

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN OLANAKLARI VE EKONOMİK FONKSİYONLARI

*İsmet Akova**

G İ R İ Ő :

Turizm sektörünün sahip olduğu pek çok fonksiyonu içinde «Ekonomik» fonksiyonları gün geçtikçe önemini arttırırken, bu olgu, turizmin dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerin başında yer almasına neden olmaktadır.

İnsanların boş zamanları ile tasarruflarını turizm sektöründe değerlendirme kararını almalarıyla birlikte, onların bu isteklerine cevap vermek üzere yatırım, tüketim, istihdam, ihracat ve kamu gelirlerini arttırmak gibi ekonomik boyutları bulunan turizm faaliyeti, ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların aşılmasında üzerinde önemle durulan bir sektör haline gelmiştir.

Turistler, ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalarıyla ekonomiye bir canlılık kazandırırken, ülkede harcadıkları dövizle kalkınma için ihtiyaç duyulan maddi imkanı yaratmış olurlar. Turizm gelirleri, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin GSMH'larının önemli bir bölümünü oluşturan hizmetler sektörü içindeki en büyük payı oluşturur. Sektör, bir yandan milli gelirin artmasında önemli bir rol oynarken, diğer yandan sağladığı döviz gelirleriyle ödemeler dengesi açığının kapanmasında etkili olur. Turizm endüstrisinden elde edilen gelirlerin bir diğer özelliği de, gerek dış ülkelerden alınan borç para, gerekse ülkede ye-

* Yard. Doç. Dr. İsmet Akova, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü öğretim üyesi.

tiştirilen tarımsal ürünler ve hammadde ihracından elde edilen gelirlerden daha önemli ayrıcalıklara sahip olmasıdır. Turistik mal ve hizmetlerin fiatları, alınan dış borç veya tarımsal ürünler ile hammadde fiatlarına göre, turizm ülkesi tarafından daha fazla kontrol edilme şansına sahiptir. Genellikle turizm sektöründen kazanılan her birim döviz için, diğer sektörler için, daha az döviz harcaması gerektirir.

Toplumsal ve ekonomik bir faaliyet olarak, büyük bir aşama içinde bulunan turizm sektörüne 1950 yılında 25 milyon kişi katılarak, 2 milyon dolarlık bir değerın dünyanın çeşitli ülkelerinin ekonomilerine girmesine neden olmuştur. 1970 yılına gelindiğinde uluslararası turizm hareketlerine katılanların sayısı 160 milyon kişiye, turizm gelirleri de 18 milyar dolara yükselmiştir. Günümüzde ise dünya turizm hareketine katılanların sayısı 550 milyon kişiye, dünya turizm gelirleri de 350 milyar dolara ulaşmıştır.

Dünya turizm sahnesinde görülen bu rakamlar çeşitli ülkelerin, özellikle de gelişmekte olan ülkelerin turizm sektörüne «kurtarıcı» gözüyle bakmalarına neden olmuştur. Henüz tam anlamıyla dünya turizmüne entegre olamamış ülkemiz, turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için sahip olduğu zengin doğal ve kültürel imkanlarını turizm sektöründe daha etkin bir şekilde değerlendirmek durumundadır. Böylece tatillerini deniz kenarında dinlenerek geçirmek isteyenlere olduğu kadar, doğa ile baş başa kalıp, yerli halkın kültürlerini daha yakından tanıma arzusundaki turistlerin isteklerine de cevap verebilecek imkanlarını devreye sokması gerekecektir.

Otomasyon ve mekanizasyona geçme imkanı sınırlı olan turizm endüstrisi, ülke ekonomisi için çok önemli olan istihdam sorununa çözüm getirmek gibi önemli bir işleve de sahiptir. Sektörün esas olarak emek-yoğun üretim tarzına sahip olması nedeniyle, dolaylı ve dolaysız istihdam yaratma gücü bulunur. Turizm endüstrisinde ihtiyaç duyulan mal ve hizmetleri sağlayan diğer sektörlerde yaratılan dolaylı, sektörün doğrudan kendi içinde (gerek yatırım gerekse işletme aşamalarında) neden olduğu dolaysız istihdam etkisiyle ülkedeki diğer sektörlerle sürekli olarak işbirliği içindedir.

Turizmin ekonomi içindeki etkileri, döviz kazandırmak ve yeni iş olanakları yaratmak dışında; dış borçların ödenmesi, yatırımların hızlanması ve devletin vergi gelirlerini arttırması gibi olumlu fonksiyonları bulunurken, fiatlar üzerinde enflasyonu arttırıcı etkisi, mevsimlik işsizliğe neden olması, kısmen yabancı işgücüne ihtiyaç duyması ve ithalatı arttırma eğiliminin bulunması gibi ekonomiyi olumsuz yönde etkileyebilecek fonksiyonlarının varlığını da gözardı etmemek gerekir.

1) Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Günümüzde hazırlanan kalkınma planlarında belirlenen hedeflere ulaşabilmesi için, en büyük önem sanayi sektörüne verilmele birlikte, kalkınmanın sağlanabilmesi için ülkenin sahip olduğu bütün olanakların seferber edilmesi öngörülmektedir. Bu itibarla ülkemizin uyguladığı kalkınma politikalarının asıl amacı, ödemeler dengesi açığının bir kısmının turizm gelirleriyle kapatılmasını öngörür. Hazırlanan kalkınma planları bu hedefi açıkça ortaya koymaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerin içinde buldukları en büyük sorun, çeşitli iş kollarının faaliyetlerinin devamını sağlamak üzere sürekli olarak ithalat yapmak zorunda bulunmalarıdır. Bu ise ülkenin daha fazla borçlanması anlamına gelir. Bu borç yükünden kurtulmanın tek yolu ihracat miktarını arttırmaktır. Dış satım ürünleri arttıkça elde edilen döviz miktarı yükseleceğinden, borçların ödenmesi kolaylaşacaktır. Gerçekte turizm bir ihraç ürünü değildir. Fakat ekonomik etkileri ihraç ürünlerinden olduğu gibidir. İhraç edilmek istenen bir mal yurt dışına gönderilmek durumundayken, turizm endüstrisindeki hizmetten yararlanmak isteyenler, turistik malın bulunduğu yere gelmek zorundadır. Turistik ürün ülkede kaldığı halde ihraç edilmiş gibi bir etki yaratmış olur. Bu olgu turizm gelirlerinin ihracat gelirleri ile birlikte değerlendirilmesine neden olur.

Aşağıdaki tablodan da izlenebileceği gibi 1994 yılında ihraç ettiğimiz ürünlerin toplam değeri 18 milyar doları aşarken, 4 milyar dolara yaklaşan turizm gelirleri diğer pek çok üründen daha fazla gelir sağlamıştır. Öyle ki, bir tarım ülkesi niteliğinden hala

kurtulamamış olmamıza rağmen, tarım ürünlerinin ihracatından kazanılan değer, turizm gelirlerinin altında kalmıştır. Keza canlı hayvan, pamuk, deri eşyası ve örme-giyim eşyası gibi kalemler de turizm gelirlerinden daha az döviz kazandırmıştır.

Tablo 1 — İhracat Ürünlerimiz ve Değerleri (1994)
(Milyon \$ Olarak)

Ürün	Değer
Hububat	151
Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	424
Canlı Hayvanlar	223
Tuz, Kükürt, Topraklar ve Taşlar, Alçılar, Kireçler ve Çimento	360
Deri Eşya (Saraciye eşyası ve eyer ve koşum takımları, seyahat eşyası, el çantası)	442
Pamuk	601
Halılar ve diğer dokumaya uygun yer kaplamaları	253
Plastik ve mamülleri	237
Örme giyim eşyası ve aksesuarları	2 581
Örülmemiş giyim eşyaları ve aksesuarları	1 527
Seramik mamülleri	148
Demir veya çelikten eşya	332
Bakır ve bakırdan eşya	100
Mobilyalar	97
Turizm	3 842

Kaynak : Türkiye İstatistik Yılığ, Sf. 550-556.

Tablo 2'den de izlenebileceği gibi GSMH'nın sektörlere göre dağılımına baktığımızda Cumhuriyetin ilk yıllarından beri turizm faaliyetlerinin de içinde değerlendirildiği hizmetler sektörünün 1980'li yıllara kadar % 40 dolaylarındaki payı, bu tarihten itibaren ortalama % 50 civarına yükselmiştir. Bu yükselmeye 1980 sonrası turizm hareketlerinde yaşanan gelişmelerin rol oynadığı tartışılmaz bir gerçektir. Tablodan ortaya çıkan diğer bir olgu da tarım ürünlerinin GSMH içindeki payının sürekli ve düzenli bir azalış içinde bulunduğuudur.

Tablo 2 — GSMH Büyümesi ve GSMH'nın Sektörel Dağılımı

Yıllar	GSMH	Büyüme	Tarım	Sanayi	Hizmetler
	Milyar TL	(%)	(%)	(%)	(%)
1923	11 431	100	43	14	43
1927	15 363	87,2	40	17	43
1950	38 506	109,4	41	19	40
1960	70 869	103,4	38	22	40
1980	206 121	98,6	22	30	48
1990	344 324	109,2	18	33	49
1991	346 046	100,5	16	33	51
1992	366 462	105,9	16	33	51
1993	391 387	106,8	15	34	52
1994	371 818	95	15	33	53

Kaynak : DPT Yatırım Gerçekleşmeleri, E. Pakdemirli, Sayılarla Türk Ekonomisi, Milliyet Yay., 1995, Sf. 44-45.

