

# TÜRKİYE TURİZM SEKTÖRÜ'NDE KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN FİNANSAL ANALİZİ

**Yard.Doç.Dr. Aslı AFŞAR**  
Anadolu Üniversitesi  
Esk.Mes.Yük. Okulu

## ABSTRACT

Because of many reasons such as affecting greatly upon balance, creating employment and revenues, having too high value added improving infrastructure and contributing other economic sectors, the tourism sector has an important role in the economics of the countries.

The tourism industry has very close relations with finance sector so that developments are possible by having financial power in ourdays. For thus reason, if Turkish finance situation is considered, it is obvious that Turkey will face serious problems in the tourism sector.

In this study, the tourism industry which is seen as rescue sector and the hospitality sector of tourism industry are analysed in financial terms, particularly in last decade.

## ÖZET

Turizm sektörü, çok yönlülüğü yanında gerçekleştirdiği hizmetlerin kendine özgü karmaşıklığı ile de diğer sektörlerden farklı bir yapı arz etmektedir. Öncelikle turizm sektöründe arzın yaratılması için çok yüksek tutarlarda yatırım gerekliliği, tüketicilerin zevk, moda ve alışkanlıklarının değişmesi gibi nedenlerle turizm işletmecilerinin sahip oldukları varlıkları, ekonomik ömürleri dolmadan yenileriyle değiştirmek zorunda kalmaları, sektörün hizmet üretmesi nedeniyle büyük ölçüde insan gücüne dayalı bir sektör olması, turizm sektörünü diğer sektörlerden farklılaştırmaktadır. Diğer taraftan, turizm talebinin önceden kesin biçimde öngörülmesi güç olan ekonomik ve politik koşullara bağlı olduğundan, talep dalgalanmalarından anında etkilenmesi sektörde hizmetlerin önce pazarlanması, daha sonra tüketilmesi, bir başka deyişle üretim ve tüketimin eş zamanlı olması hizmetlerin genellikle soyut özellikte olması, her turist tipinin sosyo-ekonomik, demografik ve sosyo-psikolojik özelliklerine uygun olarak mal ve hizmetlerin sunumunun farklılaşması da turizm sektörünü diğer sektörlerden ayırt edici özelliktedir. Turizm sektöründe, arz öğeleri de bu karmaşık yapıdan dolayı çok sayıda bileşen ürünün kombinasyonu olan başka bir ürün olarak ortaya çıkmaktadır.

Günümüzde turizm sektörü, ödemeler dengesine etkisi, istihdam ve gelir yaratması, katma değerinin çok yüksek olması, alt yapı ve üst yapının geliştirilmesini sağlaması ve diğer ekonomik sektörlerle katkısı gibi nedenlerle ülke ekonomileri açısından önemli bir yere sahiptir.

Dünya ekonomisiyle bütünleşme, büyüme hızını artırma ve yüksek enflasyonla mücadele ederek milli gelir seviyesini yükseltme gibi makro ekonomik hedefleri olan Türkiye çok yüksek bir döviz getirisi olan turizm sektörüne gereken önemi, planlı kalkınma döneminin başından beri vermektedir.

Ödemeler dengesinin gelir kalemleri arasında önemli bir yer tutan turizm gelirlerinin sektördeki yatırımlara paralel olarak artması ile, turizm gelirlerinin kayıtlı ihracat gelirleri içindeki payı, 1995 yılında %23'e, 1996 yılında %24'e, 1997 ve 1998 yıllarında %27'ye yükselmiştir. 1999 yılında ise %20'ye gerilemiştir. 1999 yılında dünya çapında yaşanan finansal krizler, yaşana deprem felaketleri ve rezervasyon iptalleri nedenleriyle, hem turist sayısında hem de turizm gelirlerinde azalma olmuştur.

Sektörün en önemli sorunu, zayıf bir mali yapısının bulunması nedeniyle sektöre yapılan hibe, sübvansiyon ve teşviklerle yatırımlarını önemli ölçüde artıran rakip ülkelerin bulunduğu uluslararası pazarda rekabet gücünün azalmasıdır. Diğer önemli sorunları ise, kurumsal ve mevzuata ilişkin sorunlar, uluslararası ilişkilerdeki sorunların turizme yansması, ülke içinde ve dünya piyasalarında meydana gelen finansal krizler, turizm sektöründe istihdam edilecek kişilerin eğitim yetersizliği ve turistik bölgelerdeki alt yapı ve üst yapı sorunları olarak sayılabilir.

Enflasyonla mücadele programının çapa olarak kullanıldığı döviz kuruunu dalgalanmaya bırakması ile piyasalarda meydana gelen fiili devalüasyon sonrası, Türkiye'nin ekonomik alanda umudu olarak turizm ve ihracat gösterilmeye başlanmıştır.

Turizm endüstrisi pazarının finans sektörü ile iç içe geçtiği, dolayısıyla gelişimin artık büyük oranda finans gücüyle mümkün olabildiği bu süreçte, Türkiye turizm sektöründe ciddi sorunlarla karşı karşıyadır.

Bu çalışmada, özellikle bu dönemde kurtarıcı gözüyle bakılan turizm sektörünün gelişimi ve sektörün temel taşları olan konaklama işletmelerinin finansal analizi yapılacaktır.



## 1. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİM TRENDİ

Turizm sektörü, turizm aktivitelerinin arz ve talep dengesi ile ekonomide hizmetler sektörünün bir alt sektörü olarak ortaya çıkar. Turistik bir ürünün bir piyasada değer bulması ve bu ürünün fiyat kazanmasında özellikle emek gücünün bulunması, turizmi bir hizmet sektörü yapmaktadır<sup>1</sup>.

Turizm sektörünün kapsamını belirleyen dallar aşağıda verilmektedir<sup>2</sup>:

- Otel, yemek ve içecek kuruluşları,
- Ulaştırma şirketleri,
- Tur operatörleri ve seyahat acenteleri,
- Turizme ilişkin yazılı ve görsel medya-araştırma kurumları,
- Konferans, kongre merkezleri, ticaret odaları, bölge birlikleri ve devlet kurumları.

Zengin bir turizm potansiyeline sahip olmasına karşın, 1980'lerin ilk yarısına kadar, havayolu ulaşımında koltuk, konaklamada da yatak kapasitesinde yeterliliğe sahip olmayan Türkiye'nin uluslararası pazarda varolabilmenin gerektirdiği ölçekte arza sahip değildi. O günkü mevcut havayolu ulaşımı ve yatak kapasiteleri ile uluslararası pazara çıkmaya karar verdiğinde, işe yatırımları hızlandırıp genel olarak arzı, özel olarak da yatak arzını artırmakla başlaması, eksikliklerine karşı doğru bir politikaydı.

### 1.1. Arz ve Talep

Turizmde arz, diğer sektörlerdeki ürünlerin arzına göre çok farklı özellikler taşımaktadır. Arzın genel tanımı çerçevesinde turizmde arz, turistik faaliyetlere ilişkin doğal, kültürel, tarihi ve diğer cazibe yaratan unsurlar dahil olmak üzere, bölge dışı insanlara sunulan mal ve hizmetlerin tümü olarak ifade edilebilir<sup>3</sup>.

Türkiye'de 1960'lı yıllarda turizmin ekonomiye katkısı ve önemi vurgulanmaya başlanmıştır. Planlı ekonomiye girildiği 1963 yılından 1980 yılına kadar, turizm yatırımlarına ayrılan pay ülkedeki toplam sabit yatırımların %7'si, turizmin GSMH'daki payı %6 olmuştur.

