

ENFLASYONUN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

Yard. Doç. Dr. Orhan İÇÖZ

Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulu

ABSTRACT

THE IMPACTS OF INFLATION ON THE TOURISM SECTOR

Orhan İÇÖZ, Assistant Professor
İzmir Vocational Training School
Dokuz Eylül University

High inflation is an important factor and obstacle affecting tourism demand and the tourism sector in developing countries. As known, international tourism demand is highly susceptible to changes from within (e. g. prices) and outside (e. g. global economic trends) the industry.

On the other hand, the inflationary consequences of tourism can arise in several different ways as well. Rich tourists can afford to buy items at high prices. Retailers, recognizing that their profit margins can be greatly increased by catering to tourists, increase their prices on existing products and provide more expensive goods and services. Inflation within destination areas is also caused by land values. Growth in the tourist trade creates additional demand for land.

The literature has not documented the extent to which inflationary price increases to residents are compensated by economic benefits, such as expanded employment and income.

Gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarında biri de, hızlı gelişme ile birlikte yükselen enflasyondur. Bu ülkeler, bir taraftan hızla kalkınabilmek ve büyümek için büyük bir çaba gösterirken, diğer taraftan da enflasyon oranlarını düşük tutabilme gayretini içindedirler.

Ülkemizi de son yıllarda yakından ilgilendiren enflasyon sorunu bütün ekonomik sektörleri olduğu gibi, turizm sektörünü de etkilemektedir. Bir ülkedeki mal ve hizmet fiyatlarının sürekli olarak artış göstermesi o ülkedeki iç ve dış turizm hareketlerini ve sektördeki faaliyet gösteren işletmeleri olumsuz olarak etkilemektedir.

— Turizm-enflasyon ilişkisi, genellikle iki açıdan değerlendirilmektedir. Öncelikle turizmin enflasyon üzerindeki etkileri ve daha sonra da ülkede var olan genel enflasyon ortamının turizm üzerindeki etkileri söz konusudur.

TURİZMİN ENFLASYON ÜZERİNE ETKİSİ :

Turizmin bir enflasyon faktörü olduğu yolunda birçok görüş vardır. Gerçekten de bir ülkede enflasyonun, para değerinin düşmesine ve fiyatlar genel seviyesinin yükselmesine yol açan dinamik bir olay olduğu düşünülürse, turizm sektörünün de turistik ihtiyaçları karşılamak için diğer sektörlerden yararlanmasının bu enflasyonist baskıyı artırdığı söylenebilir.

Turizm sektörünün taşıdığı özellikler nedeniyle, turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında meydana gelecek bir artış otomatikman bir enflasyon faktörü olacak ve bu fiyat artışları kısmen, kısa süre içinde coğrafik olarak yoğunlaşmış turistik akımlardan daha yüksek bir seviyeye akacaktır.

John M. Bryden Karibler'de yaptığı çalışmada turizmin yarattığı enflasyon nedeni ile bölge halkının ne bir ev almaya, ne de bir arazi almaya, artık paralarının yetmediğini ortaya koymuştur (1).

Turizmin bu enflasyonist karakteri hem yöre halkı, hem de ekonomi için önemli bir maliyet oluşturmaktadır. Bölgede artan toprak değerleri, bir anlamda arazi sahibi bölge halkına gelir sağlarken, diğer taraftan da tarım alanlarının kaybedilmesine neden olabilir (2). Özellikle ikincil konut yapılması amacıyla verimli tarım alanlarının yapılaşmaya açılması ve spekülatif faaliyetlere konu olması, ciddi bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Nitekim bir turistik bölgenin gelişmesi ve bu saye-

(1) John M. Bryden, *Tourism and Development*, The University Press, Cambridge, London, 1973, s. 94.