Ödemeler dengesinde yer alan işlemler, ekonominin uluslararası işlemlerini yansıttığından, turizmin neden olduğu döviz hareketlerinin Türk ekonomisi bakımından önemi, ödemeler dengesi kurulurken, sağladığı katkı ile eş anlamlıdır. Dış turizm gelir ve giderleri, ödemeler dengesinin görünmeyen kalemler bölümünde değerlendirilirken, uluslararası turizm hareketinden sağlanan gelir ile ülke vatandaşlarının dış turizm olayına katılmasından oluşan gider arasındaki fark «turizm geliri» olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 3'den de anlaşılacağı gibi turizm gelirlerinin ticaret açıklarını ve dış borçları karşılama oranı turizmin gelişmesine paralel bir çizgi izlemektedir. 1980 yılındaki oran % 7 iken, bir ara (1988 yılında) % 88 kadar çıkmasına rağmen sonraki yıllarda azalarak % 30'lara kadar gerilemiş, 1994 yılına gelindiğinde tekrar % 74 seviyesine yükselmiştir. Turizm gelirlerinin dış borçları karşılama oranı ise % 2 mertebesinde % 8'lere kadar çıkmasına rağmen, 1994 yılında % 5 düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 3 — Turizm Gelirlerinin, Ticaret Cari Açıklarının ve Dış Borçları Karşılama Oranı (Milyon \$ Olarak)

Yıllar	Turizm Geliri (1)	Ticaret Açığı (2)	Dış Borçlar (3)	1/2 (%)	1/3 (%)
1980	327	4 999	15 173	7	2
1984	840	3 623	20 659	23	4
1988	2 335	2 678	40 772	88	6
1990	3 308	9 342	49 059	35	8
1991	2 654	7 340	50 489	36	5
1992	3 639	819	55 592	44	7
1993	3 959	14 162	63 356	28	6
1994	3 842	5 200	70 000	74	5

Kaynak : HDTM, DİE, TOOB, İTO, DPT, Turizm Bakanlığı 1994 Yılı İstatistiklerinden Yararlanılarak Hazırlanmıştır.

Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payına baktığımızda 1980'li yıllara kadar çok önemli bir rol oynamadığını ancak 1984 sonrası turizm yatırımlarına hız verilmesi ve sektöre verilen kredilerin miktarının artırılması, bir yandan turizm gelirlerinin artmasına neden olurken, diğer yandan turizm gelirlerinin GSMH içindeki payının yükselmesine olanak tanımıştır. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı uzun yıllar % 0.5 dolaylarında kalmıştır. Ancak 1980'li yıllardan sonra bazı somut gelişmeler kaydedilmiştir. Önce 1984 yılında % 1.7'ye, 1987 yılında % 2'ye, 1988 yılında % 2.6 oranına yükseldikten sonraki yıllarda bazı oynamalara rağmen 1995 yılına gelindiğinde % 3 oranına yükselmiştir. Ancak son yıllarda verilen kredilerin azalması, turizmin ülke ekonomisindeki yerinin az da olsa gerilemesine sebep olmuştur. Tablo 5'te 1989 yılında turizm kredilerinin toplam krediler içindeki payı % 1.7 iken, bu oranın 1992'de önce % 1.05'e ve 1994 yılında da % 0.62'ye gerilediğini görmekteyiz. Benzer düşüşü turizm kredilerinin ihtisas kredileri içindeki oranında da görmek mümkündür. 1989 yılında ihtisas kredileri içindeki payı % 5.75 olan turizm kredileri, 1994 yılında ancak % 2.62 oranında pay alabilmiştir.

Tablo 4 — Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla İçindeki Payı (Cari Alıcı Fiatlarıyla) 1963 - 1995

Yıllar	GSMH Milyon TL	GSMH Milyon(\$)	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1963	66 801.4	7 422.4	7.7	0.1
1964	71 312.8	7 923.6	8.3	0.1
1965	76 726.3	8 525.1	13.8	0.2
1966	91 419.0	10 157.7	12.1	0.1
1967	101 480.6	11 275.6	13.2	0.1
1968	163 892.7	12 499.3	24.1	0.2
1969	183 356.2	13 877.0	36.6	0.3
1970	207 814.8	9 951.3	51.6	0.5
1971	261 072.6	12 969.9	62.9	0.5
1972	314 139.6	17 200.7	103.7	0.6
1973	399 088.6	22 130.7	171.5	0.8
1974	537 677.6	30 507.0	193.7	0.6
1975	690 900.8	37 598.0	200.9	0.5
1976	868 065.8	41 283.5	180.5	0.4
1977	1 108 270.7	49 177.1	204.9	0.4
1978	1 645 968.5	53 690.7	230.4	0.4
1979	2 876 522.9	52 962.2	280.7	0.5
1980	5 303 010.2	57 198.3	326.7	0.6
1981	8 022 745.3	46 087.2	381.3	0.8
1982	10 611 859.2	52 853.0	370.3	0.7
1983	13 933 008.1	50 153.5	411.1	0.8
1984	22 167 739.9	48 986.5	840.0	1.7
1985	35 350 318.4	52 597.6	1 482.0	2.8
1986	51 184 759.3	57 820.7	1 215.0	2.1
1987	75 019 388.1	87 142.2	1 721.1	2.0
1988	129 175 103.7	91 640.6	2 355.3	2.6
1989	230 369 937.1	109 017.5	2 556.5	2.3
1990	397 177 547.4	150 060.7	3 225.0	2.1
1991	634 431 097.0	147 367.5	2 654.0	1.8
1992	1 103 843 422.9	153 627.5	3 639.0	2.4
1993	1 997 322 597.4	178 714.7	3 959.0	2.2
1994	3 903 300 804.3	182 825.9	4 321.0	3.3
1995	7 644 206 056.4	165 519.4	4 957.0	3.0

Kaynak : Turizm Bakanlığı Turizm İstatistikleri Bülteni, 1996.

Tablo 5 — Turizm Kredilerinin Toplam Krediler İçindeki Payı

Toplam Krediler	Toplam İhtisas Kredileri	Toplam İhtisas Dışı Krediler	Turizm Kredileri	Turizm Kredilerinin Toplam Krediler İçindeki Payı	Turizm Kredilerinin Toplam İhtisas Kredileri İçindeki Payı
46 046 636	13 574 607	32 472 029	780 605	1.70	5.75
80 034 177	21 950 775	58 083 402	1 209 389	1.51	5.51
129 973 799	32 194 055	97 779 744	1 928 586	1.48	5.99
231 532 098	63 775 575	167 756 523	2 431 546	1.05	3.81
433 706 851	105 822 360	327 884 491	3 894 354	0.9	3.68
789 853 205	187 395 785	602 457 420	4 915 976	0.62	2.62

Kaynak : Türkiye Bankalar Birliği, 1995.

Turistlerin gittikleri ülkelerde konaklama, beslenme, ulaşım, eğlence, alış-veriş ve hatıra eşyası alımlarında bulunmak üzere yaptıkları her türlü harcama, o ülkenin dış turizm gelirlerini oluşturur. Beslenme, ulaşım, eğlence gibi gereksinimlerini karşılamak için yapılan harcamaları her zaman kolayca saptamak mümkün olmadığından bu gibi harcamalar «görünmeyen ihracat» kapsamında değerlendirilir ve bu sınıfa giren döviz kazançlarının en önemli kaynağını turizm gelirleri meydana getirir. Turizm gelirlerinin saptanmasındaki zorluk, turistlerin gittikleri ülkelerde parakende fiatlarla yiyecek-içecek, hatıra eşyası, yerel ulaşım yapılan ödemeler, tatilde para harcamanın kolaylığı ve psikolojik nedenlerle yapılan harcamaların tam, kesin ve doğru olarak hesaplanmasını güçleştiren faktörlerdir. Ancak bu zorluğa rağmen turistlerin harcamalarının nerelerde ve hangi oranlarda yapıldığını ortaya koyan çalışmalar da yok değildir. Tablo 6'da izlenebileceği gibi turistlerin tatilleri boyunca yaptıkları harcamaların yarısına yakını (% 46.4'ünü) beslenme ve konaklama giderleri oluşturmaktadır. Daha sonra alış-veriş ve eğlence için yapılan harcamalar gelmektedir.

Turizm gelirlerini, herhangi bir malın ihracından kazanılan gelirlerden ayıran başlıca özellikler; turistik mal ve hizmetler turist tarafından ancak buldukları yerde tüketilmek zorunda olduklarından ihraç edilen herhangi bir mal gibi ülkeye döviz kazandırma niteliğine sahip olmaları ve bu döviz kazanılırken, güm-

Tablo 6 — Turistik Tüketim Harcamaları (% Olarak)

Turistik Tüketim Tipi	Yabancı Turist	Yerli Turist	Toplam	Günübir-likçiler	Bütün Turistler
Konaklama	23.1	18.2	21.3	4.1	20.1
Yiyecek-İçecek	23.3	30.2	28.6	22.0	29.9
Yerel Ulaştırma	14.7	23.1	17.5	33.9	15.0
Alış-Veriş	20.6	17.8	19.8	26.2	19.9
Eğlence	18.3	10.7	12.8	13.8	15.1
Toplam	100	100	100	100	100

Kaynak : Olalı, H., Timur, A., Turizm Ekonomisi, Sf. 113.

rük ve benzeri ihracat giderleri söz konusu olmamasıdır. Normal olarak ihracı mümkün olmayan sosyo-kültürel zenginlik, ilginç jeolojik ve morfolojik görünümler, temiz hava, deniz, güneş ve bazı hizmetler turizm sayesinde ihraç ürünü olarak değer kazanmaktadır. Ülkenin sahip bulunduğu doğal ve kültürel zenginliklerden faydalanmak üzere gelen turistler tarım, hayvancılık, inşaat gibi diğer sektörlerle de olumlu katkı sağlarlar.

