ulaşılan sonucu tayin etme gücü sınırlı kalmıştır. Turizm sektörünün sadece altyapısının hazırlanmasına katkıda bulunan bu dolay teşviklerden ziyade özellikle 1980'li yıllarda sektöre yönelik olarak kanalize edilen doğrudan teşvikler, ifade edilen turizm yatırımlarını uyararak, dış turizm gelirlerini ihracat gelirlerinin dörtte biri seviyesine ulaştıran esas faktörlerdir.

Son olarak, planlı dönem boyunca “Gelişen dünya turizm harcamalarından daha fazla pay alabilmek” ve ödemeler bilançosu açıklarına alternatif gösterilerek gelişmesini beklemek şeklinde, turizm politikamızı özetleyebiliriz.

## II-GÜNÜMÜZDE TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNÜN GENEL GÖRÜNÜMÜ

Turizm sektörü, günümüzde doğal, tarihi, kültürel ve rekreasyonel kaynaklara dayanmaktadır. Bu bakımdan ele alınınca turizm sektörünün ülkenin doğal kaynaklarını kullanmaya en uygun sektörlerden biri olduğu ve Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için önemi daha iyi anlaşılacaktır. Ülkemizde turizm son yıllarda gelişmeye başlamış bir sektördür. Özellikle de yatırımcıların turizm olayına kazanç sağlanabilecek bir sektör olarak bakmaya başlamalarından bu yana, bu alandaki yatırımlar hız kazanmıştır.<sup>71</sup>

Türk turizm sektörü yapısı son yıllarda hızla değişmiştir. Büyük yabancı tur operatörleri ve yerel operatör ortaklıkları gerçekleşmiş, yatay ve dikey bütünleşme artmış ve turizmle doğrudan ilgili olmayan yerli sermaye ve turizm dışı firmalar örneğin banka, inşaat ... vb. turizm sektörüne yatırım yapmıştır. Bu değişimler uluslararası turizmin gelişen ülkedeki uzantılarının yapılaşma sürecini yansıtmaktadır.

Ülkemizde, Avrupalı turistlerin talep ve isteklerine uygun kıyı turizmi yani kitle turizmi geliştirilmiştir.<sup>72</sup> Türkiye kitle turizmine uygun arz ve olanakları yarattığı için yabancı turist talep profili değişmiş, turist profili tatilci turistlere dönüşmüştür. Değişim kendiliğinden değil, dışsaldır. Turist profili ve turizm sektörünün yeni yapısı, yabancı firma yatırımlarının ve varlığının artmasının, yabancı turist profiline uygun hizmet ve işgücünün firma düzeyinde ülkeye ithalinin sonucudur.

<sup>71</sup>Filiz SUSAR, *Kalkınma Dergisi*, 1994, s.8. (Makale)

<sup>72</sup>Kitle Turizmi; Kıyılarda nokta gelişme olarak yaratılır ve belli bir bölgede yoğunlaşır. Bu tür turizmin kıyı bölgeleriyle sınırlı bir turizm olması nedeniyle, diğer bölgelere ekonomik etkisi azdır. Buna karşın yatırım ölçekleri ve operasyon büyüktür.



Yerli turizm firmaları, hızlı turizm gelişimine ayak uyduramamıştır. Çünkü kitle turizmine büyük firma grupları hakimdir ve yabancı firmaların yönlendirdiği turizm talebi Türkiye'ye dışsaldır.

Yabancı firmalar Türkiye'de yatırım riski üstlenmeksizin geniş bir ekonomik faaliyet alanını etkilemekte ve yüksek karlar sağlamaktadırlar. Tur operatörleri Türkiye'de faaliyetlerini genişletmektedirler. Konaklama işletmelerinde yönetimin yabancı firmalara bırakılması, turist taşımacılığının yabancı havayollarınca yapılması, talebin yabancı tur operatörlerince yönlendirilmesi, yerel tur operatörlerinin denetlenmesi ülkemizde yabancı firmaların egemenliğinde bir endüstri yapısı oluşturmaktadır.

Türkiye'de turizm küçültülmeyecek bir yapı içindedir. Öncelikli turizm bölgelerinde, altyapı, yabancı turistlerin talebine uygun konaklama yatırımları yapılmış..., yerli ve yabancı firmalar ortaklıklar kurulmuştur. Yabancı firmalarla rekabet etmek üzere yurtdışında pazarlama organizasyonu gerçekleştiremeyen yerli firmalar Türkiye'nin turizm arzının satışında yabancı tur konaklama zincirlerine, turist taşımacılığında ise yabancı charter havayollarına bağımlı olmuştur.

Turizm sektörünün yeni yapısında turist çeken, gelişen ülke devletinin kamu planlayıcılarının çok az rolü olacağı düşünülmektedir. Yerli turizm endüstrisi ile uluslararası turizm endüstrisi arasındaki ilişkileri ve yeni endüstri yapısını; yerli firmaların gelişme düzeyi, turizm olanaklarının kalitesi, ürünlerin fiyatı, turizm endüstrisinin gelişmişlik düzeyi ve bütünleşme derecesi belirleyecektir. Kamu planlamacılar yerli turizm sektörünün gelişiminde katılımcı rol oynayarak sektörün bütünleşmesine, yasa düzenlemeleriyle yerli firmaların yurt dışındaki firmalarla bütünleşmesinde kolaylaştırıcı olabilir. Türk turizm sektörünün özerk gelişmesi, sahipliği kamu veya özel olsun, yerli

firmalarını yönetimindeki bütünleşmiş şirketlerin varlığına ve uluslararası pazarda etkinliğine bağlıdır.<sup>73</sup>

Türk turizm endüstrisinin sorunu, gerek konaklama gerekse seyahat işletmeciliği keimlerindeki yerli firmaların küçük sermaye yapısı zayıf, profesyonel olamamış aile şirketleri olmasıdır. Küçük ölçekli yerli firmalar yabancı firmalarla rekabet edememekte, işbirliği ve ortaklık kurulamamaktadır. Türk turizm sektöründe bazı holdingler ve bankalar hariz, bütünleşme yoktur. Türk turizmi ve sektördeki firmalar hızla gelişmiş, gelişimi dışsal olan ve talep kaynakları yurtdışına bağımlı bir endüstrinin sorunlarını yaşamaktadır.

Körfez Savaşı sonrasında dünya ölçeğinde turizm talebinin daralması Türk turizmini duraklatmıştır. Fakat daha sonraki yıllarda yaşanacak sorunların görülmesini çabuklaştırılmıştır. Savaş ve ekonomik durgunluk tüm ülkelerde turizm talebini ve endüstrideki firmaları olumsuz etkilemiştir.

Körfez Savaşı gibi konjonktürel nedenler dışında Türk turizmi gelişimini önümüzdeki yıllarda sürdürecektir. Bu görüşün nedeni, turizmin ekonominin geniş bir bölümünü etkilemesi ve Türk turizminde yabancı sermayeli ortaklıkların gerçekleşmesidir. Yabancı firmalar kâr etmek ve yatırımların sürekliliği için Türkiye'yi satmak ve ülkeye turist göndermek zorundadır.

Ayrıca önemli bir gelişme olarak kendisinden sözettiren 5 Nisan ekonomik kararlarının, Türk turizmi açısından bazı olumsuz etkileri olmuştur. Örneğin; turizm işletmelerinin kısa dönemde finansal açıdan çeşitli sorunlarla karşılaşmalarına yol açmıştır. Uygulanan devalüasyon politikaları Türk turizmi üzerinde olumlu etkiler yaratırken diğer yandan turizm sektöründe uygulanan fiyatların göreceli olarak düşmesi

<sup>73</sup>Ş.YARCAN, a.g.e., .165.

sonucunda, düşük gelir grubunda yeralan daha fazla sayıda yabancı turist ülkeye gelmeye başlamıştır. Böylelikle, bir yandan yüksek doluluk oranıyla çalışmaya karşılık diğer yandan turist başına harcama miktarında önemli bir artış gözlenmiştir...