(2) H. Z. Doğan, M. Gürdal, O. İçöz, "The Harmfull Effects of Summer Residential Areas on Agriculture in Kuşadası", *Environmental Management for Developing Countries, Reprints of the Third Sempodium, Ervitek A. Ş. 1986*

de artan enflasyon, toprak değerlerinin de artmasına neden olur. Bu durumda turistik ticaretin genişlemesi ve büyümesi, toprağa olan talebin artmasına yol açar ve böylece toprağa yönelik potansiyel talepler arasında rekabet artar (3). Turistik bölgelerde yeni kurulacak olan oteller, tatil köyleri ve turistik tesisler, bir taraftan inşaat sektörüne kazanç imkânları yaratırken, diğer taraftan da arazi sahiplerine ve emlak bürolarına spekülâtif kazanç imkânı yaratır. Sonuç olarak artan toprak değerleri nedeni ile bölge halkı kendi malları için daha fazla vergi vermek durumunda kalır (4). Bu durumda yerli halk ellerinde bulunan taşınmaz ya kendisi çalıştırmak (örneğin, pansiyon, motel gibi) veya daha büyük kapital sahiplerine satmak zorunda kalabilir.

Turizm nedeniyle herhangi bir bölgede ortaya çıkan enflasyon ve fiyat yükselmeleri, bu bölgede turistik talebin yoğunlaşması nedeni ile kısa süreli ve bölge sınırları içinde kalıcı şekilde de gerçekleşebilir. Turizm mevsiminin sona ermesi ile birlikte fiyatlarda eski düzeyine inme eğilimi başlar.

Genellikle bir ekonomide üretilen mal ve hizmetlerin büyük bir bölümünün turizm sektörü tarafından kullanıldığı kabul edildiğinde, bu mal ve hizmet fiyatlarında turizm nedeni ile meydana gelen artışlar bölgesel açıdan dört grupta toplanabilir.

- * Tüketimdeki artıştan ileri gelen talep enflasyonu ✓
- * Maliyet artışından doğan enflasyon (maliyet enflasyonu) ✓
- * Hem talep enflasyonu, hem de üretim maliyetlerinin artışı ile ortaya çıkan enflasyonun aynı zamanda görülmesi, ✓
- * Yatırım-talep dengesizliğinin neden olduğu enflasyon. ✓

Turizmin fiyat artışlarına neden olduğu mal ve hizmetlerin tamamı bu olaydan aynı derece etkilenmemektedir. Çünkü turizm sektöründe tüketilen mal ve hizmetlerin bir kısmı doğrudan turizmle ilgili olarak kullanıldığı için güçlü bir şekilde etkilenirken, diğer bir kısım mal ve hizmetler dolaylı olarak kullanıldığı için zayıf bir şekilde etkilenir ya da yalnızca turistlere yönelik olarak sunulan mal ve hizmet fiyatlarındaki artışlar iç turizme dönük olmadığı için iç fiyatlara yansımacaktır (örneğin domuz eti tüketimi gibi). Yine örneğin, vazgeçilmez nitelikteki dayanıksız tüketim malları

(3) A. Mathieson-G. Wall, *Tourism : Economic, Physical and Social Impacts*, Burnt Mill, Harlow, Essex, Longman Inc. 1982, s. 86.

(4) Cleare A. Gunn, "Tourism Planning", Crane Russak Company Inc., New York, 1979, s. 14.

enflasyonist baskıdan derin bir şekilde etkilenirken, alternatifi bulunan ulaştırma araçları bu baskıdan fazlaca etkilenmez. Enflasyonist baskı, talep edilen mal ve hizmet-ünitelerinde stok bulunmaması, piyasada arz ve talebin dinamik dengesini engelleyen dinamik unsurların bulunması halinde artar (istatistikler Türkiye'de otelcilik sektöründe fiyat artışlarının, toptan eşya fiyat endekslerindeki artışlardan fazla olduğunu göstermektedir).

Turistik gelişmenin ek maliyeti olarak kabul edilen bu tür enflasyonist baskılar (5); bir taraftan turistik üretimde yararlanılan mal ve hizmet fiyatlarında, diğer taraftan da sektöre girdi veren diğer sektörlerdeki mal ve hizmet fiyatlarında artışlara neden olmaktadır.