Dış turizm bilançosu, bir ülkenin diğer ülkelerle bir yıl boyunca olan turistik ilişkilerinin meydana getirdiği ve yalnızca turistlerin gidiş-gelişinin doğurduğu döviz hareketlerini ifade eder. Dış turizm bilançosunun aktif kısmı, ülkeye gelen turistlerin tatlilleri süresince yaptıkları her türlü harcamayı içerirken, bilançonun pasif kısmını vatandaşların turistik faaliyetleri için harcadıkları dövizler oluşturur (Tablo 7). Yıl sonunda dış turizm bilançosu üç farklı durumda bulunabilir. Bunlar;

a) *Aktif Dış Turizm Bilançosu* : Ülkenin turistik hareketler sonucu kar ettiğini gösteren bu şekil, ödemeler dengesi açıklarının kapatılmasında olumlu rol oynadığından ülkelerin ulaşmayı arzu ettikleri bir durumdur.

b) *Pasif Dış Turizm Bilançosu* : Bu tip bilançoda ülkenin turizm giderleri gelirlerinden fazla olduğundan ülke, yıl boyunca sürdürdüğü turizm faaliyetlerinden olumsuz etkileniyor demektir. Yıllık bilançosu bu şekilde bağlanan ülkeler genellikle turizm amaçlı döviz harcamalarını kısıtlamak amacıyla dış seya-

hatlere sınırlama getirmek, seyahat vergilerini arttırmak ve yurt dışına çıkacak vatandaşlarının yanında götürebileceği döviz miktarını sınırlamak gibi önlemlere başvururlar.

c) *Denk Dış Turizm Bilançosu* : Bilançoyu oluşturan aktif ve pasif kısımları toplamının birbirine eşit olduğunu, dolayısıyla ödemeler dengesini olumlu veya olumsuz yönde etkileyecek herhangi bir etkinin bulunmadığının ifadesidir.

Dış turizm gelirleri, bir ülkeye gelen turistlerin turistik ihtiyaçlarını gidermek için konaklama, yiyecek-içecek, hatıra eşyası, eğlence, ulaşım ve benzeri mal veya hizmetleri satın almak gayesiyle yapılan her türlü harcamaları içerir ve bu harcamaların toplamı o ülkenin dış turizm gelirlerini oluşturur. Turistlerin yaptıkları bu harcamalar herhangi bir malın ihracından elde edilen gelir gibi döviz arzı yaratır ki, bu açıdan turizm gelirleri görünmeyen ihracat kaleminin önemli bir parçasını meydana getirir.

Görünmeyen ihracat özelliği yanısıra turizm gelirlerinin diğer bir özelliği de turistlerin perakende fiatlardan yaptıkları harcamaların gözardı edilmeyecek boyutlara ulaşmasıdır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerden gelişmiş ülkelere yapılan seyahatlerde turistlerin alış-verişe yönelik harcamaları önemlidir ve doğrudan satınalmaya yönelik bir tarz görülmektedir. Bu durum ekonomide ek ihracat olarak isimlendirilen bir gelir yaratmaya zemin hazırlar. Ek ihracat gelirlerinin en önemli özelliği olarak, istatistiklerde yer almamaları ve turistlerin bu kaleme yaptıkları alış-verişlerin her zaman resmi kambiyo makamlarına ulaştırılmamasıdır. Turizm sektöründe görülen bu «görünmeyen ihracat» ve «ek ihracat» olgusu turistin geldiği ülke açısından ithalat, gittiği ülke ekonomisi açısından da ihracat karakterli etkiye sahiptir. Ancak gelişmiş ülkelerde yaşayanların uluslararası turizme katılma oranlarının yüksek olması nedeniyle bu ülkelerin turizm harcamaları daima yüksektir.

Bir ülkede uluslararası turizme katılım oranının yüksek olması dövize olan talebi arttıracaktır. Bu durum ise ülkenin dış turizm bilançosunun pasif (giderler) bölümünün artmasına, dolayısıyla dış turizm bilançosunun açık vermesine veya dış turizm gelirlerinin azalmasına neden olacaktır.

Tablo 7 — Dış Turizm Bilançosu

AKTİF	PASİF
1. Turistlerin konaklama giderleri	1. Vatandaşların dış ülkelerdeki konaklama giderleri
2. Turistlerin ulaştırma hizmetlerine yaptığı ödemeler	2. Vatandaşların dış seyahatlerde yabancı ulaştırma şirketlerine yaptıkları ödemeler
3. Turistlerin yeme-içme için yaptığı ödemeler	3. Vatandaşların yurt dışında yeme-içme ödemeleri
4. Turistik tüketim malları dışsatımı	4. Turistik tüketim malları dışlarını
5. Turistik yatırım amacıyla gelen yabancı sermaye	5. Turistik yatırım amacıyla yurtdışına çıkan sermaye
6. Dış ülkelerdeki turizm yatırımlarından kar transferleri	6. Yabancı turizm yatırımlarının kendi ülkelerine kâr transferleri
7. Yabancılarla kiralanın turizm tesislerinin kira gelirleri	7. Yabancı ülkelerde kiralanın turizm amaçlı tesislerin kira ödemeleri
8. Yabancıların turizm amaçlı yaptıkları reklam ve tanıtım harcamaları	8. Yurt dışında eğitilen turizm personelinin eğitim ve diğer giderleri
9. Yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyonlar	9. Dış ülkelerde yapılan turistik amaçlı reklam ve tanıtım giderleri
10. Dış ülkelerin ulusal turizm ve tanıtım bürolarının yaptığı bütün harcamalar	10. Yabancı turizm işletmelerine yapılan komisyon ödemeleri
11. Yabancı seyahat bürolarının giderleri	11. Dış ülkelerde ağılan ulusal turizm ve tanıtım bürolarının tüm giderleri
12. Yabancıların ulusal banka ve sigorta kuruluşlarına yaptıkları komisyon ve prim ödemeleri	12. Dış ülkelerde yerli işletmelerin büro giderleri
13. Yabancıların rehberlik hizmetleri için yaptığı ödemeler	13. Vatandaşların dış ülkelerdeki banka ve turizm sigorta işletmelerine yaptığı çeşitli komisyon ve prim ödemeleri
14. Turistlerin eğlence yerlerindeki harcamaları	14. Vatandaşların dış ülkelerde rehberlik hizmetleri için yaptığı ödemeler
15. Turistlerin park, müze ve benzeri yerler için ödedikleri giriş ücretleri	15. Vatandaşların yurt dışında eğlence yerlerinde yaptığı harcamalar
16. El sanatları ve hediyeelik eşya satışları	16. Vatandaşların yurt dışında park, müze ve benzeri yerler için ödedikleri giriş ücretleri
17. Yurt içinde eğitilen turizm personelinin eğitim ve diğer giderleri	17. Hediyeelik ve hatıra eşya satın almaları
18. Diğer döviz girdileri	18. Diğer döviz çıktıları
TOPLAM	TOPLAM

Kaynak : Şıklar, İ.,-Turizm Ekonomisi, Anad. Üniv. Turizm ve Otel İşletmeciliği M.Y.O. Yay., Ank.

Turizm sektöründe kullanılmak üzere ithal edilen mal ve hizmetlere ödenen dövizler de giderler bölümünün önemli bir kısmını meydana getirmektedir. Bu durum özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından daha önemlidir. Genellikle konaklama sektöründe kullanılmak üzere ithal edilen malzemenin cins ve miktarı kurulacak tesisin standardına göre çok değişmektedir. Örneğin tesisin çok lüks yapılması durumunda inşasında kullanılacak ithal malzeme girdisinin artmasına neden olurken, daha düşük standartlarda yapılacak olan tesislerde kullanılacak ithal malzeme oranı azalacaktır. Ayrıca inşaat, bayındırlık ve alt yapı için kullanılacak malzemenin gerçekte ne kadarının turizm amaçlı kullanılacağını saptamak da önemli bir sorundur.

Turizm gelirlerinin dış ödemeler dengesini oluşturmada sağladığı olanakları belirlerken, dikkate alınması gereken önemli bir nokta da dış turizm hareketlerinin neden olduğu döviz harcamalarıdır. «Ek ithalat» etkisi yaratan bu durumu vatandaşların yurt dışına yaptıkları seyahatlerde beraberinde götürdükleri dövizler oluşturmaktadır. Ek ihracat etkisi yaratan diğer bir faktör de turizm sektörünün devamını sağlamak üzere yapılan harcamalar oluşturur. Bu harcamaları; turistik üst ve alt yapı için ithal edilen inşaat ve donanım malzemeleri, turistlerin tüketimi için alınan mallar, ülkedeki yabancı sermayenin kâr, kira ve amortisman transferleri, sektörde çalıştırılan yabancıların maaşları, tanıtım ve reklam giderleri, sektörde çalışanların yurt dışında eğitiminin gerektirdiği harcamalar, turistik tanıtımın daha etkin bir şekilde sağlanabilmesi için yurt dışında açılan ofislerin kira bedelleri ile bu bürolarda çalışanların maaşları, yabancı seyahat acentelerine ödenen komisyonlar ve sektörün turistik faaliyetlerin yürütülebilmesi için yaptığı her türlü ithalat giderleri meydana getirir (Tablo 7).

Döviz kaybına neden olan diğer bir faktör olarak, turistik tüketim amacıyla ithal edilen nihai tüketim mallarının turistlerin yanısıra, onlarla temas eden yerli halk tarafından da kullanılmaya başlanarak, bu mallara ödenen döviz miktarının artmasına neden olmasıdır.

Turizm yapısının sebep olduğu bu harcamalar bilinmesine rağmen ekonomiye olan etkilerinin tam olarak saptanması, har-

camaların ne kadarının turizm, ne kadarının turizm dışı amaçlarla yapıldığının ölçülememesinden çoğu kez mümkün olamamaktadır.

