

ETÜDLER

Modern Turizmin Temayülleri ve Turizm Ekonomisi

Süreyya ERGÜN

GİRİŞ

«Her sene tekerrür eden geniş bir milletler muhaceretine yol açan turizm, Avusturya'da olduğu gibi, birçok memleketlerin en mühim endüstrilerinden biri haline gelmekle kalmamıştır, aynı zamanda milletler arasında daha iyi bir anlaşmanın doğmasına ve dolayısıyla, sulhun korunmasına hizmet etmek gibi yüksek değerde bir vazife de görmektedir.»

Avrupalıların turizm hakkındaki telâkkilerinden bir örnek olan yukarıdaki sözler, Avusturya Cumhuriyeti Theodor Körner'in 1956 da milletlerarası bir turizm kongresi münasebetiyle gönderdiği mesajdan alınmıştır^[1].

Gerçekten modern turizm, artık klâsik sayılabilecek bir telâkki ile —çünkü Birinci Dünya Harbi sonundanberi devam eden bir telâkkidir— bir «Kütle Hareketi» olarak vasıflandırılmaktan ziyade bir «Milletler Muhacereti» olarak vasıflandırılmağa lâyık bir safhaya girmiştir. Son sekiz on yıldır kaydedilen gelişmeler, turizme bu yeni vasfı haklı olarak kazandırmıştır.

Her hangi memlekette olursa olsun, turizm meseleleriyle yakından meşgul olmayanlar, gerek saik ve âmillerini aşağıda tetkik edeceğimiz gelişmelerin, gerekse geleceğe ait tahminlerin olağan-

[1] World Travel-Tourisme Mondial, No: 20, 1956, Imprimerie Centrale, Genève.

üstü derinlik ve genişliği hakkında pek tabîî olarak fikir sahibi olamazlar.

İnsanlık tarihinde başlı başına bir merhale ve adı da ihtiva ettiği kompleks madde âleminin sembolü bulunan bir medeniyetin ifadesi olan XX. yüzyıl, bir taraftan mütemadî teknik ilerlemenin, diğer taraftan da içtimaî tekâmülün kat'î neticeli tezahürlerine sahne olmaktadır. Meselâ, münakale gibi bazı turizm endüstrisi sektörlerinde tahakkuk ettirilen teknik ilerleme ile, bütün endüstri sahalarında ikinci bir endüstri inkılâbı doğuracak olan otomasyon gibi vakıalar bu kabildendir.

Turizm daha bugünden her sene tekerrür eden bir milletler muhacereti vasfını kazanmışsa, işaret ettiğimiz iki vakıanın yakın bir gelecekte turizmin bünye ve hacmi üzerinde yapacağı tesirlerin hayalin erişemeyeceği derecede büyük olabileceği kolay anlaşılır.

Münakale sahasındaki yenilikler bir taraftan yolcu uçak ve gemilerinde istiab hacmi, diğer taraftan sür'at artışı (Atlantigi 6 saatte aşan yolcu Jet uçakları) dır. Turizm sahasındaki başlıca yenilik de gerek münakale endüstrisindeki gelişmeler, gerekse kredi kartı ve taksitle seyahat gibi kolaylıkların Amerika'dan sonra kısım Avrupa'ya bile sirayet etmesi ve turizm propagandasının şimdiye kadar pek az tesir edebildiği bazı içtimaî tabakaları şimdi tesir sahasına almış olmasıdır.

Yakın gelecekte bu âmiller bile turizmi XX. yüzyılın ikinci yarısında yepyeni bir safhaya götürmeğe kâfi iken endüstrideki otomasyon hareketi, milletlerarası turizm menfaatlerini korumağı vazife edinmiş olanları derin derin düşündürmektedir.