ENFLASYONUN TURİZM SEKTÖRÜ ÜZERİNE ETKİSİ

Turizm sektöründe satılan mal ve hizmetler; konaklama, yeme-içme, ulaştırma, eğlence gibi arz faktörlerini meydana getirmektedir. Bu elemanlar gerek turistlerin tercihlerine, gerekse de ülkenin ekonomik yapısı ve doğal koşullarına göre ayrı birleşim gösterir. Arzı oluşturan elemanlardan her birinin fiyatındaki değişimler, bir taraftan tüketim kalıbını şekillendirirken, diğer taraftan da toplam arzın veya turizm hizmetinin satış fiyatını da değiştirir. Hizmetin bu yeni fiyatı karşısında talebin değişmesini iktisatçılar gelir ve ikâme etkileri ile açıklamaktadır.

Turizm piyasasında serbest rekabet koşulları içinde, fiyat esnekliğini etkileyen en önemli faktör; tatil ve seyahat maliyetinin tüketici bütçesindeki payı olacaktır. Ayrıca gösteriş arzusu ile turizm harcamalarında, tüketicinin davranışlarını ekonomide kayıtsızlık eğrileri ile doğrulama imkânı da yoktur. Böyle durumlarda turizm talebinin fiyat esnekliği azalır.

Ancak, böyle durumlar istisnai olduğundan ekonominin diğer sektörlerinde olduğu gibi, turizmde de fiyatlar yükseldikçe turizm talebinin düştüğü kabul edilmektedir. Fiyat artışlarının en önemli nedeni, bir ülkede var olan enflasyon ve bu enflasyonun fiyatlar üzerindeki baskısıdır.

Bilindiği üzere enflasyon, bir ekonomide para miktarının, yine o ekonomideki mal ve hizmetler miktarına göre daha fazla artması nedeni ile fiyatlar genel düzeyinde ortaya çıkan sürekli ve önemli

(5) B. H. Archer-P. G. Sadler, "The Economic Impact of Tourism in Developing Countries", *Annals of Travel Research*, n. 1 September-October, 1975

bir artış olarak tanımlanmaktadır (6).

Ekonomide para miktarının artması, genellikle devlet harcamalarının artması, banka kredilerinin artması, ücretlerin ve aylıkların yükseltilmesi, tarım ürünlerinin fiyatlarının devlet tarafından yüksek tutulması, piyasada para miktarının artması gibi parasal (moneter) nedenler yanısıra, piyasaya sürülen mal arzında görülen yetersizlikler, iklim koşullarının elverişsizliği nedeniyle tarımsal üretimin düşmesi, hammadde ve döviz yokluğu gibi nedenlerle fabrikaların eksik kapasite ile çalışmaları gibi genel ekonomik darboğazlar da enflasyonu yaratabilmektedir.

Turizm sektörü fiyat artışlarının yaygın olduğu dönemlerde enflasyondan önemli ölçüde etkilenmektedir. Bu durum, gerçekte fiyatların ve maliyetlerin sürekli artışı ile belirlenen enflasyonun bir sonucu olarak turizm sektörüne yansır. Genellikle turizmin en fazla etkilendiği enflasyon, talep ve maliyet enflasyonlarıdır. Turizmde maliyet enflasyonu bir taraftan devletin ekonomi politikası çerçevesinde üretim giderlerini saptarken uyguladığı fiyat artışları ile, diğer taraftan da konaklama, ulaştırma, seyahat acentelerinin girdilerindeki yatırım malları fiyatlarında meydana gelen artışlar, bu işletmelerde ücret artışları nedeniyle talep ettikleri zam ve fiyat artışlarından meydana gelir.

Turizm sektörünün enflasyondan etkilenmesi genellikle şu şekillerde görülür;

1. Konuya iç turizm açısından bakıldığı zaman, enflasyonist ortamda, artan fiyatlar turizm talebinin satın alma gücü üzerinde olumsuz etki yaparak gerçek (reel) gelirlerde bir düşme meydana getirir. Bu da, iç turizmde ve turistik tüketim harcamalarında düşmeye yol açar.