Uluslararası turizmin neden olduğu döviz hareketleri ulusal para biriminin değeri üzerinde de kısmen rol oynar. Ülkeye gelen turistlerin yaptığı harcamalar dış turizm bilançosunun aktif bölümünü güçlendirirken, uluslararası ilişkilerde ülkenin ekonomik durumunun güçlenmesine neden olur. Turizmi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde artan turizm gelirleri dış borçların ödenmesinde olumlu rol oynarken, milli paranın dış değerinin yükselmesine neden olur. Ancak unutulmaması gereken önemli bir ayrıntı da turistik faaliyetlerin enflasyonu uyarıcı etkilerinin varlığıdır.

II) Turizmin Gelir Etkisi

Gerek ulusal, gerekse uluslararası turizm hareketleri nedeniyle turizm sektöründe yapılan harcamalar başta sektörün kendisi olmak üzere, sektöre destek sağlayan diğer üretim birimlerinin gelirlerini meydana getirir. Turistlerin tüketim amacıyla yaptıkları her türlü harcamayı gelir olarak elde eden birimlerin çeşitli nedenlerle yaptıkları harcamalar, turizm bölgesinin veya ülke ekonomisi içindeki sirkülasyonu sonucu yeni gelirlerin oluşmasına neden olur. Üstelik bu gelirler (ülke ekonomisinin durumuna göre) turistlerin yaptığı ilk harcamanın çok üzerinde gerçekleşir. Turizm aktiviteleri sonucu meydana gelen harcamaların gelir etkisini birkaç ana başlık halinde incelemek mümkündür. Bunlar;

a) *Turizm Gelirlerinin Ekonomide Tekrar Dağılımı*

Ülkedeki çeşitli işkollarında yürütülen faaliyetler sonucu gerek bireyler, gerek kurumlar çeşitli gelirler elde ederler. Bu gelirleri elde edenlerin yaptığı harcamalar da diğer kişi veya kuruluşların gelirlerini meydana getirir. Böylece ekonomide sürekli bir akım oluşur. Bu akım «gelirlerin tekrar dağılımı»na neden olurken, gelirlerin yarattığı bu zincirleme etki ekonomide «Çarpan» olarak tanımlanır.

Çarpanı, «harcamalardaki değişmelerin milli gelirden neden olduğu değişmeler oranı»¹ şeklinde tanımlayabiliriz.

Turistlerin konaklama, beslenme, yeme-içme, eğlence, alışveriş ve yerel ulaştırma için yaptıkları harcamalar, adı geçen iş kollarında yeni gelir halkaları oluşturur. Bu gelirlerden ekonominin hemen hemen bütün sektörleri doğrudan veya dolaylı olarak etkilenirler.

Turizm sektöründe yapılan harcamaların ekonomideki ilk etkileri «doğrudan harcama» olarak nitelendirilir. Bu harcamaların «çarpan» süreci şu şekilde gerçekleşir. Turistlerin konaklama, beslenme, hediyelik eşya alımları ulaştırma ve diğer işletmelerde yaptıkları harcamalar bu kuruluşlar için doğrudan gelir etkisi yaratır.

Bu doğrudan geliri elde eden işletmelerin çalıştırdıkları personele ödedikleri maaşlar ve ücretler ile faaliyetlerini sürdürebilmek için yaptıkları her türlü alımlar, üçüncü şahısların dolaylı gelirlerini meydana getirir.

Turistik faaliyetlerin neden olduğu harcamalar tüketici ve üretici kademelerinde her el değiştirilince (bir kısmı tasarruf edilmediğinden) azalarak gelişir ve sonuçta ekonomide «çarpan» katsayısı kadar ek bir gelir yaratılmasına neden olur.

Tablo 8 — Ükelere Göre Turizm Çarpan Katsayıları

İngiltere	1.73
İrlanda	1.72
Mısır	1.23
<i>Türkiye</i>	<i>1.98</i>
Jamaika	1.27
Bermuda	1.09
Bahama	0.79
Fiji	0.72

Kaynak : Witt, S. F., The Manegement Of International Tourism.

1 Olah, H., Timur, A. 1988-Turizm Ekonomisi, İzmir.

Tablo 8'de bazı ülkelerin turizm çoğaltan katsayısını ülkemiz katsayısı ile kıyasladığımızda sonuçların önemli oranda ülkemiz lehinde olduğunu görürüz. Örneğin İngiltere'de turistlerin harcadığı her bir dolar İngiltere ekonomisine 1.73 dolar, Mısır'da 1.27 dolar, Bermuda'da 1.09 dolar ve Bahama'da 0.79 dolar oranında büyürken, Türkiye'de turistlerin harcadığı her dolar 1.98 oranında artar. Ülkemiz için saptanan bu 1.98'lik çarpan katsayısı yanısıra bazı kaynaklarda bu katsayının 3.98'e kadar çıkabileceği belirtilmektedir. Katsayılardan hangisi doğru kabul edilirse edilsin turistik dövizin ekonomimize katkısı her zaman yapılan harcamanın çok üzerinde olacağı kaçınılmazdır.

b) *Turistik Harcamaların Gelir Etkisi :*

Turistik harcamalar turizm sektörünün olduğu kadar bu sektöre destek veren diğer bütün sektörlerin gelirlerini oluşturur. Turistik harcamaları doğrudan elde eden turizm sektörünün yarattığı direkt etkiler ve bu direkt etkilerin neden olduğu dolaylı gelirler ekonomi içinde girdikleri sirkülasyon sonucu her el değiştirişte yeni gelirlerin yaratılmasına neden olur. Turizm gelirleri bu ekonomik döngü sürecinde çarpan mekanizmasının etkisiyle ilk harcama miktarının çok üzerinde bir değere ulaşır. Ancak bu değere ulaşım süresi sektörlerin dinamizmine bağlı olarak, büyük değişiklikler gösterebilir.

Turistik harcamaların dolaysız ve dolaylı gelir etkisini gösteren Tablo 9'un incelenmesinden harcanan 1000 dolarlık bir değer (1983 yılı verilerine göre) ekonomik döngü içinde 3743 dolara yükseldiği hesaplanmıştır². Tablo oluşturulurken, turizm gelirlerinin her el değiştirişte % 25 oranında tasarruf edildiği ve 5. el değiştirişte ilk etkisinin kaybolacağı kabul edilmiştir.

Turistlerin tüketim amacıyla yaptığı harcamaları gelir olarak elde edenlerin, bu geliri tekrar harcayarak, dolaysız ve dolaylı gelirlerin yaratılmasına neden olurlar. Bu ikincil gelirler oldukça yüksektir. Turistik harcamalardan hediyelik eşya ve diğer hizmet alımları için ödenen miktarlar diğer harcama kalemlerine göre ikincil gelirleri daha fazla arttırmaktadır.

2 a.g.e.

Tablo 9 — Turistik Tüketim Harcamalarının
Dolaysız ve Dolaylı Etkileri

Turistik Tüketim Tipi	D e v r i D ö n e m l e r i					Harcamalar Toplamı
	1	2	3	4	5	
Konaklama	201	201	151	114	85	752
Yiyecek-ıcecek	299	299	225	169	127	1119
Yerel ulaştırma	150	150	113	85	64	562
Alış-veriş	199	199	149	112	84	743
Eğlence	151	151	114	86	65	567
Toplam	1000	1000	752	566	425	3743

Kaynak : Olalı, H., Timur, A., Turizm Ekonomisi.

Ülke ekonomisine turizm aracılığıyla giren maddi gücün doğrudan etkilediği sektör, doğal olarak turizm sektörüdür. Turistlerin konaklama, beslenme, eğlence, ulaşım ve benzeri diğer işletmelerde yaptıkları harcamalar sektörün gelirlerini meydana getirir. Ancak turizm gelirleri olarak turistlerin sektör dışında yaptığı harcamaları da dikkate almak gerekir.

Turistlerin harcamalarını gelir olarak elde eden işletmelerin çalıştırdıkları personele ödedikleri maaşlar, yaptıkları mal ve hizmet alımları, ekonomide «dolaylı gelir»lerin oluşmasında rol oynar. Böylece ekonomide genel olarak üretilen malların miktarı artarken, artan turistik talep sonucu malların fiatları da yükselir. Bu durum ise ekonominin canlanmasına neden olur ki, bu olgu turizm gelirlerinin neden olduğu ikinci derecede etkiler olarak tanımlanır.

Ülkemizin ekonomik yapısı içinde değerlendirilen turizm sektörü, kendi içinde ve dışında yarattığı etkilerle sektörde elde edilen gelirlerin geniş bir yelpaze içinde milli ekonomiye yansımalarına neden olur. Bu yansımanın en sağlıklı değerlendirilmesi turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı dikkate alınarak yapılabilir. Tablo 4'de görülebileceği gibi 1960'lı yıllardan 1980'li yıllara kadar, turizm gelirleri % 0.5 civarında kalarak, milli ekonomide üzerinde hassasiyetle durulmasını gerektirecek boyutta bulun-

maktan uzak kalmıştır. Ancak 1984 yılında turizm gelirleri ilk kez % 1.7 oranına yükselmiş, ertesi yıl ise bu oran % 2.8'e kadar çıkmıştır. Daha sonraki yıllarda ise bu oran, bazı dalgalanmalar olmakla birlikte genellikle % 2.5 dolaylarında gerçekleşmiştir.

b) *Turistik Yatırımların Gelir Etkisi*

Ekonomideki her yatırım gibi turizm yatırımları da gelir yaratıcı etkiye sahiptir. Turistik tesislerin inşası esnasında işçi çalıştırmak ve inşaat malzemesi kullanmak kaçınılmaz olarak zorunludur. Turistik tesis inşası esnasında işçilik ve malzeme alımları nedeniyle yapılan harcamalar toplumda bir gelir etkisi yaratır. Artan turistik yatırımların gereksinimlerinin karşılanabilmesi için mal ve hizmet alımları yapılması zorunlu olduğundan, bu «mal» ve «hizmet»leri satanların gelirleri artar. Bu gelirleri elde edenler, gelirlerin bir kısmını tasarruf ettikten sonra kalanını harcayacaklardır. Turizm yatırımlarına bağlı olarak gerçekleşen ikinci derecedeki bu gelirleri elde edenler de kazançlarının bir kısmını tasarruf ettikten sonra kalanını harcarlar. Bu olgu paranın her el değiştirişinde tekrarlanarak devam eder.