1980'li yıllara girerken, turizmin Türkiye ekonomisinin beklentilerini karşılayamadığı görülmüştür. 1980'lerin ilk yıllarında gerekli yasal düzenlemeler yapılmış, turizm teşvik yasaları çıkarılmıştır. Turizme büyük önem verilerek "kalkınmada özel önem taşıyan sektör" kapsamına alınmış, yatırımcılar için

<sup>1</sup> Anhea ROGERS, Judy SLINN, **Tourism: Management of Facilities**, Pitman Publishing, London, 1993, s. 5.

<sup>2</sup> Oral ERDOĞAN, **Turizm Sektörü**, İMKB Sektör Araştırmaları Serisi No: 6, İstanbul, Ekim 1995, s. 5.

<sup>3</sup> Donald E. LUNDBERG, M. Krishnamoorthy, Mink H. Stavenga, **Tourism Economics**, John Wiley & Sons Inc., New York, 1995, s. 31.

"nakdi" teşvik araçları devreye sokulmuştur. Alınan bu önlemler sonunda 1980-1985 yılları arasında hem yatak sayısı, hem de turizm geliri çok yükselmiştir<sup>4</sup>. Turizm sektörü, 1984-1990 yılları arasında yılda ortalama %12.1 büyüyebilen tek sektör olmuştur. Türkiye'de ilk kez 1983 yılında başlayan teşvik uygulaması ile bugünkü tesis kapasitesi ve iş hacmine ulaşılmıştır. Ancak, 1991 yılında denetlenemediği gerekçesiyle kaldırılan teşviklerin rakip ülkeler düzeyinde başlatılması gerekmektedir. Sektörde halen gayrinakdi teşvik uygulaması sürüyor ancak bu yatırımcıları tatmin etmiyor<sup>5</sup>.

Teşviklerin kaldırılması ile Türk turizm sektörü, gelişmesine sürdürülebilir nitelik kazandıramamış, göreceli olarak gerilemiştir. Türkiye'de turizm sektörünü değerlendirirken, arz ve talep yapısını incelemek için öncelikle sektör yatırımlarının toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payı aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 1: Turizmde Sabit Sermaye Yatırımları.**

Yıllar	Turizm (milyar\$)	Toplam (milyar\$)	Turizm/ Toplam (%)
1992	1082	37619	2.9
1993	1056	47834	2.2
1994	712	32060	2.2
1995	974	41182	2.4
1996	980	46314	2.1
1997	1050	51000	2.1
1998	1450	50120	2.8
1999	1625	41335	3.9
2000	1860	46940	4.0

**Kaynak:** DPT

Tablo 1'de görüldüğü gibi turizm yatırımlarının toplam sabit yatırımlardaki payı 1991 yılında %4 iken, 1996 ve 1997'de %2.1'e kadar düşmüş, 2000 yılında ise ancak 1991'deki orana yükselbilmiştir.

Türkiye'de turizm sektörü kapasitesinin değişimini göstermek için, Turizm Bakanlığı'ndan belgeli tesis ve yatak sayısı aşağıda verilmiştir.

4 **Turizm Yatırımlarının Ekonomiye Katkıları**, TYD, Nisan 1992, İstanbul, s. 82.

5 **Dünya Gazetesi Turizm-Otelcilik Eki**, 2 Nisan 2001, s. 10.

Tablo 2: Yıllara Göre Yatak Arzı ve Tesis Sayısı.

Yıl	İşletme Belgesi		Yatırım Belgesi	
	Tesis	Yatak	Tesis	Yatak
1991	1404	200678	1987	331711
1992	1498	219940	1938	309139
1993	1581	235238	1788	276037
1994	1729	265136	1578	240392
1995	1793	286463	1334	202483
1996	1866	301524	1309	202631
1996	1866	301524	1309	202631
1997	1933	313298	1402	236632
1998	1954	314215	1365	249125
1999	1907	319313	1311	245543
2000	1824	325168	1300	243794

**Kaynak:** T. C. Turizm Bakanlığı

2634 sayılı Turizmi Teşvik Yasası ve buna dayanarak çıkarılan Kamu Arazilerinin Turizm Yatırımlarına Tahsisi Yönetmeliği çerçevesinde 1983 yılında başlatılan uygulama sonucunda 20 milyon metrekaarelik kamu arazisi turizm yatırımlarına tahsis edilmiştir. Yüzde 65'i inşaatçı firma ve kişilere, yüzde 15'i turizmcilere geri kalanı değişik kesimlere yapılan bu tahsisler üzerine kurulan tesislerde 100 binin üzerinde yatak kapasitesi turizm sektörüne kazandırılmıştır. Gerçekte o dönemde, yalnız yatak arzının artırılması değil aynı zamanda yeni havaalanları, yat limanları, havayolu ulaşım olanakları gibi ciddi bir altyapı yatırımına gidilmiştir<sup>6</sup>. Bu yolla 1983 yılında 65 bin olan Turizm Bakanlığı'ndan belgeli toplam yatak sayısı 2000 yılının sonunda işletme belgeli 325.168, yatırım belgeli de 243.794 olmak üzere toplam 568.962 olmuştur.

Dış turizm talebini incelemek için yıllara göre Türkiye'ye gelen yabancı sayısı aşağıda gösterilmektedir.

<sup>6</sup> <http://www.turizm gazetesi.com/yorumlar/yorumlar08.shtml>

Tablo 3: Yıllara Göre Yabancı Ziyaretçi Girişleri (Bin kişi).

Yıl	Ziyaretçi Sayısı
1991	5517
1992	7076
1993	6500
1994	6670
1995	7726
1996	8614
1997	9689
1998	9752
1999	7487
2000	10428

**Kaynak:** T. C. Turizm Bakanlığı

Yabancı turist girişi, ilk olarak Körfez Krizi ile azalma göstermiştir. Daha sonra 1999 yılında yaşanan finansal krizler, Marmara Bölgesinde yaşanan deprem felaketleri ve rezervasyon iptalleri nedenleriyle hem turist sayısında, hem de turizm gelirlerinde azalma olmuştur. Türkiye'nin yaz turizminin yanı sıra kış turizmini canlandırması ve ülke riskliliğini azaltması ile yabancı turist sayısında önümüzdeki yıllarda da artış olacağı beklenmektedir.

Tablo 4:Yabancı Turistlerin Türkiye'yi Tercih Nedenleri (%).

Fiyat	25
Türk Halkını Tanıma	20
Türkiye Merakı	19
Kültürel Etkinlikler	15
Ucuz Alışveriş	15
İş Olanakları	6
Kaliteli Ürünler	3
Türk Mutfağı	2

**Kaynak:** DiE

T.C. Turizm Bakanlığı anketlerine göre, Türkiye'nin tercih edilmesinde temel faktör, uygun yaz turizm olanaklarının diğer ülkelerle karşılaştırmalı olarak ucuza sunulabilmesidir. Yabancı turistler tarafından Türkiye'nin tercih edilmesinde diğer önemli faktörler de Türk halkını ve Türkiye'yi merak etmeleridir. Türk mutfağı için gelenler ise çok küçük bir yüzdeyi oluşturmaktadır.

## 1.2. Kapasite Kullanım ve Personel Verimliliği

Turizm sektöründe verimliliği ölçmede kullanılan oran kapasite kullanım değeridir. Bu oranın incelenmesi ile gerçekleştirilen turizm yatırımının talebe uygun tesbit edilip edilmediği anlaşılabilir.