Dış turizm açısından ise, millî paranın değeri enflasyon oranına paralel olarak düşürüldüğü sürece dış turizm talebinin fazlaca etkileneceği söylenemez. Ancak enflasyon oranı devalüasyon oranından yüksek olursa ya da turistik ürünün fiyatı devalüasyon oranının üzerine çıkarsa, dış turizm talebinde de fiyata bağlı bir gerileme görülür.

2. Turistik mal ve hizmet üretiminde kullanılan girdi fiyatlarının maliyet enflasyonundan etkilenecek artması (enerji, hammadde fiyatları, reklam giderleri, pahalı yatırımlar, yüksek ücretler, işçilere sağlanan haklar gibi) faktör maliyetlerinin artmasına ve böylece turizm sektörünün etkilenmesine neden olur.

3. Özellikle lüks turizme yönelik ve zengin dış turistlere hizmet verebilecek kalitede konaklama tesislerinin yapılması durumunda, bu tesisler için

turistik yatırımlarda gerekli bazı girdilerin ithal edilmesi zorunludur. Bu da ithalat yapılan ülkelerdeki enflasyonist etkilerin ekonomiye ve dolayısıyla turizm sektörüne yansması sonucunu doğurur.

4. Enflasyonist fiyat artışları nedeniyle turizm talebinin belirli dönemlerde düşmesi, büyük maliyetlerle kurulan konaklama tesislerinin doluş oranlarının düşmesine, yatırımın geri dönme süresinin uzamasına ve kârlılığın azalmasına yol açar. Bu durum da, sektöre yatırım yapmayı düşünen girişimciler üzerinde caydırıcı etki yaratarak yatırımların azalmasına yol açar.

5. Ülkede enflasyon nedeniyle var olan fiyat istikrarsızlığı, dış turizm açısından da güvensiz bir ortamın yaratılmasına ve bu nedenle de potansiyel turizm talebi üzerinde caydırıcı etkiye yol açar.

6. Sektörde çalışanlar açısından enflasyon ortamında nominal ücretler yükseldiği halde, gerçek (reel) ücretler azalır. Bu da personel üzerinde tatminsizlik ve hoşnutsuzluk yaratarak iş verimliliğinin ve hizmet kalitesinin düşmesine yol açar.

7. Enflasyon, sektörde yapılacak prodüktif yatırımların yapılması yerine, en çok kâr getirecek olan yatırımlara yönelmesine yol açar ve böylece ekonomide kaynak dağılımının bozulmasına neden olur.

8. Enflasyon, ülkenin dış ticaretini de bozar. Döviz kurlarının sabit olduğu bir durumda iç fiyatların çok yükselmesi sonucu, dışarıdan gelecek mallar daha ucuz olacağından, ithalat eğilimi artar, ihracat azalır. Aynı şekilde dış pasif turizmde de gelişme görülür. Bu durum, dövizle ihtiyaç duyan ülkelerde ciddi sorunlar yaratır. Bu sorunları çözmek için de devalüasyona başvurulur.

SONUÇ

Sonuç olarak denebilir ki, turizm sektöründe cari olan fiyat hareketlerinin incelenmesi sonucu ortaya çıkan ortak görüşler, bu sektördeki fiyat hareketlerinin, diğer sektörlerdekinden daha dikkat çekici yükselmeler kaydettiği yolundadır. Turistik faaliyetlerin en canlı olduğu turizm sezonunda, turistik mal ve hizmet fiyatlarında yükselmeler olmakta ve bu yüksek fiyatlar gelecek yıl da yeni yükselmeler için bir baz teşkil edecektir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından, bu durum turizm alanında ciddi sorunlar yaratır. Öncelikle ülkenin uluslararası turizm piyasasında sahip olduğu ilgi ve çekicilik azalmaya başlar. Çünkü, fiyat herhangi bir turistik merkezin tercih edilmesini sağlayan tek unsur değildir, ama fiyatları düşük olan ülkeler turistler tarafından daha kolay tercih edilebilir.

(6) Teofik Pekin, *Makro Ekonomi; Para, Milli Gelir, İstihdam, İstiklâl Matbaası, İzmir, 1986, s. 49.*