Turistik tesis yapımı için işçilere ve mal alımları için ödenen ücretlerin ekonominin diğer sektörlerinde çalışanlarına gelir olarak yansması, tesisin yapımı için harcanan ilk miktarın çok üzerinde gerçekleşir. Turizm yatırımlarında görülen bu süreç «Turizm Yatırım Çarpanı» olarak adlandırılır. Artan turistik yatırımlar turizm yatırım çarpanı mekanizmasının işlemesiyle milli gelirin artması sonucunu doğurur.

c) *Turizmin Katma Değere Etkisi*

Turizm gelirlerinin ekonomiye yansıyan diğer bir boyutu da «Katma Değer» oluşturmalarıdır. Turistik mal ve hizmetlerin milli ekonomide yarattığı katma değer etkisi diğer bazı sektörlerden daha önemlidir.

Turizm gelirlerinin yarattığı katma değer etkisi hesaplanırken, yerli ve yabancı turistlerin konaklama, beslenme, yerel ulaş-

tırma, eğlence, alış-veriş ve hediyelik eşya alımları için yaptıkları harcamalar dikkate alınır.

Yapılan bir araştırmada ülkemize gelen turistlerin yaptığı harcamaların tüketim tiplerine göre dağılımı ortaya konmuştur. Tablo 6'nın incelenmesinden turistlerin beslenme ve konaklama harcamalarının % 23.3 ve % 23.1 oranlarıyla en yüksek harcama miktarını oluşturduğu dikkati çeker. Üçüncü sırayı % 20.6'lık harcama oranıyla alış-veriş kalemi meydana getirir.

Hesaplamalar yalnızca tabloda belirtilen sektörleri içerdiğinden turistlerin tatilleri boyunca yaptığı bütün harcamaları ifade ettiği söylenemez. Ancak Devlet İstatistik Enstitüsünün turizm sektörünün yarattığı katma değer olarak açıkladığı 0.75 katsayısına çok yaklaşıldığını belirtmek gerekir (0.7247).

Turizm sektörünün sahip bulunduğu 0.75'lik katma değer gücü milli gelirin oluşumuna ciddi oranda katkı sağlayabileceğinin ifadesi olması bakımından önemli bir değerdir. Turizm sektörü geliştikçe bir yandan turizm gelirlerinin milli gelir içindeki payı artacak, diğer yandan ekonomik kalkınmayı destekleyici rol üstlenecektir. Bu olgu ise ekonomik kalkınmanın gerçekleşebilmesi için arzulanan bir durumdur.

III) Turizmin İç Fiatlara Etkisi

Turizmin gelişmeğe başladığı bir yörede, gerek ithal edilen gerekse yörede üretilen mallara olan talebin artması doğal bir sonuçtur. Bu talep artışı bir yandan turizm yatırımlarının yörede yoğunlaşmasına neden olurken, diğer yandan yöredeki fiatların artmasına da sebep olur.

Gerek iç turizm, gerekse uluslararası turizm hareketleri gidilecek tatil yöresindeki fiatlara bağlı olarak gerçekleştiğinden turist, gitmeyi düşündüğü tatil yöresindeki fiatları alternatif tatil olanaklarıyla kıyasladıktan sonra nihai kararlarını verir. Turistin gelir düzeyi, tatilini geçirmeyi düşündüğü ülkedeki fiatlarla tatil yapmasına olanak tanımadığı zaman alternatif tatil yöreleri arayışına girer. Bu durum fiatları yüksek olan turizm bölgesine gelecek olan turist sayısının azalmasına neden olabilir.

Ancak turist adayının gelir düzeyi tatil yöresindeki fiatları karşılayabildiği sürece son kararını fiatlar dışındaki diğer etkenlere bağlı olarak verir. Turist tatil için sürekli aynı yere gidiyorsa, sürekli olarak gittiği yerde aldığı hizmetin alternatif yerlere göre daha kaliteli olduğuna inandığındandır. İç fiatların yüksekliğinden etkilenmeyen diğer bir turist tipini de gösteriş için tatile çıkanlar meydana getirir. Bu gruba giren turistler sürekli olarak yaşadıkları çevrede daha popüler olacaklarını düşündüklerinden tatilini geçirecekleri yerdeki fiatlar onların kararını etkilemez. Aynı durum turizm piyasasını yeteri kadar incelememiş olan turistler için de söz konusudur. Bunların dışında tatillerini sürekli olarak aynı yerde geçirme alışkanlığı bulunan turistler üzerinde fiatlar kararlarını değiştirme konusunda önem taşımaz.

Bu faktörlere rağmen genel olarak iki ülke veya iki yöre arasındaki fiat farkları turistlerin tercihlerini belirlemede etkili rol oynar. Turistik mal ve hizmetlerin çeşitli ve kaliteli olduğu turistik yörenin fiatlarının düşük olması durumunda daha fazla turist çekeceği kaçınılmazdır.

IV) Turizmin Devlet Gelirlerine Etkisi

Turizm sektöründeki faaliyetler sonucu devlet çeşitli gelirler elde eder. Bu gelirler; turistik işletmelerin ödedikleri kurumlar ve gelir vergileri, sektörde çalışan personel için ödenen gelir vergisi ve SSK kesintisi, ülkeye gelen turistlerin ödedikleri vize bedelleri, liman vergileri, sektör için ithal edilen mallardan alınan gümrük vergileri, haberleşme ve ulaşım hizmetlerinden sağlanan gelirler, müze, ören yerleri ve milli parklara giriş ücreti olarak ödenen bedeller sayılabilir.

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılabilceği gibi devletin turizmden elde ettiği gelirler genelde «vergi» gelirlerine dayalıdır. Turizm harcamalarının devlete vergi yoluyla sağladığı katkıyı tam olarak hesaplamak oldukça güçtür. Çünkü devlet turizmi geliştirmek amacıyla çoğu kez kendi iradesiyle bu gelirleri almaktan tamamen veya kısmen vazgeçmektedir. Bu gelirlerin sağlıklı olarak hesaplanamamasının bir nedeni de devletin yaptığı alt yapı

yatırımının hangi oranda turistik faaliyetlerde kullanıldığının saptanmasındaki güçlüktür.

Bunların dışında turistik faaliyetlerin devlet harcamalarına yol açarak, devlete gelir kazandırıcı olmak bir yana, devlet harcamalarını arttırıcı bir rolü de bulunur.

Turizm sektöründeki yatırımların devamını sağlamak üzere teşvik tedbirleri alan ve uygulayan devlet, turistik alt yapı harcamalarını da üstlenir. Kamu hizmetlerinin bir kısmı, kamu tesislerinin yapımı, karayolları ve havaalanlarının inşası ve bu işlerde çalıştırılan personelin ücretleri, bazı vergi muafiyetleri veya indirimleriyle turistik işletmelerin kollanması; sektörün gelişimini hızlandırmak gayesiyle açılan krediler, turistik tüketim amacıyla ithal edilen malların gümrük vergilerinden tamamen veya kısmen muaf tutulması veya gümrük vergisinin indirilmesi veya taksitlendirilmesi ve turizm personelinin eğitimi için yapılan harcamalar, devletin turizm sektörünü geliştirebilmek amacıyla yaptığı harcamaları meydana getirir.

V) Turizmin İstihdam Yaratma Gücü

Türkiye'nin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkeler kalkınma stratejilerini oluştururken, birinci derecede sanayileşme hareketlerine önem vermektedirler. Ancak bu hedefe ulaşabilmek için, ülkedeki diğer sektörlerden yararlanmayı ihmal etmezler. Ülkemiz için turizm sektörü bu amaçla değerlendirilebilecek önemli bir potansiyel güç olarak kabul edilir.

Son yıllarda ülkemizdeki nüfus artış hızı % 2 civarında gerçekleşirken, artan nüfusa yeni iş alanları açmak konusunda ciddi sıkıntılarla karşı karşıyadır. Artan nüfusun istihdam sorununu çözebilmek, önemli yatırımları gerektirir. Türkiye, nüfus artışından dolayı istihdam problemi içindeyken, bir yandan da sanayi sektöründe modern teknolojinin uygulanmasıyla işe ihtiyaç duyulan çalışan sayısı gittikçe azalmaktadır. Tablo 10'da görüleceği gibi gelişmiş ülkelerde bütün çalışanların ortalama % 30 kadarı sanayi sektöründe istihdam edilir. Bu oranlar ABD'de % 27.7, İngiltere'de % 31.1 ve Japonya'da % 34.5 seviyesindedir. Sanayi sek-

töründe kullanılan gelişmiş teknoloji sistemleri sektörün ihtiyaç duyduğu işgücü sayısının azalmasında birinci derecede etkilidir.

Tablo 10 — Seçilmiş Bazı Ülkelerde İstihdamın Sektörel Dağılımı (% Olarak)

Ülke	Tarım	Sanayi	Hizmetler
ABD	3.1	27.7	69.3
Danimarka	6.2	26.9	66.8
İngiltere	2.6	31.1	66.4
Fransa	7.3	31.3	61.3
Japonya	8.5	34.5	57.1
F. Almanya	5.3	40.9	53.7
Yunanistan	28.5	28.1	43.4
Türkiye	50.9	13.7	35.4
Mısır	46.0	20.0	34.0

Kaynak : İlkın, A., Dinger, M. Z.-1991, Ekonomik ve Sosyal Sorunlar-Çözüm Önerileri Dizisi-2.