**Tablo 5: Tesislerde Doluluk Oranları (DO) ve Ortalama Kalış Süreleri (OKS).**

Yıllar	Doluluk Oranları (%)			Ortalama Kalış Süresi (Gün)		
	Yerli	Yabancı	Toplam	Yerli	Yabancı	Toplam
1990	16.4	31.7	48.1	1.9	3.4	2.7
1991	17.0	20.6	37.6	2.1	4.0	2.8
1992	17.6	32.2	49.8	2.2	4.5	3.3
1993	16.6	29.3	45.9	2.0	4.2	3.3
1994	14.5	24.6	39.1	2.0	4.4	3.1
1995	16.1	30.8	46.9	1.9	4.0	2.9
1996	15.9	35.3	51.2	2.0	4.0	3.0
1997	16.0	38.6	54.6	1.9	3.8	2.9
1998	15.6	30.6	46.1	2.0	4.0	3.0
1999	16.7	20.4	37.1	2.1	4.3	2.9

**Kaynak:** T.C. Turizm Bakanlığı

Kişi başına geceleme açısından dikkati çeken, yerli gecelerin pek değişmemesi ve yabancılara göre daha az olmasıdır. Yabancıların kişi başına geceleme süresi 1992 yılında 4.5 olmuş ancak daha sonraki yıllarda azalmıştır. Doluluk oranları da genelde %50'nin altında gerçekleşmiştir. Düşük kapasite kullanım oranının bir sebebi tatil amaçlı turizm olduğu belirtilebilir.

**Tablo 6: Turizmin İstihdam İçindeki Payı (%).**

Yıllar	Pay (%)
1990	11.3
1993	11.6
1996	12.4
1997	13.1
2000	14.0

**Kaynak:** T. C. Turizm Bakanlığı

Turizm sektörünün yapısal özellikleri, diğer sektörlerden farklı olması sonucunu doğurmaktadır. Turizm sektöründe makineleşme ve otomasyon bazı bilgisayar sistemlerinin kullanımı dışında oldukça sınırlıdır. Bu nedenle turizm, sektörde emek yoğun üretimin hakim olması nedeniyle yüksek oranda doğrudan istihdam etkisi yaratırken, sektöre mal ve hizmet veren diğer yan sektörlerde yeni iş olanakları sağlayarak istihdam etkisi yaratmaktadır<sup>7</sup>. Katma değeri çok yüksek bir endüstri olan turizmin yarattığı dolaylı istihdamın, doğrudan istihdamın 1.5 katı olduğu tahmin edilmektedir<sup>8</sup>.

### 1. 3. Makro-Ekonomik Değerlendirme

Bir ülkenin ekonomik performansına turistik harcamaların yaptığı katkının önemi, gayri safi milli hasıladaki payı ile ölçülür. Bu bakımdan GSMH, turizmin parasal sonuçlarının ölçümünde en önemli araçlardan biridir. Turizmden önemli bir döviz kazancı olmayan ülkenin, turizm sektörünün çıktısının GSMH' da ki payı muhtemelen küçük bir oran oluşturacaktır. Bu özellik, bütün gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğu için geçerlidir. Turizmin GSMH'ya yaptığı katkıyı hesaplamakla, turizmin ekonomik önemi ölçülmüş olur ve bu kıstas sayesinde uluslararası turizm gelirlerini ulusal gelir veya toplam ihracat ile karşılaştırmak mümkün olur ki, bu ölçümlerden her biri turizmin ekonomik öneminin farklı bir yönüne işaret eder<sup>9</sup>.

Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payının %5 ve daha fazla olması, ülkenin turizm ülkesi ve ekonomisinin kısmen turizme bağlı olduğunun göstergesidir<sup>10</sup>. Tablo 7'de görüldüğü gibi turizmin ekonomi içindeki önemi giderek yükselmektedir.

**Tablo 7: Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Yeri (%)**

Yıllar	GSMH (1) (milyon\$)	Turizm Geliri (2) (milyon\$)	Oran 2/1
1963	7422	7.7	0.1
1970	9951	51.6	0.5
1980	57198	326.7	0.6
1990	150060	3225	2.1
1998	204611	7277	3.5
1999	187000	5203	2.8
2000	202000	7636	3.8

**Kaynak:** TCMB

7 Orhan İÇÖZ, Metin KOZAK, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 1998, s.219

8 <http://www.tursab.org.tr/12.htm>

9 Harun ERDOĞAN, **Uluslararası Turizm**, U.Ü. Basımevi, Bursa, 1996, s. 245-246.

10 Şükrü YARCAN, **Turizm Endüstrisinin Yapısı**, Boğaziçi Ü. Matbaası, İstanbul, 1995, s. 8.



Turizmden kazanılan döviz gelirlerinin ihracat içindeki payı ise, gelirlerin ödemeler dengesine katkısını belirtir. Bir başka deyişle, ödemeler dengesinin gelir kalemleri arasında önemli bir yer tutan turizm gelirlerinin sektördeki yatırımlara paralel olarak artması ile, turizm gelirlerinin kayıtlı ihracat gelirleri içindeki payı 1963'te %2.1 iken, 1998 yılında bu oran 28.9'a kadar yükselmiş, 2000 yılında ise 27.8 olarak gerçekleşmiştir. Son yıllarda, turizm geliri artış oranı, turist sayısının artış oranından düşüktür. Bunun nedeni de, Türkiye'nin turistik ürününün ucuz tatilci paket turlara dönüşmesi sonucunda turizm gelirlerinin gerçekte azalmasıdır<sup>11</sup>.

**Tablo 8: Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Yeri (%).**

Yıllar	Turizm Geliri (2) (milyon\$)	İhracat (2)	Oran 1/2 (milyon\$)
1963	7.7	368	2.1
1970	51.6	588	8.8
1980	326.7	2910	11.2
1990	3225	12960	24.9
1998	7177	27000	28.9
1999	5203	26600	19.5
2000	7636	27300	27.8

**Kaynak:** TCMB

## 2. TURİZM SEKTÖRÜNÜN DİĞER SEKTÖRLERE SAĞLADIĞI KATKI

Turizmin genel ekonomiye katkısının yanısıra, bazı sektörler de oldukça büyük katkısı bulunmaktadır. Turizme ilişkin beklentinin her geçen gün artması üzerine, turizmin diğer sektörler için önemini anlaşılabilirliği için, turizme yapılan yatırımlardan dolayı bugüne kadar hangi sektöre ne kadarlık bir pazar yarattığı, daha da önemlisi şu anda devam etmekte olan yatırımlarda önümüzdeki dönemde hangi sektör için ne kadarlık bir pazar doğacağına bilinmesi gerekmektedir. Turizm yayıncısı Ekin Yazım Merkezi Araştırma Birimi'nin, DİE ve Merkez Bankası verilerini baz alarak yaptığı araştırmaya göre, turistik tesisler bugüne kadar çeşitli sektörler toplam 4.3 milyar dolarlık bir pazar yarattı. Bu araştırma, turistik tesislerin mal ve hizmet alımında başvuru kaynağı olarak kullandığı Turizm Endüstrisi Kataloğunda yer alan 3200 firma ve 4 bini aşkın turistik işletmeye ait veriler üzerinden yapılmıştır<sup>12</sup>. Aynı araştırmaya göre, önümüzdeki dönemde hizmete girecek tesislerde de aralarında tekstil, mobilya, aksesuar, yiyecek, içecek gibi sektörlerin de bulunduğu diğer faaliyet alanlarına 3.1 milyar dolarlık bir pazar doğacak. Turizm sektörünün 6'sı temel, 32'si alt olmak üzere toplam 38 sektör ile girdi çıktı ilişkisi, dolayısıyla ekonomideki rolü artarak sürüyor.