Her ülkede olduğu gibi, Türkiye’de de ekonomik kazanç sağlamak amacıyla son olarak 10 yıllık dönemde turizm sektörüne daha çok önem verilmeye başlanmış ve turizm, Türk ekonomisinin lokomotif sektörü olarak benimsenmiştir. Bununla birlikte, Türk turizmi henüz istenilen düzeye ulaşmadığı gibi, ulusal ve uluslararası düzeyde kendini gösteren dalgalanmalar ve yapılan bazı teknik hatalar sonucunda istikrarsız bir gelişme hakim olmuştur. <sup>74</sup>

Daha sonraki bölümde incelenecek ise de yukarıda adı geçen hataların bazılarını günümüz koşullarını daha iyi değerlendirebilmemiz için açıklamanın yararlı olacağı kanısındayız.

Turizm sektörüne tahsis edilen kredilerin dengeli bir şekilde dağıtılmaması ve sözkonusu kredilerin amacına ulaşmaması sonucunda sermaye verimliliğinin düşük düzeyde seyretmesi <sup>75</sup> yatak kapasitesindeki artışa paralel tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine gereken önemin verilmemesi ve son olarak da Türk turizminin kontrolünün yabancı tur operatörlerine verilmesi yapılan hatalardan yalnızca birkaçıdır.

Son olarak yatak sayısı artarken, fiyatların düşmesi, turist sayısının azalması önemli bir sorunu işaret etmektedir. Herhangi bir sektörde, üretimde kalite ve arz artarken, sürümünde fiyat düşüyor ve talep azalıyorsa o sektörde krize neden olabilecek sorunlar yaşandığını gösterir.<sup>76</sup> Konaklama tesislerinin ve diğer yan kuruluşların sayısı her

<sup>74</sup>Metin KOZAK, ANATOLIA Turizm ve Çevre Kültürü Dergisi,, Yıl:3, 1994, s.20-24. (Makale)

<sup>75</sup>Fevzi OKUMUŞ, Verimlilik Dergisi, MPM Yay., Ankara 1994, s.165.

<sup>76</sup>Metin KAZAN, Dünya Gazetesi Eki., S. 09/03/1994, s.12.

geçen gün artmaktayken genellikle konaklama tesislerindeki bu artış plansız bir biçimde gerçekleşmekte turistik talep dikkate alınmamaktadır. Turistik talebi, turistin tatil amacı oluşturduğuna göre, konaklama sektöründeki yatırımların bu amaçları karşılayacak biçimde organize edilmesi gerekmektedir.<sup>77</sup>

### III- TÜRK TURİZM POLİTİKASINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Türkiye'nin izlemekte olduğu turizm politikasını iç ve dış faktörler (endojen ve eksojen faktörler) devamlı olarak etkilemektedir. Türkiye'nin turizm politikası incelenirken bu faktörlerin de neler olduğunu belirtmek yararlı ve gereklidir.<sup>78</sup>

#### A-İÇ ETKİLER

##### 1- Organizasyon ve Koordinasyon

Türkiye'de de diğer ülkelerde olduğu gibi turizm sektörü diğer sektörlerden çok daha fazla bir ölçüde koordinasyona ihtiyaç göstermektedir. Ayrıca bu koordinasyonun da etkili bir turizm organizasyonu tarafından sağlanması gereklidir. Turizm organizasyonu, turizm politikasının yürütücüsü, icracısı durumunda olan bütün kamu ve özel sektör kuruluşlarının tümüdür. Bu ayrı ayrı organizasyonlar içinde işbirliğinin sağlanması bütün bu örgütlerin turizm politikasının ortak hedeflerine birarada yönetilmeinin sağlanması sıkı bir koordinasyonu- işbirliğini gerekli kılar. Bu nedenle kalkınma planı ve yıllık programlarda belirtilen koordinasyon ve organizasyon tedbirlerinin gerçekleştirilmesi, bu tip iç etkileri olumlu duruma getirecek yoldur. Mevcut organizasyonların düzenlenmesi, yenilerinin kurulması, bazı

<sup>77</sup>Filiz SUSAR, a.g.e., s.9.

<sup>78</sup>Ayrıntı için bkz.; Türkiye'de Turizmin Geliştirilmesi Eko. ve Sos. Etüd. Kon. Hey. Genel Tartışma; a.g.e., s.68-69.

organizasyonlara yeni görev, yetki, sorumlulukların verilmesi yapılacka işler arasındadır.

## 2- Turizm Sektörü Dışından Gelen Etkiler:

Bu etkiler çok çeşitli olup zaman zaman büyük ölçüde Türkiye turizmini etkilemektedir. Özellikle ekonomik, sosyal hayatla ilgili olaylar, fikir tartışmaları, sosyal hareketler, politik olaylar bu arada özellikle dikkati çekmektedir. Ayrıca, deprem, su baskını vb. doğa olayları da içten gelen etkiler şeklinde ortaya çıkmaktadır. Kamu oyuna hızla ve derinden etkileyebilen her türlü kitle yayın araçlarının da turizm üzerine olumlu ve olumsuz etkileri görülmektedir. Bu etkiler özellikle basın kanalından gelmektedir. Trafik, asayiş ve emniyetle ilgili noktaların, kararların da turizme etkileri sık sık ve yakından görülmektedir.

## B- DIŞ ETKİLER

1- Uluslararası olayların, turizmi etkilemesi zaman zaman iç etkenlerden de daha fazla olmakta ve daha süratle ortaya çıkmaktadır. Bu etkenlerin başında, dünya konjonktürünün gelişmesi, mali ve ekonomik durum gelmektedir. Özellikle Türkiye turizminin pazarını teşkil eden Kuzey Amerika ve Avrupa kıtasında ortaya çıkan her türlü mali-ekonomik krizin Türkiye turizmine etkisine görülmektedir. Avrupa turizminde görülen bütün konjonktürel değişimler zincirleme bir etki ile Türkiye turizmine kadar uzanmaktadır. Üstelik mali-ekonomik krizlede ilk akla gelen dış turizm giderlerini frinlemek olduğundan her türlü kısıntı tedbiri direkt olarak turizme etkili olmaktadır. Gelecek dönemlerde de bu tip etkilerin ortaya çıkacağı doğal olduğundan, turizm politikasının çizilmesi ve yürütülmesinde ani karar ve karşı tedbir alabilme olanaklarının öngörülmesi zorunludur.

2- Dünyanın politik durumu, özellikle Orta Doğu buhranı, Türkiye turizmini geniş bir şekilde etkisi altında tutmuştur. Aynı zamanda Kıbrıs konusu da önemli bir örnektir. Türkiye'nin taraf olmadığı politik olayları ortaya çıkması halinde bile kamuoyunun, toplum psikolojisinin eğilim ve tepkisi turistik talep üzerine dönüşmekte, Orta Doğu'ya karşı bir turizm talebinin düşmesi halinde Türkiye'de bundan olumsuz bir şekilde etkilenmektedir.

3- Son olarak, sosyal gelişmeler, huzursuzlukların, gençlik hareketleri, grev vb. olayların da dış etkin olarak Türkiye turizmine etki gösterdikleri söylenebilir. Bu tip etkiler özellikle turistik talebi etkilemekte ve talepte düşmeye yol açmaktadır. Yurt dışında tatile gitme eğilimi yerini iç turizm olsa bile, bu çeşitli ülkelerin -bu arada Türkiye'nin- dış aktif turizmini olumsuz bir şekilde etkilemiş olmaktadır.

Sıralanan bu etkenlerin dışında diğer etkilerde mevcuttur ve bunların giderilmesi, hiç değilse etkilerinin azaltılması turizm politikasının bir başka görevini teşkil etmektedir.

#### **IV- TÜRK TURİZM POLİTİKASININ SORUNLARI**

Gerek iç ve dış etkiler nedeni ile gerekse mevcut durumdan ortaya çıkan birçok problem nedeni ile Türkiye'nin turizm politikasında bazı darboğazlar, tikanıklıklar vardır. Bunları belirli kriterlere göre sınıflandırmak ve problemleri şu şekilde sıralamak mümkündür.

##### **A-TURİZM BİLİNCİ KONUSU**

Turizm ve turiste karşı gösterilen tutumun, ilginin davranışların bütünü turizm bilincini teşkil eder ve bu konu Türkiye'de genellikle geleneksel misafirperverlik anlayışı nedeniyle olumludur. Ancak normal

ticari açıdan işlenmesi ve değerlendirilmesi, sosyal yapının olumlu bir şekilde getirilmesi de gerekmektedir. Toplum yaşayışı, düzeninde modern turizm hareketlerinin niteliğine uygun bir gelişmenin sağlanması, gerekmektedir.