Aynı tablo, turizm sektörünün de içinde bulunduğu hizmetler sektörünün, istihdam edici özelliğini çarpıcı bir şekilde ortaya koyar. Gelişmiş ülkelerde hizmetler sektöründe çalışanların oranı ABD'de % 69.3, İngiltere'de % 66.8, Fransa'da % 61.3 ve Danimarka'da % 66.8 oranlarına ulaşırken, ülkemizde hizmetler sektöründe çalışanlar % 35.4'lük bir değere sahiptir.

Yurtiçi işgücü piyasasındaki gelişmeler tablosundan (tablo 11) da izlenebileceği gibi hizmetler sektöründe çalışanların sayısı her geçen yıl artmaktadır. 1992 yılında ülkemizde çalışan 18 600 000 kişinin % 43.9'u (8 169 000 kişi) tarım, % 16.4'ü (3.047 000 kişi) sanayi ve 7 385 000 kişi de (% 39.7'si) hizmetler sektöründe istihdam edilmiştir. Sektörler bazında yapılan bu değerlendirilmede önceki yıllarda tarım sektörünün istihdam edici özelliği bariz olarak ortaya çıkarken, sanayi ve hizmetler sektörlerinin payı tarım sektörüne kıyasla daha azdı. Ancak son yıllarda gerek sanayi, gerekse hizmetler sektörü tarım sektöründeki azalışı kendilerine çekmiştir.

Tablo 11 — Türkiye İşgücü ve İşgücünün Sektörel Dağılımı
(Bin Kişi Olarak)

Yıllar	Tarım	Sanayi	Hizmetler	Toplam
1962	9740	995	1908	12613
1972	9307	1491	3119	13917
1983	9451	1911	4215	15577
1988	8369	2412	5669	16550
1992	8169	3047	7385	18600

Kaynak : Türkiye Ekonomisi ve Ekonomik Yorumlar İstatistiği, DİE, Ankara, 1994.

Ülkemizde turizm sektöründe çalışanların sayısı hakkında kesin bilgiler bulmamakla birlikte bazı araştırmalar mevcuttur. Örneğin 1976 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Dairesi tarafından yapılan bir araştırmaya göre, belgeli 255 konaklama tesisinde 10 863 kişinin çalıştığı saptanmış ve çalışanların konaklama tesislerinin cins ve sınıflarına göre yatak başına düşen oranı hesaplanmıştır³. Buna göre;

Tesisin Cinsi	Yatak Başına Düşen Personel Sayısı
Lüks Otel	0.93 Kişi
1. Sınıf Otel	0.57 »
2. Sınıf Otel	0.37 »
3. Sınıf Otel	0.34 »
4. Sınıf Otel	0.20 »
<i>Ortalama</i>	<i>0.48 »</i>

olarak saptanmıştır.

Ancak konaklama tesislerinin sınıf ve cinslerine göre istenen kaliteli hizmetin sağlanabilmesi için çalıştırılması gereken yatak başına ortalama personel sayısı;

³ DPT, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Sf. 338-339.

5 Yıldızlı Otellerde	1	Kişi
4 Yıldızlı Otellerde	0.7	»
3 Yıldızlı Otellerde	0.5	»
2-1 Yıldızlı Otellerde	0.3	»
<i>Ortalama</i>	<i>0.50</i>	»

olmalıdır.

Her iki tablo kıyaslandığında aralarındaki farkın çok ciddi olmadığı görülür. Bu ortalamalar tablo 12'de gösterilen Turizm işletme belgeli tesislerdeki yatak sayılarına uygulandığında 143 232

Tablo 12 — Türlerine ve Sınıflarına Göre Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı (31.12.1995)

Türü	Sınıfı	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli		
		A	B	C	A	B	C
OTEL	5 Yıldız	82	23 089	48 615	33	8 380	18 092
	4 Yıldız	131	18 167	37 049	93	14 284	29 960
	3 Yıldız	399	32 699	66 618	398	31 257	64 384
	2 Yıldız	550	24 186	47 379	380	15 486	31 203
	Tek Yıldız	220	7 673	14 697	97	2 627	5 191
MOTEL	1. Sınıf	11	639	1 254	11	384	790
	2. Sınıf	27	675	7 345	27	598	1 184
TATİL KÖYÜ	1. Sınıf	59	18 501	40 186	55	13 555	28 868
	2. Sınıf	11	1 505	3 278	20	3 555	7 695
Pansiyon		185	3 155	6 175	177	2 946	5 791
Kamping		22	2 090	6 110	14	1 493	4 371
Oberj		7	441	1 274	3	158	382
Apart Otel		24	652	1 926	—	—	—
Kaplıca		1	20	40	—	—	—
Özel Belgeli		60	1 727	4 066	17	536	1 118
Eğit. ve Uyg. Tes.		2	81	163	3	266	528
Mola Tesisleri		—	—	—	1	27	54
Golf Tesisleri		—	—	—	2	462	1 839
Turizm kompleksi		1	118	234	2	463	946
Oto Karavan		1	18	72	—	—	—
Hostel		—	—	—	1	40	137
TOPLAM		1 793	135 436	286 463	1 334	96 517	202 483

A - Tesis Sayısı B - Oda Sayısı C - Yatak Sayısı

Kaynak : Turizm Bakanlığı Turizm İstatistikleri Bülteni, 1996, Sf. 15.

kişi konaklama tesislerinde istihdam edildiği ortaya çıkar. Turizm yatırım belgeli tesislerdeki 202 483 olan yatak sayısının yakın gelecekte sektörün hizmetinde olacağı dikkate alındığında mevcut yatak sayısına yatırım belgeli yataklar da eklendiğinde, turizm sektörünün yalnız konaklama tesislerinde istihdam edilenlerin/edileceklerin sayısı 244 474 kişiye ulaşır ki, bu gözardı edilemeyecek kadar önemli bir rakamdır.

Konaklama tesislerinin istihdam yaratma gücünü ortaya koyarken, belediye belgeli tesislerin ve bu tesislerdeki yatak sayılarının da hesaba katılması gerekir. 31.12.1995 tarihi itibarıyla ülkemizde 356 115 adet belediye belgeli yatak bulunmakta ve bu tesislerde 25 662 kişi çalışmaktadır (Tablo 13).

Tablo 13 — Tesis Türlerine Göre Belediye Belgeli Konaklama Tesisi Yatak Kapasitesi ve Personel Sayısı -1994-

Tesis Türü	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı	Personel Sayısı
Otel	4 884	233 199	15 770
Motel	964	46 087	3 645
Pansiyon	2 441	58 936	4 828
Oberj	2	78	7
Tatil Köyü	20	2 497	383
Kamping	90	8 014	514
Kaplıca	29	4 685	484
Diğerleri	7	2 619	31
Toplam	8 437	356 115	25 662

Kaynak : Belediye Belgeli Konaklama İstatistikleri Bülteni, Turizm Bakanlığı Yay., 1996.

Turizm sektörünün istihdam yaratma gücünü tablo 14'te açık bir şekilde görmek mümkündür. Özellikle 1980 yıllarından sonra turizm sektörüne verilen teşvik belgelerindeki artışa bağlı olarak sektörde istihdam edilenlerin sayısı, verilen teşvik miktarlarına bağlı olarak, artış içinde olduğu gözlenir. Örneğin 1980 yılında verilen 6 adet teşvik belgesine karşılık 567 kişiye yeni iş imkanı sağlanabilmişken, teşvik sayısının 90'a yükseldiği 1985 yılında 7736 kişi sektörde çalışma imkanı bulmuştur. 1989 yılında ise teşvik sayısı

Tablo 14 — 1980-1994 Yılları Arasında Turizm Sektörüne Verilen Teşvik Belgeleri ve Yaratılan İstihdam

Yıllar	Teşvik Sayısı (Adet)	Toplam Yatırım Miktarı (Milyon TL)	İstihdam (Kişi)
1980	6	3 152	567
1981	19	8 984	1 386
1982	22	12 410	1 428
1983	50	157 121	4 192
1984	59	160 492	4 383
1985	90	391 410	7 736
1986	195	1 417 858	13 606
1987	288	3 000 908	22 522
1988	462	6 075 079	27 553
1989	592	8 463 457	34 956
1990	138	3 768 628	11 777
1991	141	2 766 401	10 747
1992	115	3 461 524	6 997
1993	153	10 673 720	8 491
1994	58	6 733 250	5 055
TOPLAM	2 388	47 094 394	161 396

Kaynak : HDTM (Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı).

son 15 yıl içinde bir yılda verilen teşvik sayısının en yükseğine sahip olurken (592 adet), çalıştırılan kişi sayısı 35 bin kişiye çok yaklaşmıştır. Ancak bu yıldan sonra turizme verilen teşvik belgeleri gerek sayısal, gerekse verilen maddi olanak açısından bir gerileme süreci yaşamıştır. Öyle ki, 1989 yılında verilen toplam yatırım miktarı ülkemizin içinde bulunduğu enflasyonist ortam içinde dahi sonraki yıllarda bu yılın değerlerinin gerisinde kalmıştır.