<sup>11</sup> Harun ERDOĞAN, a.g.e., s. 208.

<sup>12</sup> <http://www.turizm gazetesi.com/araştırma/arin04.sthml.20000000>

Araştırmadan çıkan sonuçlara göre, 6'sı ana 32'si alt olmak üzere toplam 38 sektörün 28'i turizme yapılan yatırımlardan giderek büyüyen oranda pay almaktadır. Turizm sözkonusu sektörler için ciddi bir pazar yaratmaktadır.

Turistik tesis yatırımlarında bazı alanlarda yatırım bir kez yapılırken, kimi alanlar sık sık yenilemeye konu olmaktadır. Ayrıca bazı sektörlerin turistik tesislere tüketim malı sattığı dikkate alındığında Tablo 9'da yer alan rakamların, örneğin yiyecek içecek ya da temizlik ürünleri gibi rakamlar yalnız bir yıllık tüketimi ifade etmektedir. Bir başka deyimle, bu konulardaki tüketim harcamaları her yıl bir kez daha üstelik artarak yapılan harcamalardır.

**Tablo 9: Turizm Yatırımlarından Hangi Sektör Ne Kadar Pay Alıyor (Bin \$).**

Sektör	İşletmede Olan Tesislere Bugüne Kadar Satılan Mal ve Hizmetlerin Toplam Değeri	Yatırımı Devam Eden Tesislerin Hizmetine Girmesi ile Doğacak Mal ve Hizmet Talebinin Toplam Değeri
Mobilya	491.040	363.350
Kongre Sistemleri	360.088	274.600
Tesisat	330.595	165.265
Isıtma Soğutma	320.310	240.040
Yer-Duvar Kapl.	297.490	221.000
Yiyecek İçecek (*)	289.530	215.075
Masaüstü	284.115	215.290
Mutfak Ekipmanları	267.899	176.823
Kapı Pencere	241.009	186.031
Asansör	188.620	132.815
Sanat Ürünleri	178.676	145.635
Çamaşırhane	153.705	113.925
TV Sistemleri	149.375	114.335
Ses Işık	123.340	95.085
Havuz	116.960	89.424
Haberleşme	99.306	72.862
Aydınlatma	93.274	71.509
Tekstil	80.490	55.860
Aksesuar	64.930	38.960
Aritma Sistemleri	49.690	36.278
Personel Giyim	34.955	25.824
Rekreasyon	33.115	25.510
Yatak	31.841	23.566
Temizlik Ekip.	26.008	19.187
Otomasyon	24.930	18.225
Temizlik Ürnl. (*)	16.037	12.783
Güvenlik Sisteml.	15.218	12.873
Yönlendirme Levh.	5.965	4.363
<b>TOPLAM</b>	<b>4.358.511</b>	<b>3.166*</b>
* = Yıllık Tüketim		

Kaynak: Ekin Yazım Merkezi Araştırma Birimi

### 3. KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN ÖZELLİKLERİ

Turizm sektöründe, TCMB Bilanço Merkezinde 1995-1999 yılları arasında sürekliliği bulunan 330 firma incelenmiştir. Bu firmaların,

- 250'si oteller,
- 1'i kampingler ve diğer kısa süreli konaklama tesisleri,
- 5'i restoranlar,
- 18'i karayolu ile düzenli yolcu taşımacılığı,
- 30'u karayolu ile diğer yolcu taşımacılığı,
- 5'i tarifeli hava taşımacılığı,
- 40'i seyahat acenteleri ve tur operatörleri,
- 3'ü otomobil kiralama,
- 1'i sportif faaliyetler alanında faaliyet göstermektedir.

Katılımcı firmalar arasında, firma sayısı, istihdam, aktif toplamı, özkaynak toplamı ve net satışlar açısından önde gelen sektör, Oteller, kampingler ve diğer kısa süreli konaklama tesisleri, restoranlar alt sektörlerinin oluşturduğu Oteller ve Restoranlar ana sektörü olmuştur<sup>13</sup>. Turizm sektörü, İMKB' de da Lokanta ve Oteller ayrımı altında incelenmektedir. Bu nedenlerle, turizm sektörünün incelendiği bu çalışmada konaklama işletmeleri ile diğer işletmelerin farklılıklarının açıklanması gerekmektedir.

Turizm işletmeleri turizm sektörünün bir parçası olduğundan doğal olarak hizmet sektörü içinde yer almaktadır ve diğer işletmelerden farklı özellik göstermektedir. Bu özellikleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz<sup>14</sup>.

1. Turistik tesisler, özellikle konaklama tesisleri kuruluşta ve faaliyetlerinin devamında büyük ölçekte sermayeye gereksinim duyarlar. Başka bir ifade ile konaklama işletmelerinde bina, donatım, makine ve teçhizat gibi sabit değerler çok fazla yer tutmaktadır.
2. Kuruluşta büyük çapta sermayeye ihtiyaç gösteren konaklama işletmelerinde, sabit tesisler ortaya çıkarıldıktan sonra, işletme sermayesine düşülen ihtiyaç da masrafların artmasına yol açar.
3. Konaklama işletmelerinde hizmet başta gelen bir unsurdur. Hizmet en uygun şekilde ve kapasitede yapılmalıdır. Bu nedenle, modern işletmecilik ilke ve yöntemlerini uygulamak zorunda kalan turistik işletmelerde personelin daha çok sayıda ve daha nitelikli olması istenir. Konaklama işletmelerinde insan gücü diğer işletmelere nazaran daha yoğunur ve yoğun istihdam nedeniyle ücretler, işletme giderleri arasında büyük bir yer tutmaktadır.
4. Turizm sektörü yatırımlarının ulusal ekonomiye olan katkısı ve sosyal karlılığı yüksektir ve diğer sektörlerden daha fazladır.

<sup>13</sup> <http://makale.tcmb.gov.tr/sektor-2000/index.htm>

<sup>14</sup> Tuğrul ÖZEN, Şafak KURU, **Turizm Yatırımları**, İstanbul, 1998, s. 6.