Mütehassısların, bu hareketin dünyanın bütün bölgelerine sirayet edeceği ve endüstrileşmiş memleketlere istihsal teknik ve metodlarını mükemmelleştirmek, iktisaden az gelişmiş memleketlere de endüstrileşme yolunda birçok merhaleleri birden kat'etmek imkânını vereceği kanaatinde oldukları malûmdur. Turizm bakımından, meselenin çalışma politikasıyla ilgili taraflarından ziyade, istihsalde makinanın insan emeği yerine şimdikinden daha büyük nisbette kaim olması neticesinde boş vakitlerin artması ve bu vakitlerin turizm maksatları için kullanılması meselesi ehemmiyet arz etmektedir. Bundan senelik tatillerin muhtelif kombinezonlarla uzatılması gibi turizm için bir taraftan sevinilecek yeni yeni gelişme imkânlarının, diğer taraftan münakale ve turizm endüstrilerinde büyük güçlüklerin doğacağı neticeleri çıkarılmaktadır.

Aşağıdaki izahlar, turizmin kat'ettiği merhalelerle bugünkü ve yarınki safhalarını yakından tanıtmak hedefini gütmektedir. Yine bu tetkikimiz, turizm ekonomisinin akademik tedrisatta küçümsemeyecek bir mevkie lâıyk olduğunu ve Üniversitemizin bu sahadaki gecikmeyi telâfi etmek üzere harekete geçmesi lüzumunu da belirtebilirse, hedefine ulaşmış olacaktır.

I. — UMUMİYETLE TURİZM VE TURİZM TELÂKKİSİ

- A. Turizm Ekonomisi Bahisleri — B. Turizm ve Turist Tâbirleri — C. Turizmin Merhaleleri — D. Turizmin karakteristikleri ve âmilleri — E. Turizm telâkkisi ve tekâmülü — F. Teori bakımından Turizm.

Bu yazının hacmi, turizm kavramının içine aldığı geniş ve çeşitli bahisleri izaha müsait değildir. Bu sebeple ancak muayyen ve sayılı meseleler üzerinde durmak mecburiyeti vardır.

Bununla beraber, turizm ekonomisinin gerek turizm mevzularını, gerekse bu mevzuların tetkik çerçevelerini hudutlandırmak suretiyle mesgul olduğu nisbeten mahdut meselelerin —şematik bir tarzda da olsa— bir arada gözönünde bulundurulmasının faydasız olmayacağı düşünülebilir.

Aşağıdaki şema bu hizmeti ve aynı zamanda, turizm meseleleri arasında tahsisen bu tetkikimizin mevzuu olan bahislerin diğer bahislerle mevcut alâkasını şematik bir şekilde belirtmek hizmetini görmek üzere hazırlanmıştır.

A. Turizm ekonomisi bahislerinin şeması :

- I. Turizm ve Turist kavramları.
- II. *Seyahat ve ikamet maksatlarına göre turizm*: (Alelittlak ziyaret turizmi ve dinî, ilmî, sportif turizm ve diğer nevileri, tıbbî turizm: Termalizm ve klimatizm)
- III. *Spesifik içtimaî turizm şekilleri*: (Halk turizmi, sosyal turizm, gençlik turizmi)
- IV. *Vasıtalara göre turizm şekilleri*: (Otomobilizm, sikilizm, kruaziyer turizmi, vs...)
- V. *Turizm politikası*