## **B- TURİZM EĞİTİMİ VE ÖĞRETİMİ**

Halk kitlelerinin, tahil gençliğinin turizm bilgisi ile donatılması, mesleki ve teknik öğretim bünyesinde turizm sektörü için personel ve idareci yetiştirilmesi ve nihayet akademik yönden turizm etüdlerinin yer alması Türkiye için hep yepyeni konulardır. Turizm işletmeciliği de Türkiye'nin ekonomik ve ticari hayatında yepyeni bir branştır. Bütün bu nedenlerle kalifiye personel ve idareci problemi mevcuttur. Türkiye'e verilen turizm eğitimi eğer turizmin sadece yararlarını düşünen ve devamlı büyüyeceğini varsayan bir eğitim felsefesine göre programlanırsa turizm için ödenecek fiyatlar sonuçta ödenemez olur.

## **C- DÖVİZ GELİRLERİNİN ARTTIRILMASI**

Türkiye'nin dış turizmden elde ettiği gelirler, henüz turizm potansiyeline paralel ve aynı ölçüde değildir. Diğer taraftan turist başına tüketim de henüz düşük bir seviyededir. Bu nedenle döviz gelirlerinin arttırılması problemi vardır ve bunun çözümlenmesi de turizm politikasının en önemli hedef ve ilkelerinden birisidir.

## **D- KONSANTRASYON (YOĞUNLAŞTIRMA) KONUSU**

Konsantrasyon, yoğunlaştırma konuu yatırımlar ve tanıtma politikası yönlerinden ele alınabilir. Bir yandan turistik yatırımların belirli yerlerde yoğunlaştırılması, altyapı olanakları tamamen gerçekleştirilerek tamamlanması ve kitle turizmine yönelmek, diğer yandan da turistik tanıtma ile belirli pazarlarda belirli yerleri lanse etmek,

tanıtmak gerekmektedir. Türkiye imajının da bir tatil, güneş, deniz ülkesi şeklinde yaratılması, turizm konusunda ihtisaslaşmaya gidilmei gerekmektedir.<sup>79</sup>

Türkiye'nin turizm politikası problemlerini bu şekilde genel ve özel olarak sıralamak mümkündür. Esasen turizm politikasının bütün tedbirleri de yukarıda belirtilen problemlerin, tıkanıklık ve eksikliklerin giderilmesi amacıyla alınmaktadır.<sup>80</sup>

## V- TÜRKİYE'DE TURİZM PLANLAMASI

Türkiye'de turizm politikasının esasları planlı bir çerçeve içinde düzenlenmiştir. Bu çerçeve turizm planlaması olup üç yönlüdür; ekonomik, sosyal ve fiziki planlama.

### A-EKONOMİK PLANLAMA

#### 1-Türk Plan Metodolojisi Ve Turizm

Daha önce değinildiği gibi, Türkiye'de ekonomik planlama üç kademedede ele alınmaktadır. 15 yıllık bir süreyi kapsayan "perspektif plan", "Beş yıllık planlar" ve "yıllık programlar" bu üç kademeyi teşkil etmektedir. Perspektif plan hedefleri içinde turizm sektörü ile politikası gözönünde tutulmaktadır. Beş yıllık planlar ise hazırlık, formülasyon,, tartışma, denge, kesin durum ve uygulama, izleme safhalarında turizm politikasını kapsamaktadır. Plan hedef ve stratejisinde turizm politikası yer almaktadır. Yıllık programların dış ödemeler kısmı ile sektör programları bölümünde, teşvik tedbirleri ve uygulama düzeni düzeni ile idger ilgili yerlerinde, turizm sektörü ile turizm politikası detaylı olarak incelenmekte, belirtilmektedir. Genellikle yıllık durum ve gelişmeler,

<sup>79</sup>T. AKOĞLU, a.g.e., s.34-37.

<sup>80</sup>Ayrıntı için bkz.; K. ÖZBİLGİ, a.g.e., s.8-11.



yıllık hedef ve projeksiyonlar, tedbir ve yatırımlar yer almaktadır. Ayrıca icra planında kamu sektörünün yerine getireceği tedbirler detaylı olarak belirtilir ve yıllık yatırım programında ise kamu sektörünün yapacağı turizm yatırımları tek tek yeni ve devam eden projeler şeklinde bütün detay bilgileri kapsayacak şekilde açıklanır. Bu şekilde yıllık programlar turizm politikasının en detaylı ve en kısa vadeli durum, hedef ve araçlarını kapsayacak şekilde formüle edilmektedir.

## 2- Safhalı Planlama ve Turizm

Türkiye'nin ekonomik politikası, safhalı planlama metoduna göre, çizilmekte, izlenmekte ve uygulanmaktadır. Safhalı planlama metodu şu etapları kapsamaktadır;

- a- Makro-ekonomik tahliller, iktisadi politia araç ve amaçlarının tespiti,
- b- Sektör programlarının düzenlenmesi,
- c- Proje çalışmaları,
- d- Tedbir çalışmaları
- e- Tutarlılık kontrolleri, ayarlamalar ve sentez.

Bütün bu etaplarda turizm sektörü, makro-ekonomik ve mikro-ekonomik açıdan ele alınmaktadır. Ödemeler dengesi, katma değer etkileri maro safhada incelenmekte, turizmin ektör gelişmesi beş yıllık projeler ile yıllık projeler tedbir ve diğer huuslara ilgili çalışmalar ise mikro seviyede ele alınmakta, makro hesaplara etkileri devamlı olarak incelenmekte, izlenmetedir.

Bunların dışında, Türkiye'nin ekonomik politikasının bütün tedbirlerinde turizmle direkt veya dolaylı olarak ilgili birçok husus mevcut olup, gerekli durumla da turizm sektörü de bu tedbirlere, uygulamalara, organizasyon konularına dahil edilmektedir.

Görüldüğü gibi turizm planlaması safhalar halinde, birbirini tamamlayan bir zincir, silsile içinde yürütülmekte teşekküllerle işbirliği,, fikir ve görüş alışverişi yapılmaktadır. Plan için Parlamento, Yıllık program için ise “Yüksek Planlama Kurulu”dur. Bu şekilde, politik görüş, hükümetin görüş ve düşüncesi de çizilen turizm politikasına ışık tutmakta gözönüne alınmaktadır.

Özetlersek, ekonomik anlamda ve milli kalkınma planı çerçevesinde ve yıllık program sınırları içinde turizm sektörünün planlanma amacıyla yapılan çalışmaları şu şekilde sıralayabiliriz:

- \* Mevcut turizm hareketlerinin detaylı olarak tebiti,
- \* Makro hedeflere göre arz ve talep durumunun tesbit ve kritiği,
- \* Pazar oluşturaları, turistik analizler, araştırma ve etüdler,
- \* Talep yapısındaki olası gelişmelerin analizi, tespiti,
- \* Arz kapasitesindeki gelişimin tespit ve araştırılması,
- \* İlk projeksiyonlar,
- \* İlk projeksiyonların makro denge ve hedefler, hesaplarla karşılaştırılması, ilk denge çalışmaları ve kritiği,
- \* Sektörlerarası ilişkiler yönünden turizm sektörünün arz/talep yapısının ve ilk projeksiyonların kritiği,
- \* Projeksiyonun düzeltilmesi, proje çalışmalarının etüdü, kritiği, değerlendirilmesi,
- \* Kesin talep projeksiyonları
- \* Kesin arz kapasitesi tespiti,
- \* Yatırım programlarının tespiti, yatırımların alt sektörler, yıllara ve bölgelere göre ayrımı,
- \* Turizm politikasının ilke ve hedeflerinin kesin olarak formüle edilmesi, son denge çalışmaları,

## B- SOSYAL PLANLAMA

Sosyal planlama açısından turizm sektörü genel olarak eğitim, sağlık, kültür, gençlik sorunları ve konut sektörlerinde zaman zaman özel araştırmalar yapılmak suretiyle veya gereken tedbirlerin belirtilmesi suretiyle ele alınmaktadır. Bu tedbir ve araştırmalar özellikle gençlik turizmi, müzeler ve eski yerlerle ilgili problemleri, konut-şehirleşme bölge, yerel problemlerle ilgilidir. Bütün bu çalışmalar Devlet Planlama Teşkilatı bünyesinde ve ilgili kuruluşlarca da yapılmaktadır.