5. Alt yapı tesis ilişkisi, turizm yatırım projelerinin hazırlanması aşamasında gözönünde tutulması zorunlu olan en önemli özellik ve kritik unsurdur.
6. Turizm talebi, ekonomideki diğer mal ve hizmetlere olan talebe göre bazı farklılıklar gösterir<sup>15</sup>. Turizm talebi kişisel harcanabilir gelirlerin kullanılması ile ilgilidir. Diğer bir deyişle, turizm talebi kişilerin gelirine bağlıdır ve talebin gelir esnekliği oldukça yüksektir. Turizm talebinin ikame olanaklarının fazla olması, turistik tüketimdeki tercihlere ekonomik, sosyal, politik ve mali nitelikteki faktörlerin etkisinin oldukça fazla olmasına yol açar ve talebin aşırı esnek olmasını sağlar. Turizm talebi mevsimlik bir özellik taşır ve turizm talebini yılın değişik mevsimlerine dağıtmak oldukça zordur. Bu, yeni ve değişik türde turizm yatırımlarını gerektirir. Bunun yanısıra, konaklama işletmelerinde talebin önceden kesin olarak tahmin edilememesinden doğan riskin dağıtılması da zordur. Her işletme risk ihtimallerini olabildiğince azaltmak ister, ancak konaklama işletmelerinde risk dağıtımı diğer sektörlerle oranla çok daha zordur. Talebin esnek olması, turizm sektöründe küçük işletmelerin spekülâtif fiyat uygulamalarına ve dolayısıyla sektörün rantabilitesinin olumsuz yönde etkilenmesine de yol açmaktadır<sup>16</sup>.
7. Turizm arzının başlıca özellikleri ise şöyle sıralanabilir<sup>17</sup>; Turizm sektöründe arzın oluşturulması büyük yatırımları gerektirir. Turizm sektöründe üretilen mal ve hizmetlerin ya da kazanılan deneyimlerin stok edilmesi mümkün değildir. Turizm arzının temel özelliği, diğer hizmet sektörlerinde olduğu gibi, emek-yoğun üretime dayalı olmasıdır. Turizm sektöründe arz, her turist tipinin sosyo-ekonomik, sosyo-demografik ve psikolojik özelliklerine uygun olarak mal ve hizmetlerin sunulmasını gerektirir. Turizm arzı kısa dönemde inelastik özelliğe sahiptir. Başka bir deyişle, talep miktarında meydana gelen değişme ya da girişimci tarafından düşünülen bir proje sonucunda turizm arzını kısa dönemde artırmak mümkün olmayabilir.

#### **4. KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN FİNANSAL ANALİZİ**

Konaklama işletmelerinin finansal yöneticileri işletmelerinin başarı veya başarısızlık durumlarını değerlendirmek ve finansal planları hazırlamak amacıyla finansal analize gereksinim duyar<sup>18</sup>. Finansal analiz, konaklama işletmelerinin finansal durumu ve faaliyetlerine yönelik alınacak kararlarda etkili olmakta ve bu amaçla işletmelerin bilanço ve gelir tablosu gibi finansal tablolardan yararlanılmaktadır<sup>19</sup>.

<sup>15</sup> Hasan OLALI, A. TİMUR, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Mat., İzmir, 1988, s. 196.

<sup>16</sup> Robert W. MCINTOSH, R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie, **Tourism Principles, Practices, Philosophies**, John Wiley & Sons Inc., New York, 1995, s. 298.

<sup>17</sup> Orhan İÇÖZ, Metin KOZAK, a.g.e, s. 33.

<sup>18</sup> Robert A. BRYMER, **Hospitality & Tourism**, Kendall Hunt Publishing Company, Iowa, 2000, s. 177.

<sup>19</sup> Güven SEVİL, **Konaklama İşletmelerinde Finansal Yönetim**, AÜ ESBAY Yay. No: 103, Eskişehir, 1995, s. 65.



Finansal oranlar, işletmelerin ekonomik ve finansal yapısı ile karlılık ve çalışma durumunu belirlemede kullandıkları bir finansal tekniktir. Konaklama işletmelerinin faaliyetlerini değerlemede kullandıkları çok sayıda oran bulunmaktadır. Ancak, bu oranların belirli kullanıcılara göre gruplandırılarak açıklanması gerekmektedir<sup>20</sup>. Konaklama işletmeleri ile ilgili literatürde finansal oranlar beş grupta incelenmektedir. Bunlar:

- Likidite Oranları; İşletmenin ne kadar kolaylıkla nakit elde edebileceğini ölçer.
- Faaliyet Oranları; Verimlilik ya da devir oranları olarak da adlandırılır. İşletmenin varlıklarını hangi verimlilikte kullandığını gösterir.
- Kaldıraç Oranları; Şirketin hangi yoğunlukta borç kullandığını gösterir.
- Karlılık Oranları; İşletmenin yatırımlarından sağladığı getiriye ölçmek için kullanılır.
- Piyasa Temelli Oranlar; İşletmenin piyasadaki performansını belirleyen ve yatırımcılar tarafından üzerinde önemle durulan oranlardır.

Merkez Bankası'nın hazırladığı Sektör Bilançoları Araştırmasına göre turizm sektörünün temel sorunu özkaynak yetersizliği<sup>21</sup>. Ciro, yatırım, istihdam ve diğer göstergeleri ile turizm sektörünün büyük bölümünü temsil eden 300 firmaya ilişkin veriler üzerinden yapılan araştırmada, 1997-1999 döneminde en yüksek katma değer azalışı gösteren sektörün turizm olduğu belirtiliyor. 300 firmayı kapsayan araştırma, sektörde 1997-1999 döneminde %15 dolayında katma değer azalışı gösterdiği belirtilen araştırma sonuçlarına göre, sözkonusu dönemde turizm bir anlamda ekonomiye net bir katkıda bulunmadı. Özellikle 1999 yılı krizi ile birlikte çok büyük bir krizin içine giren turizm kesiminden yaklaşık 300 firmanın bilançolarından çıkan sonuçların değerlendirildiği araştırmada turizmin 1999 yılında faaliyet kar marjı oluşmayan tek sektör olduğu dikkat çekiyor.

Turizm kesiminin varlıklarını finanse etme sürecinde hep kısa vadeli çözümler bulması ve uzun vadede sürekli biçimde finansman açığı ile karşılaşmasının arkasında özkaynak yetersizliğinin bulunduğu dikkat çekilen araştırmada, turizm kesiminin 1997-1999 döneminde özkaynak gelişimi açısından en düşük orana sahip olduğu belirtiliyor. %5'in çok altında bir özkaynak gelişimi gösteren sektör borçlarının incelendiği bölümde sektörün yeni yatırımlarını finanse etmek için uzun ve kısa vadeli borçlanma sarmalına girdiğine dikkat çekiliyor. Araştırmaya göre, borç sarmalına giren turizm kesiminin aynı zamanda finansman giderleri yükseliyor. Bu maliyet artışı bir süre sonra şirketin net satışlarında önemli bir orana yükseliyor. Bu durumda finansman sorunları büyüyen şirketin 1999 yılında olduğu gibi satış iptalleri ile karşılaşması durumunda finanse edemedikleri duran varlıklarını finansman kuruluşlarına teslim ediyorlar. Bu yıl içinde bir çok banka ve finans kuruluşunun bu yolla çok sayıda tesise sahip olması Merkez Bankası'nın konuyla ilgili araştırmasından çıkan sonuçları doğruluyor.

<sup>20</sup> Anthea ROGERS, Judy Slinn, age, s. 111.

<sup>21</sup> <http://www.turizm gazetesi.com/arastirma/arin08.shtml>. 20000000

Merkez Bankası araştırmasında İmalat Dışı Sektörler grubunda yer alan turizm kesimi kendi kategorisi içinde en çok duran varlığa sahip olurken, elindeki bina ve demirbaşların finansmanı için sürekli sermaye aradığı belirtiliyor. Raporda ortaya konulan verilere göre sektörün toplam varlıklarının %83'ü duran varlık biçimindedir. Kendi kategorisi içinde bu denli yüksek bir duran varlık yapısına sahip olan turizm kesimindeki firmalar faaliyetlerinin finansmanı için kaynak sıkıntısı çektiği belirtiliyor. Duran varlıkların %72'si bina ve demirbaşlardan oluşan sektörün bu varlıkları nasıl finanse edeceği her zaman sorun oluşturduğuna dikkat çekiliyor. Bina ve demirbaşların %38'ini kendi özkaynakları ile finanse eden sektör kuruluşları, %35 oranında da uzun vadeli borçlanma yoluna girdiği belirtilen araştırmada bu süreçte finansman sorununu yine çözemeyen sektör firmalarının özkaynakları ve uzun vadeli borçlarının yanında kısa vadeli borçlanmaya giderek kısa dönemli olarak bu soruna çözüm bulmaya çalıştığı kaydediliyor.