- a) *Turist celbini istihdaf eden aktif turizm*: Merkezî idarede koordinasyon ve turizm zihniyeti, turizm hareketinin teşviki: Kolaylıklar, tenzilât, turizm propagandası, vs...)
- b) *Turisti kabul ve misafir etmeği istihdaf eden reseptif turizm*: Halk turizm terbiyesi, turizm endüstrisinin kalite bakımından ıslahı ve direkt murakabesi, fiat ve tarife bakımından endirekt murakabesi, turizm endüstrisinin hukukî, iktisadî ve malî himayesi.)
- VI. *Turizmin hâkim faktörleri*: (Siyasî faktörler, ekonomik faktörler, tabiat güzelliği, iklim, tarih mirası, memleket insanının cazibesi, ananevî sanatlar gibi umumî, millî tabahat sanatları, folklor ve bayramlar ve şenlikler gibi mahallî karakterde câzibelerden mürekkep psikolojik faktörler, yollar, münakale ve turizm endüstrisi gibi teknik faktörler)
- VII. *Millî ekonomi içinde turizm*: (Turizm endüstrisinin millî gelirdeki hissesi, turizm endüstrisine yatırılmış sermayeler, turizm faaliyetlerinin âmme maliyesi gelirlerindeki hissesi, millî ekonomi faaliyetleri üzerindeki tesirleri)
- VIII. *Hususî ekonomi içinde turizm*: (Turizm endüstrisinin hacmi, bünyesi ve işletme meseleleri: Teçhizat, maliyetler, tarifeler ve bunlara müessir olan unsurlar, finansman, meslekî teşkilât ve meslekî eğitim meseleleri) [1a]
- IX. *Turizmin diğer elemanları ile ilgili meseleler*: (Müşterek mamelekin muhafazası ve kıymetlendirilmesi, manevî değerlerin turizm bakımından kıymetlendirilmesi, şehircilik ve imar meseleleri, turizm, termalizm ve klimatizm istasyonlarının idarî ve malî bakımlardan organizasyonları vs...)
- X. *Turizmin coğrafi sahaları*:
- a) *Millî turizm = İç turizm*:
- b) *Milletlerarası turizm ve transit turizm*: Milletlerarası ekonomik mübadelelerin faktörlerinden biri olarak turizm, milletlerarası turizm telâkkisi ve tek taraflı turizm telâkkisi, buhran yıllarında turizm politikaları, turizm kleringi, turizm dampingi, tediye muva-

[1a] Otelcilik meslek okulları bir kısım memleketlerde tamamiyle meslek teşekküllerinin idaresindedir.

zeneleri ve turizm, milletlerarası turizm hareketi ve cereyanları, turizm temayülleri, milletlerarası turizm teşkilâtı.

XI. Millî turizm teşkilâtı:

- a) *Resmî teşkilât*: Parlamentolararası Turizm Birliği, Parlâmento millî grupları, merkezî, idarî ve resmî turizm teşkilâtı, yüksek turizm meclisleri, ticarî karakterde resmî turizm propagandası ofisleri, yarı resmî millî seyahat acenteleri, yarı resmî turizm kredisi müesseseleri, meslekî öğretim müesseseleri)
- b) *Özel teşkilât*: (Millî, meslekî ve fennî mahiyette olmak üzere kulüp ve cemiyetlerle bunların millî birlikleri halindeki grupmanlardan mürekkeptir. Bütün kulüpler ve cemiyetler, ekseriya ayrıca millî turizm konfederasyonu adı altında umumî bir birliğe de dahildirler.)

B. Turizm ve Turist tâbirleri :

Ansiklopedilerden turizm hakkındaki büyük küçük eserlere kadar büyük bir yekûn tutan literatürde birçok tarifler verilmiştir. Biz bunlardan yalnız biriyle iki resmî metnin verdiği tarifleri nakletmekle iktifa edeceğiz.

Fransa Millî Ekonomi Meclisine sunulan bir raporda^[2] turizm ve turist kavramları şöyle tarif edilmiştir: «Kelimeleri asıl mânalarıyla kullanmak şartıyla denebilir ki turist, eğlenmek için seyahat eden kimse, ve turizm, zevki için seyahat etmek zevki ve hattâ sanatıdır. Bu sebeple turizm, bizatihî bir endüstri değildir. Bilâkis insanın boş vakitlerinin makul bir tarzda kullanılmasıdır ve öyle de kalmalıdır.»

Bu kommanterli tariftten sonra rapor, turizmin neden dolayı ekonomik ve endüstriyel bir mahiyet arzettiğini izah etmektedir ki bahsimiz de esasen budur.

Resmî metinlerde verilmiş iki tariftten birincisi tarih itibariyle yukarıda zikredilen rapordan iki sene sonraya, ikincisi de bir nizamnamemizin tarifi olarak yakın senelere rastlar.