## C- FİZİKİ PLANLAMA

Türkiye turizmindeki fiziki planlama çalışmaları yeni olup asıl amacı, turizm yatırımlarının belirli bölge ve yerlerde yoğunlaştırılması, altyapı ile üstyapı ilişkilerinin tam olarak tespiti, turizm gelişmelerinin, uygulamalarının tespit edilmesidir.

Metodoloji açısından, turizm fiziki planlama çalışmaları bölge planlama çalışmalarından hareketle veya bağımsız bölge planlarını turizme dayalı olarak yaparak ve yörelerde turistik gelişmeleri mekan içinde tespit etmek amacını taşımaktadır. Bu metodolojide ilk etapta 1/25.000 ölçeğine kadar indirilebilecek bir bölge ve alt-bölge araştırması, planı ortaya konmaktadır.

Bu etapta elde olunan plan, turizm dahil bütün diğer sektörlerdeki gelişme imkan ve durumlarını inceler, envanterini verir. Etüd olarak bir "entegre kalkınma bölgesel araştırmasıdır". Bunun sonucunda belirli yerler ve alt-bölgelerdeki yöreler birer "turistik gelişme için öncelik merkezi" olarak ortaya çıkarlar ve bu arada ikinci etapta 1/5.000 ölçeğine inen turistik planlar hazırlanır. Bundan sonraki etaplarda ise fizibilite ve rantbilite etüdlerini de kapsayan 1/1.000 ve 1/500 ölçeğinde yerleşme planları ortaya konur.

Türkiye’de turistik fiziki planlama çalışmalarından turizm politikası açısından beklenen amaçlar şu şekilde sıralanabilir:

a. Fiziki plan sonucu buna uygun olarak kamulaştırma yapılması, alt ve üst yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi, değerlendirme çalışmaları,

b. Sadece koruma, yatırım yapmaksızın rezerv alanlar tesis etmek, arsa stoğu, milli park kurulması, yeşil saha, orman koruma vs. çalışmaları,

c. Mevcut tesislerin, ortaya fiziki plana göre düzenlenmesi, tasfiyesi, yenilenmesi.

Görüldüğü gibi Türkiye’de turizm politikasının mekan içinde gerçekleşmesi geniş ölçüde fiziki planlama çalışmalarına bağlıdır. Bu çalışmalar, milli ekonomi plana ve onun ilkelerine uygun bir şekilde Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nca yürütülmekte, ayrıca özel yerli ve yabancı firmalar da turistik fiziki planlama çalışmalarında bulunmaktadır. İmar ve İskân Bakanlığı, Tarım Bakanlığı gibi kamu kuruluşlarının da aynı konuda daha genel ve kendi çalışma konularının turistik gelişmelerle ilgili bölümlerini ortaya koyan çalışmaları da vardır.

Sonuç olarak, Türkiye’de turizm planlaması çalışmalarının çeşitli kamu ve özel kuruluşlarca yapıldığı, bütün bu çalışmaların kalkınma planı ile yıllık programlar kanalı yoluyla birleştikleri ve esas gayenin turizm politikasının planlı bir şekilde çizilip, yürütülmesi olduğu söylenebilir.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup>T. AKOĞLU, a.g.e., s.37-41.

## VI- TÜRKİYE'YE İLİŞKİN TURİSTİK TALEP TAHMİNİ

### A-TREND ANALİZİ UYGULAMASI

Bu bölümde, daha önce ikinci bölümde teorik olarak kısaca açıkladığımız basit trend yönteminin nasıl uygulandığını göreceğiz. ele alacağımız ilk örnek genel turistik talebin en önemli göstergesi olan gelen turist sayısı ile ilgili bir örnektir.<sup>82</sup>

#### 1- Gelen Turist Sayısının Tahmini

Burada Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısını trend analizi ile tahmin etmeye çalışacağız. Örneğimizde kullanılacak olan zaman serisi verileri yani Türkiye'ye 1971-1994 döneminde gelen yabancı turist sayısı aşağıdaki Tablo'da verilmektedir.

TABLO Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı (Bin Kişi)

<u>Yıllar</u>	<u>Turist</u>	<u>Yıllar</u>	<u>Turist</u>
1971	926.0	1983	1625.1
1972	1034.9	1984	2117.1
1973	1341.5	1985	2614.9
1974	1110.3	1986	23.91.1
1975	1540.9	1987	28.55.5
1976	1675.8	1988	4172.7
1977	1661.4	1989	4459.2
1978	1644.2	1990	5389.3
1979	1523.7	1991	5517.9
1980	1288.1	1992	7076.1
1981	1405.0	1993	6500.6
1982	1391.7	1994	6670.6

<sup>82</sup>İ. ŞIKLAR, a.g.e, s.92.

Bilindiği gibi trend analizi, ilgili değişkenin (örneğimizde Türkiye'ye gelen turist sayısı) zaman içindeki eğilimini tespit etmek ve bu eğilime uygun olarak ileriye dönük tahminde bulunmaktır. 24 yılı kapsayan yukarıdaki zaman serisinin trend analizini gerçekleştirebilmek için ihtiyaç duyduğumuz diğer değişken zamanı simgeleyen değişkendir. (t). Bu değişken her yılı simgelemek üzere sıfırdan başlayan (1971 yılı için) ve ilgili zaman serisinin son gözlemi olan 1994 yılına gelinceye dek birer birer artan bir değişken olacaktır. Zamanı simgeleyen bu değişkeni trend doğrusundaki X değişkeninin yerine kullanarak, trend doğrunu hesaplayabiliriz. Tahmin edilecek olan lineer trend denklemi

$$Y = a + b(X)$$

şeklindedir. Burada Y trend analizine tabi tutulan değişkeni (turist sayısı), X trend değişkenini, a ve b ise hesaplamalar sonucu tahmin edilecek katsayıları ifade etmektedir. a katsayısı Y değişkeninin zamandan bağımsız olan bölümünü (daha teknik bir ifade ile trend doğrunun dikey eksenini kestiği noktayı), b katsayısı zamanın Y değişkeni üzerindeki etkisini simgelemektedir. a ve b katsayılarının hesaplanması için kullanılması gereken formüller şunlardır:

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Yukarıdaki eşitliklerde  $\sum$  ilgili serinin toplamını, n ise gözlem sayısını ifade etmektedir. Şimdi yukarıdaki toplam değerlerin hesaplandığı tabloyu oluşturalım:

<u>abs</u>	<u>Y</u>	<u>X</u>	<u>X<sup>2</sup></u>	<u>XY</u>
1971	926.0	0	0	0.0
1972	1034.9	1	1	1034.9
1973	1341.5	2	4	2683.0
1974	1110.3	3	9	3330.9
1975	1540.9	4	16	6163.6
1976	1675.8	5	25	8379.0
1977	1661.4	6	36	9968.4
1978	1644.2	7	49	11509.4
1979	1523.7	8	64	12189.6
1980	1288.1	9	81	11592.9
1981	1405.3	10	100	14053.0
1982	1391.7	11	121	15308.7
1983	1625.1	12	144	19501.2
1984	2117.1	13	169	27522.3
1985	2614.9	14	196	36608.6
1986	2391.1	15	225	35866.5
1987	2855.5	16	256	45688.0
1988	4172.7	17	289	70935.9
1989	4459.2	18	324	80265.6
1990	5389.3	19	361	102396.7
1991	5517.9	20	400	110358.0
1992	7076.1	21	441	148598.1
1993	6500.6	22	484	143013.2
1994	<u>6670.6</u>	<u>23</u>	<u>529</u>	<u>153423.8</u>
<b>TOPLAM</b>	67933.9	276	4324	1070391.3

a ve b katsayıları için verdiğimiz formüllerde, yukarıdaki toplam değerleri ve gözlem sayısını yerine koyarsak aşağıdaki sonuçları elde ederiz.