İMKB'da Lokanta ve Oteller sektöründe 5 şirket işlem görmektedir. Bunlar 2000 yılı itibariyle Favori Dinlenme Yerleri, Marmaris Altinyunus, Marmaris Martı, Net Turizm ve Tek-Art Turizm'dir. Bu 5 şirketin bazı finansal oranları aşağıda incelenmiştir.

#### **İMKB'da İşlem Gören Konaklama İşletmelerinin Finansal Analizi.**

	<b>1994</b>	<b>1996</b>	<b>1998</b>	<b>2000</b>
Cari Oran	1.39	0.82	2.48	0.96
Likidite Oranı	1.18	0.52	2.17	1.18
Alacak Devir Hızı	25.74	23.45	18.22	9.70
Finansal Kaldıraç	29.27	34.09	36.88	41.27
Kısa Vadeli Borçlar/ Toplam B.	80.79	72.07	70.01	80.83
Net Kar Marjı	6.80	-4.74	2.88	6.46
Aktif Karlılık Oranı	5.94	0.91	4.92	5.54

Cari oran, yani işletmenin kısa süreli borçlarını ödeme gücü ve çalışma sermayesinin yeterli olup olmadığını açıklayan bu oran incelendiğinde işletmelerin kötü durumda olduğunu görüyoruz. Gelişmekte olan ülkelerde likidite çok yüksek olmadığından ve kurumsal yetersizlikler (ticaret bankalarının genellikle kısa süreli kredi verme eğiliminde olmaları, bankalar dışında diğer finansman kurumlarının gelişmemiş olması, sermaye piyasasının etkin bir işleyişe kavuşmamış olması, sermaye piyasasının etkin bir işleyişe sahip olmaması gibi) nedeniyle firmalar daha çok kısa süreli yabancı kaynaklar kullanmak zorunda kaldıklarından cari oran 2 veya altındadır. Genel bir kural olarak cari oranın 1.5 veya 1.5'a yakın olmasının, gelişmekte olan ülkelerde yeterli olabileceği ileri sürülmektedir<sup>22</sup>. 1996 ve 2000 yıllarında tüm işletmelerin cari oran ortalamasının çok düşük olduğunu görüyoruz.

<sup>22</sup> Öztin AKGÜÇ, s.25.

Genel bir kural olarak, likidite oranının 1 olması yeterli olarak kabul edilmektedir. Likidite oranının 1 olmasının anlamı, firmanın kısa süreli alacaklarının tamamını tahsil ettiği ve portföyündeki menkul değerleri bilançoda gösterilen tutarları üzerinden paraya çevirebildiği takdirde, stoklardan satış yapmasa dahi, kısa süreli yabancı kaynakları ödeyebileceğidir. Ülkemizde, finansmanda genellikle kısa süreli kaynaklar kullanıldığından, likidite oranları daha düşüktür. Ülkemiz koşullarında firmaların likidite oranlarının %65-80 arasında olması genelde normal olarak yorumlanabilir<sup>23</sup>. 1996 yılı likidite oranı açısından da kötü bir yıl olmuştur. Cari oran ve likidite oranları incelendiğinde, sözkonusu işletmelerin kısa süreli yabancı kaynakları çok kullandıklarını anlıyoruz.

Alacak devir hızının her yıl azaldığını görüyoruz. Alacak devir hızının düşük olması, firmanın alacaklarını tahsilde güçlükle karşılaşmasının, etkili bir tahsilat politikasının olmamasının, kredili satışlar konusunda çok rahat davranmasının bir sonucu olabilir. Ayrıca, alacak devir hızının düşük olması, firmanın finansman ihtiyacını artırdığı gibi, daha yüksek bir cari ve likidite oranı ile çalışması gereğini de doğurur<sup>24</sup>. Alacak devir hızı yüksek olan bir işletmenin düşük bir cari ve likidite oranı ile çalışması, borç ödeme açısından sorun doğurmayabilir, ancak işletmelerimizin likidite oranları da alacak devir hızları da düşük olduğundan, işletmelerin borç ödemede zorluklarla karşılaşabildiklerini, finansman giderlerinin yükseldiğini düşünebiliriz.

Finansal kaldıraç yani Toplam Borçlar/Toplam Aktif, şirketin toplam varlıklarını hangi borç yüzdesi ile finanse ettiğini gösterir. Aşırı borçlanma, şirketin faiz ve vade bitiminde anapara ödemelerini güçleştirebilir. Kötü koşullarda şirketin nakit sıkıntısına düşmesine neden olabilir. Aşırı borçlanma, sıkı para politikasının uygulandığı dönemlerde uygun faiz oranları ile yeni borç kaynaklarının bulunmasını güçleştirebilir. Finansal kaldıraç oranının yüksek çıkması özkaynakların yetersiz olduğu anlamına geldiği için, kredi verenlerin alacaklarının tahsili riskli duruma gelebilir. Yani işletmenin borçlarını ödeyememe riskinin yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde sermayenin yetersizliği nedeniyle bu oranın %60'a kadar yükselmesi kabul edilebilir<sup>25</sup>. Sözkonusu işletmelerin 1994-2000 yılları arasında kaldıraç oranlarının 29.27'den 41.27'ye kadar yükseldiği görülmektedir. İşletmelerin toplam borçlarının sürekli yükseldiği, özkaynaklarının yetersiz olduğu görülmektedir.

Net Kar Marjı, faaliyet başarımını belirlemede temel bir göstergedir. Bu oran, firmanın fiyatlama, maliyet yapısı ve üretim etkinliği konusunda bir fikir verebilir. Oranın yüksek çıkması işletmenin satışlarını yüksek karla gerçekleştirdiğini gösterir. Sözkonusu işletmeler 1996 ve 1999 yıllarını zararla bitirmişlerdir. Diğer yıllarda da net kar marjının çok yüksek olmadığını görüyoruz.

<sup>23</sup> Öztin AKGÜÇ, s.29.

<sup>24</sup> Öztin AKGÜÇ, s.46.

<sup>25</sup> Ülkü ERGUN, **Tekdüzen Muhasebe Sistemine Göre Finansal Tablolara Düzenlenmesi ve Analiz**, İzmir, 1995, s. 227.

Aktif karlılık oranı, yönetimin kar elde etmek için varolan olanaklarını etkin bir biçimde kullanıp kullanmadığını gösterir. Başka bir deyişle, işletmenin elindeki varlıkları ne kadar verimli kullandığını test eden bir orandır. Oranın yüksek olması istenen durumdur. Eğer paydadaki aktif toplamı yabancı kaynaklarla finanse edilirse faiz giderleri nedeni ile kar tutarı azalacağından varlıkların karlılığı oranı düşürecektir, özsermaye ile finanse edilmesi sonucunda varlıkların karlılığı oranı yükseltecektir. Sözkonusu oran, 1996 yılında 0.91 olarak gerçekleşmiş daha sonraki yıllarda biraz yükselerek 2000 yılında 3.84 olmuştur. İşletmelerin borçları özellikle de kısa vadeli borçları her yıl çok yüksek olduğu için aktif karlılık oranı düşük olmaktadır.