Turizm sektörünün vazgeçilmez unsurları olan konaklama ve beslenme ünitelerinin istihdam olanaklarını ortaya koymak üzere yapılan diğer bir çalışmada ise faaliyet kollarına göre işyeri sayısı ve istihdam edilenleri tablo 15'de izlemek mümkündür. Turizm faaliyetlerinde önemi tartışılmayacak kadar açık olan ko-

Tablo 15 — Otel Lokanta Sektöründe İktisadi Faaliyet Kollarına
Göre İşyeri Sayısı ve İstihdam

İşyeri Sayısı	Yıllık Ortalama Sayısı	İşyeri Sayısı	Diğer Konaklama Yerlerinde Ücretle Çalışanların	Yıllık Ortalama Sayısı	İşyeri Sayısı	Yıllık Ortalama Sayısı	T O P L A M		
							Ücretle Çalışanların	İşyeri Sayısı	Yıllık Ortalama Sayısı
79 115	115 981	5 697	48 704	84 812	164 685	1986			
79 142	112 800	5 512	41 647	84 654	154 447	1987			
79 207	134 246	5 537	46 476	84 744	180 722	1988			
79 228	139 045	5 516	42 526	84 744	181 571	1989			
79 179	152 551	5 617	56 116	84 796	208 667	1990			
78 482	151 749	6 448	77 657	84 930	229 406	1991			

Kaynak : Türkiye İstatistik Yıllığı, 1995, Sf. 523.

naklama tesislerini ve beslenme yerlerini kıyaslama olanağı bulduğumuz bu tabloda, lokanta ve kahvehane gibi yeme-içme yerlerinin istihdam imkanlarını daha önce ayrıntılı olarak ele aldığımız konaklama tesislerinin yarattığı işgücü ile daha sağlıklı olarak karşılaştırmak mümkün olacaktır. 1986-1991 yılları arasında beslenme ünitelerinde çalışmaların sayısı 116 bin kişiden 150 bin kişiye yükselmiştir. Hernekadar beslenme ünitelerinde çalışmaların 6 yıl içinde % 30 oranında artması yalnızca gelişen turizm faaliyetleriyle açıklanamaz ise de az veya çok etkilenmiş olduğu da gerçektir.

Turizm sektörünün istihdam yaratma gücü yüksek diğer bir branşını da seyahat acentaları oluşturmaktadır. Faaliyetleri 1618 sayılı seyahat acentaları yasasıyla düzenlenen acentalar, çalışma alanlarına göre A-B-C grubu olmak üzere üç farklı gruba ayrılırlar. A grubu bir seyahat acentasından en az 1 sorumlu müdür, 2 enformasyon memuru ve 1 tercüman rehber çalışması zorunluluğu bulunmaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren 1636 adet A grubu, 176 adet B grubu ve 168 adet C grubu olmak üzere toplam 1980 adet seyahat acentası da konaklama tesislerindeki kadar olmasa bile istihdam yaratma imkanı bulunur.

Yine çok daha az istihdam yaratma olanağına sahip olmakla birlikte sektördeki diğer bir faaliyet alanı olan oto kiralama (Rent a car) birimlerini de belirtmekte fayda vardır.

Turizm sektöründe çalışmaların % 75'inin konaklama tesislerinde, geri kalan oranın da turistlerin besleme, ulaşım, eğlence, hediyelik eşya üretimi ve satımı gibi sektörün dolaylı olarak ilişkide bulunduğu branşlarda istihdam edilir. Bütün bu işgücü yaratma imkanı bulunan üniteler birlikte değerlendirildiğinde turizm sektörünün bu geniş yelpaze üzerinde yarattığı istihdamın önemi daha iyi anlaşılır.

Turizmin ekonomide yarattığı etkilerin yanısıra turistik harcamaları gelir olarak elde eden sektörlerde de ikinci derecede istihdam yaratılmasına neden olur. Bu istihdamın boyutları turizmin gelişmesine ve turistik talebin yoğunluğuna bağlı olarak değişkenlik gösterir. Turizmin gelişmesine uygun olarak, bir yandan turistik tesislerin inşası hızlanırken, diğer yandan turizm sektö-

rünün kendisinin işgücüne olan talebi artar. Ancak turizm sektörünün olduğu gibi inşaat sektörünün de genel olarak mevsimlik karakterde olması yaratılan istihdamın belli dönemlerde yoğunlaşması, belli dönemlerde de nisbeten bir durgunluğa giriyor olması, yaratılan istihdamın kesintiye uğramasına neden olur. Fakat her iki sektörde de sezon dışında istihdam tamamen durmaz.

Turizm sektöründe yaratılan istihdamın kendine özgü diğer özellikleri içinde turizm mevsiminde ihtiyaç duyulan yetişmiş personele yüksek ücret ödenmesi ve bu dönemde niteliksiz işgücü ihtiyacının kırsal kesimden sağlanması, turistik tesisin büyüklüğüne bağlı olarak personel çalıştırılması, sektörde çalışan kadın personel sayısının diğer sektörlerle oranla daha yüksek olması gibi farklılıklar sayılabilir.

Bunun dışında, turizm sektörünün geliştiği bölgede ekonomide bir canlanma gözlenirken, turizm talebinin karşılanması amacıyla yapılan yatırımlarda ve çalışanların sayısında artış kaydedilmesi, turizm faaliyetlerine dayalı olarak kalkınmanın sağlandığının bir işareti olarak kabul edilebilir.

VI) Turizmin Altyapı Üzerindeki Etkisi

Herhangi bir bölgenin turizme açılabilmesi altyapı, ulaştırma ve yerel kıymetlerin tamamlanmasıyla mümkündür.

Ekonomik olarak pek göze çarpmamakla birlikte altyapının tamamlanması turistlere olduğu kadar bölge halkına da hizmet verdiğinden kamu sektörünün özel ilgi gösterdiği bir konudur. Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik yörelerde varolan altyapı sistemlerinin geliştirilmesi olanak dahiline girer. Gelişen altyapı, üstyapının hazırlanmasını hızlandırır. Alt yapı ve üstyapı gelişimini tamamlayan bölgeler ise kendilerini turizm faaliyetleri içinde bulurlar. Böylece turistik yöre, turizmin avantajlarından yararlanmaya başlamış olur. Turizmin gelişebilmesi altyapı olanaklarının varlığı ile orantılıdır denilebilir. Bir yandan gelişen turizm, altyapının gelişmesi için imkan tanırken, gelişen altyapı olanaklarına bağlı olarak, turistik faaliyetlerde artış sağlar.

Altyapı kapsamı içinde su, enerji, haberleşme, kanalizasyon, yerel-bölgesel ulaşım, otoparklar, spor kompleksleri ve toplantı salonları gibi birimler yer alır. Genel ulaştırma ve belediye hizmetlerinin birlikte geliştiği düşünülürken, alt yapı ve turizm altyapısı birbirinden ayrılamayacağı gibi sektörlere göre bölünmesi de söz konusu değildir.

Herhangi bir kişinin turist sıfatını kazanabilmesi için vazgeçilmez şartlardan birisi olan ulaştırma kısa veya uzun, bir veya birden çok ulaşım aracı kullanılmak suretiyle turistin turizm mahalline ulaşmasını sağladığından turizm olayının başlangıcı olarak değerlendirilir. Buna dayalı olarak turizm bölgesi olmak arzusunundaki ve bu potansiyele sahip yörenin öncelikleri olarak altyapı üniteleri içinde ulaşım sorununu çözmek zorunluluğu bulunur. Ancak belirtilmesi gereken önemli bir nokta ulaşım amacıyla yapılan herhangi bir yolun, havaalanının veya limanın turizm sektörüne olduğu kadar bölge ekonomisindeki diğer sektörlerce de kullanılacağıdır.

Öte yandan ulaşım imkanları genişleyen bir turistik bölgenin turizmi, kitle turizmine yönelme eğilimini kazanır. Bunun dışında salt turistlere yönelik teleferik, dişli tren gibi özel ulaşım araçlarının varlığı da bilinmektedir.

Ulaştırma sektöründeki gelişmeler veya iyileştirmeler sonucu bölgeye gelen turist artık içme suyu, pis su, ısıtma, aydınlatma, otoparklar, peyzaj, terminal, rekreasyon tesisleri, hayvanat bahçesi, haberleşme olanağı, plaj, büfe ve hatıra eşyası satıcıları gibi tatilini geçirdiği mahalde hayatını kolaylaştıracak diğer birimlerinin yeterli kapasite ile hizmet vermelerini beklemektedir.

Tüm bunlar dışında bir turizm bölgesinde aranan diğer altyapı üniteleri arasında turizmle doğrudan veya dolaylı ilişkileri bulunan enformasyon büroları, turizm polisi, çevreyi koruma ve güzelleştirme kurumları ve turizm personeli yetiştiren kurumlara da gereksinim duyulmaktadır. Ayrıca turistik yörelerdeki kamu kuruluşları, mahalli idareler, bazı dernekler ve gümrük memurları zaman zaman faaliyetlerini turistlere göre düzenlediklerinden turistik altyapı unsurları olarak kabul edilebilirler.

VII) Turizmin Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi

Hizmetler sektörü kapsamında kendine yer bulan turizm, kendine özgü nitelikleri sebebiyle diğer sektörlerle sıkı bir işbirliği içindedir. Turistik ihtiyaçların giderilmesinde diğer sektörlerden yararlanmakla kalmadığı gibi, bazı sanayi kollarını içine almakla, bazılarını kendi ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirirken, bazılarını da yeniden meydana getirmektedir.

Turistler ile bölge halkının bazı ihtiyaçları ortak olmakla birlikte turistlerin konaklama, beslenme, eğlence, oyun ve spor gibi aktivitelere olan talebi yöre halkından çok farklıdır. Bu fark, turistik yaşantının doğurduğu hizmetler, sanat ve ticaret biçimlerinin çeşitlenmesine neden olur.

Turizmin her gelişme döneminde ekonominin diğer sektörleri üzerinde yarattığı etki farklıdır. Turizm gelişiminin birinci aşamasında yöre insanının diğer sektörler üzerindeki etkisi ne kadarsa o kadardır. Gelişmesini sürdüren turizmin sonraki dönemde inşaat ve sanayi sektörleri içersindeki etkisi artar. Bu dönemde konaklama tesisi inşaatı, yol yapımı, kamp alanları tesisi, yiyecek-içecek ve eğlence tesisleri yapımı belli bir hız kazanır. Sonraki aşamada turistlerin rahatını sağlamaya yönelik hizmetler ve işlenmiş gıda maddeleri tüketimi artar. Gelişme trendini sürdüren turizmde güvenlik fonksiyonu ön plana çıkarken, bankacılık ve sigortacılık faaliyetleri önem kazanır. Son dönemde ise lüks turizm sözkonusudur ve sektöre mal ve hizmet veren kuruluşların üretim kaliteleri en üst düzeye çıkar.