$$a = \frac{n\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n\sum X^2 - (\sum X)^2} = \frac{(4324)(67933.9) - (276)(1070391.3)}{24(4324) - (276)^2}$$

$$a = 60.9$$

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2} = \frac{24(1070391.3) - (276)(67933.9)}{24(4324) - (276)^2}$$

$$b = 251.4$$

Buna göre trend denklemi  $Y = 60.9 + 251.4(X)$  olarak yazılacaktır. Şimdi elde edilen bu eşitlikten yararlanarak Türkiye için, örneğin 1995 yılına ilişkin gelecek turist sayısını tahmin edelim. Öncelikle zamanı simgeleyen  $X$  değişkeninin 1995 yılı için alacağı değer 24 olacaktır. (1994 yılı için tablodaki değer 23 olduğuna göre ve zaman değişkeni doğrusal olarak birer birer arttığı için) Bu değeri yukarıda elde edilen trend doğrusunda  $X$ 'in yerine koyarsak;

$$Y = 60.9 + 251.4(24)$$

$$Y = 6094.5$$

olarak hesaplanır. Buna göre 1995 yılında Türkiye'ye gelmesi beklenen turist sayısı 6094.5 olarak tahmin edilmektedir. Hesaplamalarda kullanılan turist sayısı bin kişi olarak ifade edildiği için, bu rakamı bin ile çarparak gelmesi beklenen turist sayısının 6.094.500 kişi olacağını söyleyebiliriz. Yaptığımız bu projeksiyonu 2001 yılına kadar uzatırsak, Türkiye'ye gelecek turist sayısını yıllara göre aşağıdaki şekilde bulabiliriz:



**TABLO: 29** 1995-2001 YILLARI TURİSTİK TALEP TAHMİNİ

<u>YILLAR</u>	<u>X</u>	<u>60.9+251.4(X)</u>	=	<u>Y(BİN KİŞİ)</u>
1995	24	60.9+251.4(24)		6094.5
1996	25	60.9+251.4(25)		6345.9
1997	26	60.9+251.4(26)		6597.3
1998	27	60.9+251.4(27)		6848.7
1999	28	60.9+251.4(28)		7100.1
2000	29	60.9+251.4(29)		7351.5
2001	30	60.9+251.4(30)		7602.9

## 2.ORTALAMA TURİSTİK HARCAMA MİKTARININ TAHMİNİ

Şimdi başka bir örneği ele alarak turist başına ortalama harcama miktarını trend analizi ile tahmin etmeye çalışalım. Türkiye’de 1972-1994 dönemi için gerçekleşen turist başına ortalama harcama miktarları ABD doları (\$) bazında aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**TABLO:30** 1971-1994 Ortalama Turistik Harcama Miktarları (\$)

YILLAR	ORTALAMA HARCAMA	YILLAR	ORTALAMA HARCAMA
1971	67.9	1983	253
1972	100.2	1984	396.8
1973	127.8	1985	566.9
1974	174.4	1986	508.1
1975	130.4	1987	602.8
1976	107.7	1988	564.5
1977	123.3	1989	573.4
1978	140.1	1990	598.4
1979	184.2	1991	481.1
1980	253.6	1992	514.3
1981	271.3	1993	609.1
1982	266.1	1994	647.8

Bu noktada, a ve b katsayılarının hesaplanmasında kullanılacak değerleri oluşturalım. Bu tablo aşağıda verilmektedir.

<u>obs</u>	<u>y</u>	<u>x</u>	<u>x<sup>2</sup></u>	<u>xy</u>
1971	67.9	0	0	0.0
1972	100.2	1	1	100.2
1973	127.8	2	4	255.6
1974	174.4	3	9	523.2
1975	130.4	4	16	521.6
1976	107.7	5	25	538.5
1977	123.3	6	36	739.8
1978	140.1	7	49	980.7
1979	184.2	8	64	1.473.6
1980	253.6	9	81	2.282.4
1981	271.3	10	100	2.713.0
1982	266.1	11	121	2.927.1
1983	253	12	144	3.036.0
1984	396.8	13	169	5.158.4
1985	566.9	14	196	7.936.6
1986	508.1	15	225	7.633.5
1987	602.8	16	256	9.644.8
1988	564.5	17	289	9.596.5
1989	573.4	18	324	10.321.2
1990	598.4	19	361	11.369.6
1991	481.4	20	400	9.628.0
1992	514.3	21	441	10.800.3
1993	609.1	22	484	13.400.2
1994	647.8	23	529	14.899.4
TOPLAM	8263	276	4324	126.489.4

a ve b katsayılarını hesaplayabilmek için, yukarıdaki tabloda belirlenen değerleri ilgili formüllerde yerine koyarsak;

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} = \frac{(4324)(8263) - (276)(126480.2)}{24(4324) - (276)^2} = \frac{820677}{27600}$$

$$a = 29,7$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} = \frac{(24)(126480.2) - (276)(8263)}{24(4324) - (276)^2} = \frac{754936.8}{27600}$$

$$b = 27,3$$

Buna göre ilgili trend denklemi  $Y = 29,7 + 27,3 (X)$  olarak yazılacaktır. Elde edilen bu eşitlikten yararlanarak Türkiye’de 1995 yılında gerçekleşecek turist başına ortalama harcama miktarını \$ olarak tahmin edelim. Önceki örnekte olduğu gibi 1995 yılı için trend değişkeni 24 değerini alacaktır.  $(23+1=24)$  Bu değeri yukarıda elde edilen trend denkleminde yerine koyarsak;

$$Y = 29,7 + 27,3(24)$$

$$Y = 684,9$$

elde edilecektir. Buna göre 1995 yılında Türkiye’ye gelecek turistlerin herbiri ortalama olarak 684.9 \$ harcayacaklardır. Aşağıdaki tabloda bu tahminin 2001 yılına kadar ekstrapolasyonu görülmektedir.

**TABLO:31 1995-2001 YILLARI ORTALAMA TURİST HARCAMA TAHMİNİ**

<u>Yıllar</u>	<u>X</u>	<u>29,7+27,3(X)</u>	=	<u>Y(\$)</u>
1995	24	29,7+27,3(24)		684.9
1996	25	29,7+27,3(25)		712.2
1997	26	29,7+27,3(26)		739.5
1998	27	29,7+27,3(27)		766.8
1999	28	29,7+27,3(28)		794.1
2000	29	29,7+27,3(29)		821.2
2001	30	29,7+27,3(30)		848.5

Yukarıda verilen iki örnekte trend analizi yöntemiyle Türkiye'ye gelmesi beklenen yabancı turist sayısını ve ortalama olarak bir turistin kaç dolar harcayacağını tahmin etmeye çalıştık. Bu iki tahminden yola çıkarak, çok basit bir yöntemle yabancılardan elde edilecek toplam turist geliri hesaplamamız mümkündür. Bir turistin yapacağı ortalama harcama miktarını ve gelecek turistik sayısını bildiğimize göre, toplam uluslararası turistik geliri hesaplayabilmek için bu ikisini çarpmak yeterlidir. Bu işlemlerin sonuçları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**TABLO:32 1995-2001 YILLARI TOPLAM ULUSLARARASI TURİSTİK GELİR TAHMİNİ**

<u>Yıllar</u>	<u>Ort.Har.(\$)</u>	<u>Turist Sayısı</u>	<u>Ulus.Tur.Gel.(Bin \$)</u>
1995	684.9	6094.5	4174123
1996	712.2	6345.9	4519549.9
1997	739.5	6597.3	4878703.3
1988	766.8	6848.7	5251583.1
1999	794.1	7100.1	5638189.4
2000	821.2	7351.5	6037051.8
2001	848.5	7602.9	6451060.6

Yukarıda ele alınan turistik talep tahminine ilişkin örnekler çerçevesinde, örneğin 2000 yılında Türkiye'ye gelmesi beklenen turist sayısı 7.351.500 kişi, aynı yıl için bir turistin ortalama olarak yapacağı harcama miktarı ise, 821.2 \$ ve Türkiye'nin 2000 yılındaki toplam uluslararası turizm geliri 6 milyar \$ olarak tahmin edilmiştir.

## B-REGRESYON ANALİZİ UYGULAMASI

Trend analizleri turistik talebi simgeleyen bir değişkenin geçmiş dönemdeki durumunu inceleyerek gelecek döneme ilişkin tahmin yapmamıza olanak sağlıyordu. Ancak bilindiği gibi, turistik talep sadece zamandan etkili olmaktadır. Bu durumda talebi etkileyebilecek diğer faktörlerle talep arasındaki ilişkiyi saptamak üzere regresyon analizi kullanılacaktır.