Merkez Bankasının incelediği şirketler gibi İMKB'da işlem gören şirketlerin de varlıklarını finanse etme sürecinde hep kısa vadeli çözümler bulması ve uzun vadede sürekli biçimde finansman açığı ile karşılaşmasının arkasında özkaynak yetersizliğinin bulunduğu görülmektedir. Sektörün yeni yatırımlarını finanse etmek için uzun ve kısa vadeli borçlanma sarmalına girdiğine anlaşılmaktadır. Borç sarmalına giren işletmelerin aynı zamanda finansman giderleri de yükseliyor. Bu durumda finansman sorunları büyüyen şirketin 1999 yılında olduğu gibi satış iptalleri ile karşılaşması durumunda finansse edemedikleri duran varlıklarını finansman kuruluşlarına teslim etmek zorunda kalmaktadırlar.

Konaklama işletmelerinin borç sarmalından kurtulabilmeleri için turizm yatırım politikasının değiştirilmesi gerekmektedir. 1980-1999 yılları arasında turizm sektöründe verilen teşviklerin büyük bölümü normal ve gelişmiş yörelere, özel kesime ve komple yeni yatırımlara verilmiştir. Aşağıdaki tabloda yıllar itibariyle yatırım teşvik belgelerinin adedi ve tutarları; verilmektedir.

**Tablo 10: Turizmde Yatırım Teşvik Belgeleri.**

Yatırım Belge Adedi			Yatırım Tutarı	
Yıllar	Turizm	Turizm/Toplam	Turizm	Turizm/Toplam
1991	146	8.2	366	4.0
1992	112	7.2	257	3.4
1993	150	4.9	605	2.9
1994	58	4.2	227	3.1
1995	137	2.8	452	0.9
1996	186	3.7	501	2.0
1997	284	5.5	1025	4.7
1998	244	5.6	780	5.0
1999	199	6.7	715	6.4
2000	153	4.3	520	3.7

**Kaynak:** HDTM



Bu konuda son dönemlerde olumlu bazı gelişmeler olmuştur. 2000 yılında turizme verilen yatırım teşvik belgelerinin artık yalnız komple yeni yatırımlar için değil, yenileme amaçlı yatırımları da içerdiği görülmektedir. Girişimcinin yatırım niyetinin beyanı beyan olarak tanımlanan yatırım teşvik belgelerinin komple yeni yatırımı amaçlayanların da, eskisinden farklı olarak, tesis içinde farklı etkinliklere olanak veren, bir anlamda dünya turizm hareketindeki yeni eğilimlere karşılık verebilecek yeni projeler olduğu dikkat çekmektedir. 2000 yılının 10 ayında turizm sektörüne verilen 123 yatırım teşvik belgesinden 66'sı komple yeni yatırımı öngörürken, 31 teşvik belgesi de yenileme yatırımları amaçlamaktadır<sup>26</sup>.

Turizm kredilerinin toplam banka kredileri içindeki payı 1989 yılında %1.7 olarak gerçekleşmiştir. Yıllar itibariyle bu oran düşüş göstermiş ve 1994 yılında %0.6, 1999 yılında ise %0.2 gibi oldukça düşük bir oranda gerçekleşmiştir<sup>27</sup>.

Yatırım teşvikleri ve turizm kredileri, konaklama işletmelerinin arzını artırmaya yönelik politikalarlardır. Arz/talep ilişkisini temelden etkileyen şu önemli gelişmeleri görüyoruz. Her yıl yeni yatak sayısı artıyor, bu da arzın artıp rekabetin de artması demek oluyor. Yabancı turistlerin profili değişiyor, turist başına harcama düşüyor. Sektörde 1990'lı yılların ilk yarısına kadar yeni yatak kapasitesi, dolayısıyla arza gereksinim duyulurken, bugün yeni yatak kapasitesinden daha çok yaratılan kapasitenin daha verimli biçimde kullanılmasını sağlayacak olan doluluk oranının yükseltilmesine ihtiyaç duymaktadır.

Konaklama işletmelerinin arzındaki gelişmeye paralel olarak, talep açısından da tatmin edici düzeye gelmesi için yeniden yapılanması gerekmektedir. Türkiye'nin turizmdeki başarısı, uluslararası pazarlardaki rekabet gücüne bağlıdır. Bu nedenle yeni pazarlara açılmak için, pazarlama geliştirilmesi, turizmin dört mevsime yayılması konusunda somut adımlar atılmalı, alt yapı sorunlarının çözümü için gerçekçi bir planlama yapılarak turizmi öncelikli sektör statüsü tanınmalıdır ve en önemlisi sektörün finansman sorununa kaynak oluşturabilecek çözümler geliştirilmelidir.

## **Sonuç**

Turizm döviz ve istihdam yaratıcı özellikleriyle bölgesel, ulusal hatta global ekonomilere önemli katkılar sağlamakta, doğrudan ve dolaylı olarak milli gelir, istihdam, sermaye yatırımı ve vergi geliri yaratmaktadır.

Türkiye'nin döviz olarak elde ettiği turizm gelirlerinin, milli gelir, ihracat ve toplam döviz girdisi içindeki payı sürekli artış göstermektedir. 1999 yılında dünya piyasalarında yaşanan ekonomik krizler, rezervasyon iptalleri ve deprem felaketleri nedeniyle Türkiye'de turist sayısında ve turizm gelirlerinde azalma olmuştur. Bu gerilemenin ardından 2000 yılında yüksek bir performans

<sup>26</sup> <http://www.turizm gazetesi.com/yorumlar/yorumlar08.shtml.20000000>

<sup>27</sup> Vakıfbank Turizm Sektörü Araştırması

göstererek, 1999 yılına göre %39.6 artış ile 15 ülke arasında en yüksek büyüme oranını gerçekleştirmiştir. 2000 yılı itibarıyla turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı %4, ihracat gelirleri içindeki payı %27.8 olarak gerçekleşmiştir.

Dünyadaki ve Türkiye'deki turizm trendleri dikkate alındığında, Türkiye'nin karşı karşıya bulunduğu fırsatlar olarak; iklim, doğal kaynaklar, bozulmamış çevre, zengin tarih ve kültür, turizm olgusuna çabuk adapte olabilecek genç ve dinamik nüfus potansiyeli, coğrafi konum nedeni ile ana pazarlara olan yakınlık, rakip ülkelere göre yeni ve nitelikli tesisler, iç turizmdeki hareketlenme gösterilebilir.

Ülkemizde turizm sektörü gerek turist sayısı, gerekse turizm gelirlerinde gösterilen önemli gelişmelere rağmen, yine de sahip olduğu kapasiteleri sonuna kadar kullanamamaktadır. Yalnız güneş ve denizin var olması ile kendiliğinden bir turizm faaliyetinin gelişmeyeceği oldukça açıktır.

Türk turizminin göstermiş olduğu gelişmeye paralel olarak, gelir açısından da tatmin edici düzeye gelmesi için yeniden yapılanması gerekmektedir. Türkiye'nin turizmdeki başarısı, uluslararası pazarlardaki rekabet gücüne bağlıdır. Bu nedenle yeni pazarlara açılmak için, pazarlama geliştirilmeli, turizmin dört mevsime yayılması konusunda somut adımlar atılmalı, alt yapı sorunlarının çözümü için gerçekçi bir planlama yapılarak turizmi öncelikli sektör statüsü tanınmalıdır ve en önemlisi sektörün finansman sorununa kaynak oluşturabilecek çözümler geliştirilmelidir.