Bu durum turizmin diğer sektörler üzerinde yarattığı dolaylı ve dolaysız etkilerin sürekli olmasına neden olurken, turistik ürünlere ödenen yüksek ücretler diğer sektörlerin de dikkatlerini turistik faaliyetlere yöneltmelerine neden olur. Bu ise turistlere sunulan hizmetlerin kalitesinin daha da artmasına olanak tanır.

1) *Turizm-Tarım Etkileşimi :*

Gelişen turizm faaliyetlerinin tarımsal üretim üzerinde kalitenin artması, standardizasyonun sağlanması ve bu nitelikte üretilen mahsüllerin değerinde pazarlanabilmesi sonucunu doğurur.

İç ve dış turistlerin taleplerinin belli bir mevsimde yoğunlaşması tarımsal ürünlerin fiyatlarının yükselmesine, dolayısıyla ziraat ile uğraşan yöre halkının kazançlarının artmasına neden olur. Öte yandan turfanda sebze ve meyveye olan talep artarken, hayvancılık ve süt ürünleri de turizm piyasalarında alıcı bulur. Ancak tüm bu olanaklardan yararlanabilmek için çiftçilerin yetiştirdikleri ürünlerin kalitesinin dünya standartları düzeyinde bulunması zorunludur.

Turizmin tarım ürünleri üzerindeki bu etkisi dışında kırsal nitelikli evlerin çiftlik turizmi kapsamında, tarım dışı arazinin de kampingler ve karavan turizmi amacıyla değerlendirilmesi sonucu kırsal bölgede yaşayan halkın gelir düzeyini artırıcı etkisi bulunur. Turizmin kırsal yöre üzerindeki son bir etkisi ise turizm mevsiminde ihtiyaç duyulan vasıfsız işgücü kaynağı olarak bu yörelerin değerlendirilmesi şeklinde gerçekleşir.

2) Turizm - Sanayi Sektörü İlişkisi :

Turizm sektörünün gerek duyduğu içki, gıda ve tütün mamüllerinin üretim standartları yüksek tutularak ve çoğunlukla turistik tüketim amacıyla üretilmesi yanısıra tekstil ve giyim sanayiinde ülke veya yörenin özelliklerini yansıtan ve turistlerin ilgisini çeken ürünler ihracata uygun niteliklerde üretilir.

Arz malı üreten sektörler olarak deri, seramik, cam, demir-çelik sanayileri faaliyetlerini turistik talebe uygun olarak deri ve deri konfeksiyon, hediyelik eşya imalatına özen gösterirler.

Turizmin yatırım malı üreten sanayi üzerindeki etkisi nispeten sınırlıdır. Karavan turizminin gereksinimi için motorlu kara taşıtlarında yapılan değişiklikler ile kruvaziyer turizminin ihtiyacı için üretilen gemiler bunların başlıcalarıdır.

Gelişen turizm faaliyetleri inşaat sektöründe ek bir canlanmaya neden olur. Ayrıca bu etki yalnızca inşaat sektörünün hareketlenmesiyle sınırlı olmayıp, sektörde çalışanların gelirlerinin artmasına olanak tanır. Turistik tesislerin inşaaından etkilenen yalnızca inşaat sektörü olmayıp, diğer iş kolları da bu faaliyetler içine girerler. Örneğin turistik tesis yapımı için yapılacak yatırım

dağılımı % olarak şöyle hesaplanmaktadır. İnşaat giderleri % 45-55, tesisat giderleri % 20-25, mefruşat ve teçhizat giderleri % 20-25, beklenmeyen giderler % 3-4.

Turistik faaliyetlerde önemle üzerinde durulan diğer bir unsurun temiz ve sağlıklı bir çevre olması doğal peyzajın korunması gibi özellikler sanayi kuruluşlarının çevreye karşı daha duyarlı olmaları sonucunu doğurur. Yakıt tanklarının toprağa gömülerek üzerinin yeşillendirilmesi, enerji nakil hatlarının yer altından geçirilmesi gibi önlemler bu kaygının eseridir.

3) *Turizm - Hizmet Sektörü Etkileşimi :*

Turizm yöresi olarak belirlenen bölgede yatırımların artması bölge ekonomisi üzerinde kendini hissettirirken, turizm sektörüne bağlı olarak gelişen tali iş kollarının kendilerini bu değişime uydurmaları kaçınılmaz bir sonuç olarak karşımıza çıkar. Ticaret, sanat ve hizmet branşlarında turistlere, turistik faaliyetlere yönelik üretilen mal ve hizmetlerin kalitesi talebe bağlı olarak artar. Bankacılık ve sigortacılık, moda evleri, çiçekçi, pastane ,parfümeri, kuyumcu, eğlence merkezleri, inşaat işçiliği ve antikacılar gibi turizimden dolayı olarak etkilenen iş kollarındaki hizmet ve mal kalitesinin yükselmesi kaçınılmazdır.

S O N U Ç :

Bütün bu parametreler göstermektedir ki, turizm Türkiye ekonomisi için vazgeçilmez bir kaynaktır. Özellikle 1980 sonrasında sektörün kazandığı gelişme ivmesi başlangıçtaki hızında olması bile devam etmektedir.

Ülkemiz dünya turizm pazarından ancak % 1,5 civarında pay almasına rağmen, bu düşük oran bile dış ödemeler dengesinin kurulmasında turizm sektörünün kendini hissettirmesine neden olurken, toplam dış borçların % 5'inin bu sektörce karşılanmasına olanak tanır. Bu değerler turizm gelirlerinin ekonomik döngü içinde çarpan mekanizmasının devreye girmesiyle birlikte gerçekte görüldüğünden daha büyük oranlara varmaktadır.

1995 yılında turizmden elde edilen yaklaşık 5 milyar doların «ekonomik çarpan» etkisiyle iki misli, hatta daha fazla büyümesi, turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisindeki etkilerini gösteren bütün istatistiki değerlerin iki katı olması gerektiğini düşündürmekte, sektörden ülke ekonomisinin ve toplumun hangi ölçülerde yararlandığı daha gerçekçi bir şekilde ortaya konmaktadır.

Ülkemize gelen 8 milyonun üzerindeki yabancı turiste ilave olarak, iç turizm hareketine katılan milyonlarca kişinin, tatillerini geçirdikleri yörelerdeki temel ihtiyaçlarının giderilmesi için konaklama, beslenme, hediyelik eşya, alış-veriş ve ulaşım sektörleriyle turistik faaliyetlerden dolayı olarak etkilenen tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinde yaratılan sirkülasyonun ekonomide meydana getirdiği canlılık, öncelikle turistik yörelerde daha sonra da ülke genelinde refah düzeyinin artmasına neden olabilecek düzeyde önemli bir olaydır. 300 bine yaklaşan belgeli yatak sayısının yanısıra 350 binin üzerindeki belediye belgeli yatak sayısı ve yakın gelecekte faaliyete geçmesi beklenen 200 binin üzerindeki yatırım belgeli yatak sayısı ile toplam bir milyona yaklaşan yatak kapasitemiz, yeme-içme birimleri, eğlence üniteleri ve alış-veriş merkezleriyle Türkiye bir turizm ülkesi olma aşamasında önemli mesafeler katetmektedir. Ülkemizi turizm sektörüne yatırım yapmaya iten sebep ise sektörün ekonomimize sağladığı olanaklardır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Aruba, Ç., Alpar, C.-1992, Türkiye Ekonomisi «Sektörel Gelişmeler», Türkiye Ekonomi Kurumu Yayını.
- Ayözcan, A., Oğuzhan, Ö.-1995, Türkiye'de Turizm Sektöründeki Gelişmeler ve Türkiye Kalkınma Bankasının Rolü, TKB Yay., Ank.
- Barutçugil, S. İ.-1986, Turizm Ekonomisi, İst.
- Diñer, M. Z.-1993, Turizm Ekonomisi ve Türk Ekonomisinde Turizm, İst.

- Dalı, Ö.-1974, Turizm Talebi ve Gelirler, Ank.
- Erbes, R. (Çev. Altuğ, C.)-Milletlerarası Turizm ve Gelişme Yolundaki Ülkeler.
- Erdoğan, O.-1995, Turizm Sektörü, İMKB Yay., İst.
- Göksan, E.-1968, Turizm Ekonomisi ve İşletmeciliği, İzmir.
- Göksan, E-Turizmoloji, İzmir.
- İlkin, A., Dinçer, M. Z.-1991, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, Ank.
- Kozak, N. Akoğlan, M., Kozak, M.-1996, Genel Turizm, Ank.
- Lök, H.-1995, Avrupa Birliğine Entegrasyonda Türk Turizm Sektörünün Rekabet Şansını Arttırıcı Yeni Teşvik Politikaları, Sınai Yatırım ve Kredi Bankası A. O. Yay, İst.
- Olalı, H., Timur, A.-1988, Turizm Ekonomisi, İzmir.
- Olalı, H., Timur, A.-1986, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, İzmir.
- Özdemir, M.-1992, Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri, Ank.
- Şıklar, İ.-Turizm Ekonomisi, Anadolu Üniv. Turizm ve Otel İşletmeciliği Y. O. Yay., İst.
- TDY (Turizm Yatırımcılar Derneği)-1992, Turizm Yatırımlarının Ekonomiye Kalkıkları, İst.
- Tolungüç, A., Özhan, L.-Turizm Sektörü.
- Tolungüç, A.-1990, Türkiye'nin Dış Tanıtım ve Turizm Sorunları, A. Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, Ank.