Daha önce kısaca değindiğimiz Regresyon analizinde bir bağımlı değişken ve bağımsız değişken veya değişkenler bulunur. Regresyon analizi, "bağımsız değişkenlerdeki değişimin bağımlı değişkende meydana getirdiği değişikliği ölçmek amacıyla kullanılan bir yöntem" olmaktadır. Regresyon analizinde bir tane bağımlı değişken bulunuyorsa buna tek değişkenli regresyon, birden fazla bağımsız değişken kullanılıyorsa buna çok değişkenli regresyon adı verilmektedir. Regresyon analizinde de, trend analizinde kullanılan yöntem kullanılmaktadır. Çok değişkenli regresyon analizinde bilgisayar kullanımı ve ayrıntılı istatistik ve ekonometrik bilgi gereklidir. Biz sadece tek değişkenli regresyonu ele alacak ve belirlilik (determinasyon) katsayısının elde edilmesini ve yorumunu inceleyeceğiz.

Buna göre burada ele alınacak analiz biçiminde, trend analizinde kullanılan en küçük kareler yöntemi tek değişkenli regresyon denklemi için uygulanacaktır. Bu yöntemde genel gösterelim.

$$Y = a + bX + u$$

şeklindedir. Tahmin edilecek a ve b katsayıları için kullanılacak formüller aşağıdaki gibidir.

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Belirlilik katsayısı ise;

$$R = \left( \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \right)^2$$

şeklinde hesaplanacaktır. Belirlilik katsayısı bize, denklemin tahmininde kullanılan bağımsız değişkenlerin (Xi) bağımlı değişkende (Y) gözlenen değişimleri açıklama gücünü gösterir. Belirlilik katsayısı mutlaka pozitifdir ve 1'den küçüktür. Örneğin belirlilik katsayısı (genellikle R<sup>2</sup> ile gösterilir.) 0.90 gibi bir değer alıyorsa bu, bağımlı değişkende gözlenen değişimlerin %90'nın kullanılan bağımsız değişkenler aracılığıyla açıklanabileceğini ifade eder.<sup>83</sup>

### **Döviz Kuru- Gelen Turist Sayısı İlişkisinin Saptanması**

Turistik talebi belirleyen faktörlerden birisinin döviz kuru olduğunu biliyoruz. Talebi ifade etmek ve döviz kurunun gelen turist sayısını kullanalım ve döviz kurunun gelen turist sayısı üzerindeki etkisini belirlemeye çalışalım. Bu amaçla kullanacağımız döviz kuru 1 ABD Doları'nın TL. cinsinden yıl sonu değeri olacaktır. Aşağıdaki tabloda

<sup>83</sup>İ. ŞIKLAR, a.g.e., s.101.

1984-1994 yılları arasında Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı (bağımlı değişken-Y), \$/TL. döviz kurları (bağımsız değişken-X) ve regresyon denkleminin ve belirlilik katsayısının hesaplanmasında kullanılan değerler yer almaktadır.

<u>abs</u>	<u>X</u>	<u>Y</u>	<u>XY</u>	<u>X<sup>2</sup></u>	<u>Y<sup>2</sup></u>
1984	442.5	2117.1	936817	195806	4482113
1985	574.0	2614.9	1500953	329476	6837702
1986	755.9	2391.1	1807433	571385	5717360
1987	1018.4	2555.5	2908041	1037139	8153880
1988	1813.5	4172.7	7567192	3288782	17411426
1989	2317.4	4459.2	10333750	5370343	19884466
1990	2917.1	5389.3	15775020	8567915	29044552
1991	5074.8	5517.9	28002238	25753594	30447220
1992	8555.9	7076.1	60542408	73203432	50071192
1993	14458.0	6500.6	93985680	209033760	42257800
1994	38418.0	6670.6	256271110	1475942724	44496904

Tabloda hesaplanan değerler a ve b katsayılarını ifade eden formüllerde yerine konduğunda;

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} = \frac{(1803294324)(4796) - (76355.5)(479630610)}{11(1803294324) - (5830162380)} = 3792.72$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} = \frac{11(479630610) - (76355.5)(49796)}{11(1803294324) - (5830162380)} = 0.105$$

Buna göre regresyon doğrusu denklemi  $Y = 3792.72 + 0.10(X)$  olmaktadır. X değişkeni pozitif işarete sahip olduğu için \$/TL. kuru ile Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı (yani turistik talep) arasında doğru yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmektedir. Kur arttıkça, yani TL. Dolar karşısında değer kaybettikçe, Türkiye'ye gelen turist sayısı artmaktadır.

Kurdaki 1 TL.'lık artış gelen turist sayısının 105 kişi artmasına neden olmaktadır. Şimdi tahmin edilen bu eşitliğin gelen turist sayındaki değişikliği açıklama gücünü incelememiz gerekir. Bunun için hesaplamamız gereken katsayı belirlilik katsayısıdır. Yukarıdaki tabloda elde edilen değerler ilgili formülde yerine konduğunda;

$$R^2 = \left( \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \right)^2$$

$$R^2 = 0.42$$

olarak elde edilmektedir. Elde edilen belirlilik katsayısına ( $R^2$ ) göre Türkiye'ye gelen turist sayısında gözlenen değişmelerin %42'si \$/TL kurunda gözlenen değişmelerle açıklanabilmektedir. Bu ilişki çok güçlü olmamakla beraber, döviz kuru ile gelen turist sayısı arasındaki ilişki döviz kuru değişkeninin turistik talepte mutlaka gözönüne alınması gerektiğini ifade eder.

Elde edilen bu eşitliğin tahmin amacıyla nasıl kullanılabilceği ise, trend analizlerinde yapılan işlemde farklı değildir. Örneğin 1995 yılı sonunda \$/TL. kuru 50.000 TL. olursa, Türkiye'ye gelecek turist sayısını tespit edebilmek basittir. Bunun için tahmin edilen eşitlikte X yerine 50.000 değerini koyarak gereken hesaplamaları yaptığımızda,

$$Y = 3792.72 + 0.10(50.000)$$

$$Y = 8792.72$$

sonucu elde edilmektedir. 1\$=50.000 TL. olduğunda Türkiye'ye gelmesi beklenen turist sayısı 8.5 milyon kişiyi geçmektedir. 1994 yılı sonunda Türkiye'ye gelen turist sayısının 6.670.600 kişi olduğu düşünülürse bu tahminin gerçekçi olduğunu söylemek mümkündür.



## SONUÇ

Gelişmekte olan ülkelerin iktisadi kalkınmaları büyük ölçüde döviz faktörüne bağlıdır. Bu nedenle öncelik verdikleri ve önemle üzerinde durdukları sahalarda içerisinde döviz kazandırıcı faaliyetler özel bir önem kazanmaktadır. Bu ülkelerin, geleneksel tarım ekonomisinden sanayi ekonomisine geçişlerinde büyük miktarlarda dövize gereksinim vardır. Bu nedenle ihracat ve dış borçlanma yoluyla karşılanacak dövize ek olarak döviz kazandırıcı faaliyetlerin, teşviki zorunluluk haline gelmiş bulunmaktadır. Sanayileşmenin finansmanı için gerekli döviz şeklinde ifade edilen bu ihtiyaç nedeni ile, turizm sektörü alternatif bir duruma gelmiştir.

Turizmin döviz kazandırma yönü, bir çeşit ihracat şekli olması ile ilgilidir. Turizmden elde edilen gelirler görünmeyen ihracat turistlere satılan her türlü mal ve hizmet ek ihracat olarak kabul edilmektedir.

Turizmin döviz kazandırıcı bir faaliyet olarak diğer döviz kazandırıcı faaliyetler ile karşılaştırılmasından ve sahip olduğu avantajlardan şu sonuçlara varmak mümkündür.

-Gelişmekte olan ülkelerin ihracatları büyük ölçüde hammaddelerden meydana gelmekte ve bu ülkelerin ihracat fiyatları üzerinde etkili bir söz hakkı bulunmamaktadır. Buna karşılıklı, turistik ürünlerin fiyatları üzerinde belirleyici bir kontrole sahiptirler.

-Gelişmekte olan ülkelere üretimin sınırlı oluşu, mal ihracatı miktarlarını da sınırlamaktadır. Turizm yoluyla sağlanan ek ihracat

ihracatın çeşitlenmesine sebep olarak döviz arzını arttırır yönde etki etmektedir.

Turizm pazarları, hammadde ihraç pazarlarına göre daha istikrarlıdır.

İthalat için gerekli döviz sağlamada ve bu anlamda dış ödemeler bilançosunun dış ticaret açıklarını gidermede olumlu etkiler meydana getirmektedir.