Turizm sektörünün özelliği nedeniyle firmaların yüksek tutarlarda maddi duran varlığa sahip oldukları, firmaların kısa ve uzun vadeli yabancı kaynaklarının yüksek oranda banka kredilerinden oluştuğu görülmektedir.

1995 yılından itibaren karlı firma sayısının giderek azaldığı, özellikle 1999 yılında zararlı firma sayısının karlı firma sayısından daha fazla olduğu görülmektedir.

Bilindiği gibi, Türkiye'de ilk kez 1983 yılında başlayan teşvik uygulaması ile bugünkü tesis kapasitesi ve iş hacmine ulaşılmıştır. 1991 yılında denetlenemediği gerekçesi ile kaldırılan teşviklerin rakip ülkeler düzeyinde başlatılması gerekmektedir.

Türkiye'de turizm sektöründe halka açık şirket sayısı artmalıdır. Verilen hizmetleri, müşteri istekli odaklı düzenleyen ve bunu en iyi şekilde markası ile birleştiren, markasını diğer rakip markalardan farklılaştıran ve bununla marka değerini artıran şirketlerin hisse değerleri de artacağından, güçlenen oteller Pazar payını, fiyatını ve karlarını artıracaklardır. Ayrıca, halka açık şirketlerde, karı hissedarlara dağıtmak yerine sermaye artırımına gitmekle, hissedarların hisse değerleri artacak ve şirketin sermaye yapısı kuvvetlenecektir.

Turizm kesiminin varlıklarını finanse etme sürecinde, hep kısa vadeli çözümler bulması ve uzun vadede sürekli finansman açığı ile karşılaşmasının arkasında özkaynak yetersizliği bulunmaktadır. Özkaynak gelişiminin çok düşük olduğu turizm sektörünün borçları incelendiğinde, sektörün yeni yatırımlarını finanse etmek için uzun ve kısa vadeli borçlanma sarmalına girdiği dikkat çekmektedir. Borç sarmalına giren turizm kesiminin



aynı zamanda finansman giderleri de yükselmektedir. Bu maliyet artışı daha sonra şirketin net satışlarında önemli bir orana yükseliyor. Bu durumda finansman sorunları büyüyen şirketin 1999 yılında olduğu gibi satış iptalleri ile karşılaşması durumunda finanse edemedikleri duran varlıklarını finansman kuruluşlarına teslim etmek durumunda kalmaktadırlar.

Sektörün toplam varlıklarının %83'ü duran varlık biçimindedir. Kendi kategorisi içinde en çok duran varlığa sahip olurken, elindeki bina ve demirbaşların finansmanı için sürekli sermaye aramaktadır.

Duran varlıklarının %72'si bina ve demirbaşlardan oluşan sektörün bu varlıkları nasıl finanse edeceği her zaman sorun oluşturmaktadır. Bina ve demirbaşlarının %38'ini kendi özkaynakları ile finanse eden sektör kuruluşları, %35 oranında da uzun vadeli borçlanmaktadır. Bu süreçte finansman sorununu yine de çözemeyen sektör firmalarının özkaynakları ve uzun vadeli borçlarının yanısıra kısa vadeli borçlanmaya giderek kısa dönemli olarak bu soruna çözüm bulmaya çalışmaktadır.

Türkiye'de turizm sektörü son yıllarda büyük oranda iç dinamikleri ile gösterdiği hızlı büyüme ve gelişmeyi, bugüne kadar finansal güçten daha çok sahip olduğu deneyim ve birikimlerle gerçekleştirdiği bir gerçektir. Ancak, bugün uluslararası alanda yaşanan gelişmelerin ortaya çıkardığı yapılar karşısında varlık gösterebilmek, artık büyük oranda finansman gücü ile mümkün olabilmektedir. Türkiye'de ise firmalar ortaya çıkan yapıların yarattığı dev rakipler karşısında rekabet edebilecek bir finansman gücünden yoksundur. Bu durum şirketlerin beceri ve yeteneklerinden bağımsız olarak sektörün uluslararası alanda yaşadığı sürecin sonucudur. Çünkü bu sektörde giderek kızışan rekabet son yıllarda karlılık oranlarının hızla düşmesine yol açmıştır. Karlılık oranlarının hızla düştüğü koşullarda firmaların sermaye birikimi yaratmaları ise mümkün değildir. Fiyatı arz/talep belirlediği için, arz yönünde bir problem olmadığına göre, yeni talep yaratılmaya çalışılmalıdır. Ayrıca, son dönemlerde sık sık gündeme getirilen "Türkiye'nin ucuzaya satıldığı" gerçeği de gözardı edilmemelidir.

## Kaynakça

ROGERS, Anhea-SLINN, Judy, **Tourism: Management of Facilities**, Pitman Publishing London, 1993.

LUNDBERG, Donald E.-KRISHNAMOOPHTY, M., Mink H. STAVENGA, **Tourism Economics**, John Wiley & Sons Inc., New York, 1995.

SEVİL, Güven, **Konaklama İşletmelerinde Finansal Yönetim**, AÜ ESBAY Yay. No: 103, Eskişehir, 1995.

ERDOĞAN, Harun, **Uluslararası Turizm**, U.Ü. Basımevi, Bursa, 1996.

OLALI, Hasan-TİMUR, A., **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Mat., İzmir, 1988.

ERDOĞAN, Oral, **Turizm Sektörü**, İMKB Sektör Araştırmaları Serisi No: 6, İstanbul, Ekim 1995.

İÇÖZ, Orhan, Metin KOZAK, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 1998.

Robert A. BRYMER, **Hospitality & Tourism**, Kendall Hunt Publishing Company, Iowa, 2000.

Robert W. MCINTOSH, R. GOELDNER, J.R. Brent RITCHIE, **Tourism Principles, Practices, Philosophies**, John Wiley & Sons Inc., New York, 1995.

YARCAN, Şükrü, **Turizm Endüstrisinin Yapısı**, Boğaziçi Ü. Matbaası, İstanbul, 1995.

ÖZEN, Tuğrul, KURU, Şafak, **Turizm Yatırımları**, İstanbul, 1998.

ERGUN, Ülkü, **Tekdüzen Muhasebe Sistemine Göre Finansal Tablolar Düzenlenmesi ve Analiz**, İzmir, 1995.

**Turizm Yatırımlarının Ekonomiye Katkıları**, TYD, Nisan 1992, İstanbul.

Dünya Gazetesi Turizm-Otelcilik Eki, 2 Nisan 2001.

<http://www.turizm gazetesi.com/yorumlar/yorumlar08.shtml>

<http://www.tursab.org.tr/12.htm>

<http://www.turizm gazetesi.com/arastirma/arin04.shtml.20000000>

<http://makale.tcmb.gov.tr/seyor-2000/index.htm>

<http://www.turizm gazetesi.com/arastirma/arin08.shtml.20000000>

<http://www.turizm gazetesi.com/yorumlar/yorumlar08.shtml.20000000>

Vakıfbank Turizm Sektörü Araştırması

DiE

DPT

Ekin Yazım Merkezi Araştırma Birimi

T.C. Turizm Bakanlığı

TCMB Verileri