[2] Le Tourisme, le Thermalisme et le Climatisme, Conseil National Economique, Paris 1935. Imprimerie Nationale. Tarifler için ayrıca bakınız: Prof. Dr. K. Krapf, La notion du tourisme, Revue de Tourisme, 1954, sayı 2.

Mülga Milletler Cemiyetinin İstatistik Eksperleri Komitesi, 22 Ocak 1937 oturumunda «Turist» tâbirinin bir tarifini yapmıştır. Komisyon, milletlerarası turizm istatistiklerinin kolay anlaşılabilmesi için turist tâbirinin prensip olarak «24 saat veya daha fazla bir müddet için mutad ikametgâhından başka bir memlekete seyahat eden her şahıs» şeklinde tefsir edilmesi gerektiğini belirttiikten sonra, şu kimselerin turist sayılmasına karar vermiştir:

- 1 — Zevk için ,ailevî işler için, yahut sağlık sebepleri ve benzer sebeplerle seyahat edenler,
- 2 — İlmî, idarî, siyasî, dinî, sportif vesair her nevi milletlerarası toplantılara ve heyetlere iştirak edenler,
- 3 — İş (affaire) için seyahat edenler,
- 4 — İkamet müddetleri 24 saatten az bile olsa, deniz tenezzüh seferlerine iştirak edenler.

Komite şu beş zümrenin turist sayılamıyacağını da kararlaştırmıştır:

- a) Memlekette istihdam edilmek veya meslekî bir faaliyette bulunmak üzere mukaveleli veya mukavelesiz gelenler,
- b) Memlekette yerleşmek maksadiyle gelen diğer kimseler,
- c) Yatılı müesseselerdeki veya okullardaki talebeler ve gençler,
- d) İkametgâhı başka bir memlekette olduğu halde ikinci bir memlekette çalışan kimselerle hudut ahalisi,
- e) Geçişleri 24 saatten fazla sürse bile bir memlekette durmadan transit geçenler...^[3]

Harpten hemen sonra 52 memleketin iştirakile (1946 da) kurulan Resmî Turizm Teşekkülleri Milletlerarası Birliğinin 1950 asamblesi, hariçte ikamet eden talebelerin ve tahsildeki gençlerin de turist sayılması lâzım geleceğine karar vererek eski tarifin diğer bütün unsurlarını kabul etmiştir.

Mevzuatımızın tarifine gelince bu tarif, 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanununun 36 ncı maddesi gereğince çıkarılan Turizm İşbirliği Nizamnamesiyle yapılan tariftir. 1955 de neşredilen bu nizamnamenin üçüncü maddesinde nizamname tatbikatında dikkate alınmak üzere yapılan tarifler meyanında:

[3] Le Tourisme et la Balance internationale des paiements, Institut International de Recherches Scientifique sur le Tourisme, Annex 1, Genève, 1953.

- a) Turizm, yerleşmek niyeti olmaksızın hava tebdili yapmak, sayfiyeye gitmek, spor, tahsil, ziyaret, tetkik ve araştırma yapmak, tedavi edilmek, eğlenip dinlenmek gibi maksatlarla, kültür veya sanat hareketleri sebepleriyle toplu veya tek olarak yapılan seyahatler,
- b) Turist yukarıdaki fıkrada yazılı maksatlarla toplu veya münferit bir halde seyahat eden yerli ve yabancı kimseler... şeklinde tarif edilmiştir.

Görüldüğü gibi, iş için seyahat edenler ve kültür ve sanat hareketleri çerçevesine girmeyen idarî, siyasî, dinî toplantılara, teknik meseleleri tetkik eden kongrelere iştirak edenler tarifin dışında kalmıştır.

C. Turizmin merhaleleri :

Turizmin tarihî tekâmül seyri ve münakale imkânlarıyla ilgili olmak üzere muhtelif devirlere sembolik isimler verilmiştir. Başlangıçta bir kısım turizm endüstrisinin mevzileşmesiyle ve turistik yerlerin (sayfiye ve su şehirleri, dağ istasyonları v.s.) teşekkülü ile ilgili olan bu devirler şunlardır: Şimendüfer devri, otomobil devri, uçak devri, Jet devri...