Turizmin dış ödemelerdengeğine ve milli gelire olan moneter ekonomik etkilerinin yanısıra ekonomideki iş hacminin genişlemesi, diğer sektörleri uyarmak suretiyle canlandırılması gibi makro ekonomik karakterde özellik taşıyan ve ticari işletmelerin yoğunlaşmasına yol açan ve bunun yanısıra ülkede fiziksel ve bürokratik altyapının gelişmesine katkıda da bulunmak gibi reel ekonomik etkileri de vardır. Bir ülke ekonomisi bakımından, turizmin döviz kazancı sağlama yönü ne kadar önemli ise reel ekonomik etkileri de yani, altyapıya katkısı, bölgeler arası dengesizliğin giderilmesine katkısı diğer ekonomik sektörlerdeki ticari faaliyetlerin hareketlilik kazanmasına katkısı, istihdam olanaklarıyla işsizliğin azaltılmasına katkısı gibi gelişmeler de önemlidir.

Bu noktada turizmin iki özelliği, bize göre Türkiye'nin işsizlik ve gelir dağılımı dengesizliği sorunları açısından önem arzettiği için daha ayrıntılı olarak belirtilmelidir. Bu özelliklerden birincisi, "gerek ülkeler arasında gerekse herhangi bir ülkenin coğrafi bölgeleri arasında gelir transferi sağlayan iktisadi mekanizmalardan biri olduğu; ikincisi ise; otomasyona ve makineleşmeye pek az olanak veren emek-yoğun bir üretim tekniği" içeriğidir. Turizm bir yandan bölgelerarası gelir transferi yapacak, diğer yandan da sektörde emek-yoğun üretimin hakim olması nedeniyle turistik meydana getirmekte bunun yanında turizm sektörüne mal ve hizmet veren yan sektörlerde de yeni iş imkanları sağlayarak

dolaylı istihdam etkisi meydana getirmektedir. Fakat, bu noktaya gelinmeden önce ekonomide kendi kendini sürekli besleyen bir büyüme mekanizmasının bir şekilde ortaya konmuş olması gerektiğini unutmamak gerekir.

Türkiye şartlarında turizmin tek başına ekonomik büyümeyi sağlayan dinamik ve sürükleyici bir sektör olarak algılanması pek uygun değildir. Turizm başka sektörlerin öncülüğünde -ki bu sektör imalat sanayi kabul edilmektedir- gerçekleştirilen büyümenin kalkınmaya dönüştürülmesi aşamasında iç dinamiklerine başvurulması gereken bir sektördür. Turizmin, bu kavrayış çerçevesinde ele alınarak geliştirilmesi, daha sağlıklı sonuçlar verecektir.

Günümüzde turizm politikası ekonomik ve sosyal gelişmeler karşısında yeni bir boyut kazanmış, örgütlenmiş toplumlarda özellikle devlet tarafından turistik gelişmenin gidişine bilinçli olarak müdahale etmek şekline bürünmüştür. Turizm politikasının başarı koşulları ülkenin ekonomik, sosyal ve hukuki şartlarının dikkate alınıp, gerekli düzenlemelerin bu doğrultuda yapılması, turizm endüstrisi ile kamu yönetimi arasında etkin bir diyalogun sağlanması, önlemlerin bir bütünlük içinde alınması olası yan etkilerin ve tepkilerin önceden değerlendirilmesi turizm politikasının bir felsefi esasa dayanması gerektiğidir.

Planlama hakkında yapmış olduğumuz açıklamalar göstermektedir ki, ülkenin siyasal ve ekonomik yapısı çerçevesinde turizm sektörü içinde büyüme planlarına ihtiyaç vardır. Turizm planlaması, turizm sisteminin daha iyi anlaşılabilmesini sağlamak ve turizm faaliyetleri ile etkilerini daha iyi sonuç verir hale getirmek için yapılmalıdır. Turizm planlamasında ülke koşulları yanında, ulusal ve uluslararası turizm hareketlerinin ülke turizmindeki payını planın ekonomik, sosyal ve fiziki planlarla bağlantısını turistik verilerin

bugünkü ve geçmiş dönemdeki analiz sonuçlarını politikacı ile planlamacı arasındaki ilişkileri teşvik önlemlerinin bütünlüğünü, tutarlılığını, planlı düzeltme yapabilme olanaklarını son olarak da en son bilgi ve teknolojiden yararlanmayı gerektirmektedir. Kamunun turizmi planlama ve destekleme işlerinin ülkenin bölgesel ve yerel turizm kuruluşlarıyla koordineli olarak yürütülmesi gerekir.

Konuya Türkiye açısından bakıldığında; Planlı dönem boyunca “Gelişen dünya turizm harcamalarından daha fazla pay alabilmek” ve ödemeler bilançosu açıklarına alternatif gösterilerek gelişmesini beklemek şeklinde, turizm politikamızı özetleyebiliriz. Türkiye’de turizm denilince, dış turizm anlaşılması zaman zaman kalkınma planlarında yer almasına rağmen yerli turizm ihmal edilmiştir. Kalkınma planlarımızda yer alan ilkeler ve tedbirlere bakıldığında ağırlığın turizmin arz yönüyle olduğu ve turizm talep yönünden ihmal edildiği gözlenmektedir.

Türkiye turizminde 1985 yılından sonra belirginleşmeye başlayan gelişmelerin arkasında bu tarih itibariyle ortaya konan özendirmeler bulunmaktadır. Bu özendirmeler turizm yatırımlarını çok hızlı bir şekilde uyarmış ve bunun sonucunda uluslararası turizmden ihracat gelirlerinin yaklaşık dörtte biri kadar gelir elde eden bir Türkiye tablosu ortaya çıkmıştır. 1985 yılından sonra turizm yatırımlarına aktarılmaya başlanan kaynaklar, bu tarihten önce imalat sanayi yatırımları için kullanılan kaynaklardı. Dolayısıyla 1980’li yıllarda imalat sektörü geri plana çekilerek hizmetler sektörünü dolayısıyla turizm sektörünü öne süren iktisat politikaları, turizm yatırımlarının büyüme üzerinde etkili olmasına neden olmuştur.

Ülkemizde Avrupalı turistlerin talep ve isteklerine uygun kıyı turizmi yani kitle turizmi geliştirilmiştir. 5 Yıllık Kalkınma Planlarında önem verilmiş, kitle turizmine uygun arz ve olanaklar yaratıldığı için yabancı talep profili değişmiş, turist profili tatilci turistlere dönüşmüştür.

Turist profili ve turizm sektörünün yeni yapısı yabancı firma yatırımlarının ve varlığının artmasının, yabancı turist profiline uygun hizmet ve işgücünün firma düzeyinde ülkeye ithalinin bir sonucudur.

Ülkemizde yerli turizm firmaları, hızlı turizm gelişim ve ayak uyduramamıştır. Çünkü kitle turizmine büyük firma grupları hakimdir ve yabancı firmaların yönlendirdiği turizm talebi Türkiye'ye dışsaldır. Bazı holdingler ve bankalar hariç bütünleşme yoktur. Dışa bağımlılık artmıştır.

Burada belirtilmesi gereken bu noktada, planlarda ağırlık verildiğini söylediğimiz kitle turizmi, kıyılarda nokta gelişme olarak yaratılır ve belli bir bölgede yoğunlaşır. Bu tür turizmin kıyı bölgeleriyle sınırlı bir turizm olması nedeniyle, diğer bölgelere ekonomik etkisi azdır. Buna karşın yatırım ölçekleri ve operasyon büyüktür.

Türkiye'de ekonomik kazanç sağlamak amacıyla son 10 yıllık dönemde turizm sektörüne daha çok önem vermeye başlanmış ve turizm ekonomisinin lokomotif sektörü olarak benimsenmiştir. Bununla birlikte Türk turizmi kendisini gösteren dalgalanmalar ve hatalar sonucunda istikrarsız bir gelişme göstermiştir. Turizm sektörüne tahsis edilen kredilerin dengeli şekilde dağıtılmaması ve sözkonusu kredilerin amacına ulaşmaması sonucunda sermaye verimliliğinin düşük düzeyde seyretmesi yatak kapasitesindeki artışa paralel tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine gereken önemin verilmemesi ve son olarak da Türk turizminin kontrolünün yabancı tur operatörlerine verilmesi yapılan hatalardan yalnızca birkaçıdır. Konaklama tesislerinin ve diğer yan kuruluşların sayısının her geçen gün artarken, genellikle konaklama sektöründeki bu artış plansız bir biçimde gerçekleşmekte turistik talep dikkate alınmamaktadır. Turistik talebi, turistlerin tatil amacı oluşturduğuna göre, konaklama sektöründeki yatırımların bu amaçları karşılayacak biçimde organize edilmesi gerekmektedir.

Türkiye'nin izlemekte olduğu turizm politikası iç ve dış faktörler tarafından devamlı olarak etkilenmektedir. Dış etkilere özellikle Avrupa turizminde görülen bütün konjonktürel değişimler zincirlerine bu etki ile Türkiye turizmine kadar uzanmaktadır. Körfez Savaşı sonrasında dünya ölçeğinde turizm talebinin daralması, Türk turizmini duraklatmıştır. Fakat daha sonraki yıllarda yaşanacak sorunların görülmesi çabuklaştırmıştır. Körfez Savaşı gibi konjonktürel nedenler dışında Türk Turizmi gelişimini önümüzdeki yıllarda da sürdürecektir. Bu görüşün nedeni, turizmin ekonominin geniş bir bölümünü etkilemesi ve Türk turizminde yabancı sermayeli ortaklıkların gerçekleşmesidir. Yabancı firmalar kâr elde etmek ve yatırımlarının sürekliliği için Türkiye'yi satmak ve ülkeye turist göndermek zorundadır.

Türk turizm politikasında gerek iç ve dış etkiler nedeni ile gerekse mevcut durumdan ortaya çıkan birçok problem nedeni ile bazı darboğazlar ve tıkanıklıklar vardır. Türkiye turizm bilinci geleneksel misafirperverlik anlayışı nedeniyle genelde olumludur. Ancak ticari açıdan işlenmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Turizm işletmeciliği yeni gelişen bir branştır ve kalifiye personel ve idareci problemi mevcuttur. Türkiye'nin dış turizmden elde ettiği gelirler henüz turizm potansiyeline paralel ve aynı ölçüde değildir. Diğer taraftan turist başına tüketimde henüz düşük bir seviyededir. Bu nedenle döviz gelirlerinin arttırılması problemi vardır ve bunun çözümlenmesi de turizm politikasının en önemli hedeflerinden birisidir.

Son olarak yaptığımız trend analizine dayanarak 1995 yılında Türkiye'ye gelmesi beklenen turist sayısı 6.094.500 kişi olarak ve gelecek turistlerin herbirinin ortalama olarak 684.9 \$ harcama yapacakları hesaplanmıştır. Türkiye'nin 1995 yılındaki toplam uluslararası turizm gelirleri de 4 milyar 175 milyon \$ olarak tahmin edilmiştir.

Regresyon analizimiziniz sonuçlarına göre elde ettiğimiz 1995 yılı sonunda \$/T.L. kuru 50.000 TL. olursa, Türkiye'ye gelecek turist sayısı, 8,5 milyon kişiyi geçmektedir. 1994 yılı sonunda Türkiye'ye gelen turist sayısının 6.670.600 kişi olduğu düşünülürse bu tahminin gerçekçi olduğunu söylemek mümkündür. Yine analizimizde elde ettiğimiz belirlilik katsayısına ( $R^2$ ) göre, Türkiye'ye gelen turist sayısında gözlenen değişmelerin %42'si \$/T.L. kurunda gözlenen değişmelerle açıklanabilmektedir. Bu ilişki çok güçlü olmamakla birlikte döviz kuru ile gelen turist sayısı arasındaki ilişki döviz kuru değişkeninin turistik talepte mutlaka gözönüne alınması gerektiğini ifade etmektedir.

## KAYNAKÇA

1. Prof. Dr. Hasan OLALI, "Dış Tanıtım ve Turizm" T.C. İş Bank. Yay., Ankara, 1983
2. Prof.Dr.İsmet BARUÇUGİL, "Turizm İşletmeciliği", İst. 1989.
3. Doç.Dr. Ergün GÖKSAN, "Turizmoloji", İzmir, 1978.
4. O. Kemal AĞAMOĞLU, Türkiye'de Turizm Eğitimi ve Etkinliği, MPM Yay. 489, Ankara 1991.
5. Doç. Dr. İsmet BARUTÇUGİL, "Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri", İstanbul, 1986.
6. Mehmet ÖZDEMİR, Araş.Eğ.Bşk.'lığı Turizm Nedir?, İnc Araş. Dizisi:1, Ankara, 1991.
7. Dr. Tunay AKOĞLU, Türkiye'de Turizmin Geliştirilmesi, Eko. ve Sos. Etüdler Konf. Heyeti, İzmir Uluslararası Seminer Tebliğleri, İstanbul, 1989
8. Dr. Ziya ERALP, Genel Turizm, Ank. Üniv. Basın-Yayın Y.O. Yayınları:3, Ankara, 1983.
9. Münir KULTATA, Turizm Pazarlaması ve Turizmde Aracı Kuruluşlar (Basılmamış Doçentlik Tezi), İ.Ü.İ.F. İstanbul, 1974.
10. Erdoğan ALKIN, İktisat, İ.Ü.İ.F. Yay. No:341, İstanbul, 1974.
11. Hasan OLALI, Turizm Teorisi ve Politikası, İzmir Ticaret Odası Yay. No:71, 1963.
12. Hasan OLALI-Alp TİMUR, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, ENKA 1985 Yılı Ekonomi Dalı Birincilik Ödülü, İzmir, 1986.
13. O. Kemal AĞAOĞLU, Turizm Yatırımlarında Kaynak Kullanımı ve Verimlilik Sorunları, MPM Yay.520, Ankara, 1984.
14. Tefvik ERTÜZÜN, İktisat Politikası Modelleri, İstanbul, 1984.



15. Orhan İÇÖZ, Turizmin Bölgesel Ekonomik Etkileri ve Kuşadası Örneği, 9 Eylül Üniv. SBE (Basılmamış Doktora Tezi), İzmir, 1987.
16. Adem ŞAHİN, İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, TOBB Yay., 1990
17. Mustafa K. AYDIN, Planlı Dönemde Türk Turizminin M.G., Ödemeler Dengesi ve İstihdam Üzerindeki Etkileri, İ.Ü., 1994.
18. Prof.Dr. Hasan OLALI, Turizm Politikası ve Planlaması, Ege Üniv., İzmir, 1982.
19. Dr.Ahmet Hamdi DEREKÖY, Turizm Endüstrisinde Kamu Desteği ve Türkiye Örneği, T.C. HDTM. Araş. ve İnc. Dizisi:22, 1993.
20. İlyas ŞIKLAR, Turizm Ekonomisi Ders Notları, Anadolu Üniv., Turizm ve Otelcilik İşl. Y.O.
21. Şükrü YARCAN, Turizm Endüstrisinin Yapısı, İstanbul, 1992.
22. Muzaffer UYSAL, Turizmde Talep Projeksiyon Modelleri Turizm Yıllığı 1985, Ankara, 1986.
23. A. KOUFSOYIANNIS, Ekonometri Kuramı, Ankara, 1989.
24. Kalkınma Planları (I-VI), DPT.
25. Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm İstatistikleri Bülteni, 1987.
- Ekonomik ve Sosyal Göstergeler (1950-1992), DPT.

## MAKALELER

- \*Dr. Özen DALLI,  
Turizm Gel. ve Eğit. Vakfı Genel Sekreteri,  
Dünya Gazetesi, Turizm ve Otelcilik Eki:11,  
09/03/1994.
- \* Metin KOZAK,  
Muğla Ün. Öğr. Gör., ANATOLIA Turizm ve  
Çevre Kültür Dergisi, Yıl:5, Sayı:3, 1994.
- \*Fevzi OKUMUŞ,  
Verimlilik Dergisi, MPM Yay. Özel Eki, Ankara,  
1994.
- \* Metin KAZAN,  
Dünya Gazt. Eki, 09/03/1994.
- \*Dr. İhsan ÇETİN,  
Bilkent Ün. Öğrt. Gör. ,ANATOLIA Dergisi,  
Sayı:3-4, 1990.
- \* Filiz SUSAR,  
İst. Ün. İşletme İk.Ens.Öğr.Gör., Kalkınma  
Dergisi, 1994.