İlk şimendüfer hatlarının muhtelif memleketlerde hangi tarihlerde inşa edildiğini aşağıda göreceğiz.

Otomobilin ilk çıkışında bir spor vasıtası olarak kullanıldığı malûmdur. Avrupa'da ilk otomobil kulüplerinden biri olan Alman Otomobil Kulübü 1.300 âza ile 1903 de kurulmuştur. Bu kulübün âzaları Birinci Dünya Harbinin patlak verdiği 1914 de 30.000 e yükselmişti.

Uçağın ilk defa organize edilmiş bir seyahat için kullanışı, 1927 de bir boks maçı münasebetiyle New York'tan Şikago'ya tertip edilen seyahattedir. Seyahat ücreti, nakliyeden başka ring koltuğu bedelini ve otel ücretini ihtiva ediyordu.

D. Turizmin karakteristikleri ve âmilleri :

Turizm, seyahat mefhumundan farklı bir mefhumdur. İlk medeniyetlerden değilse bile, klâsik medeniyetlerden beri ferdlerin gerek ferdî, gerek içtimaî saiklerle yaptıkları seyahatler başka, mümeyyiz vasfı bir kütle hareketi olan turizm başkadır.

Turizm tarihi tetkik edilirse görülür ki bu hareket ancak yeni zamanların doğurduğu bir harekettir. Turizm ekonomisi profesörlerinden İsviçre'li Hunziker'in dediği gibi turizm, başlangıçta mahdud sayıdaki imtiyazlı kimselere ve mahdud memleketlere münhasır iken 100 - 120 sene içinde muazzam bir tekâmülle ekonominin ve bilhassa yabancı memleketlerle olan münasebetlerin faktörlerinden biri haline gelmiştir[4].

Turizmin ferdi saiki, insanın turizm mefhumuna dahil olan ihtiyaçlarıdır: Gezme, görme, dinlenme, tetkik etme vesaire...

Eğer bu ihtiyaçlar gayet mühim olan bir takım ekonomik neticeler doğurmamış olsaydı, iktisat ilminin turizm ile meşgul olmasına lüzum kalmazdı. İktisat ilmi, bir taraftan ihtiyaçların, yaşamak için mevcudiyetimizi idame ihtiyaçlarından başlayarak, derecelendiğini ve içtimâî tekâmülün mütemadiyen yeni ihtiyaçlar doğurduğunu, diğer taraftan ihtiyaçların hudutsuz olmasına mukabil bunları tatmin vasıtalarının mahdud bulunduğunu izah ederek turizmin gerek iktisadî bir vakıa olarak doğuşunu, gerekse inkişafını anlamamıza yardım etmektedir.

Yine Hunziker'e göre turizmin inkişafında üç âmilin rolü olmuştur: İktisadî refahın artması, münakalât tekniğinin ilerlemesi ve barındırma tesislerini, yani otel ve benzerlerinin bir endüstri mahiyetini kazanması... Aynı zamanda nüfusun artmasının da, müessir olduğu şüphesizdir.

Filhakika profesörün işaret ettiği gibi, 1800 de İsviçre'de 1 milyon 600.000, İngiltere ve İrlanda'da 15 milyon, Fransa'da 27, Almanya'da 24, İtalya'da 18, Rusya'da 33 milyon, Birleşik Amerika'da 5, Orta Amerika'da 14,5, Güney Amerika'da 10, Kanada'da ise yarım milyon nüfus vardı.

Hunziker İsviçre turizminin menşesinde İsviçre'de XVIII inci asırdaki felsefî - edebî hareketin büyük tesiri olduğunu kaydeder. Bu fikrî hareketi tahrik etmiş olan Jean Jacques Rousseau, tabiate dönüşün en iyi İsviçre'de mümkün olacağını yazmış ve İsviçre tabiatını Nouvelle Héloïse gibi eserlerinde tasvir etmek suretiyle yabancı akınında âmil olmuştur, der.

Endüstri inkişafının bir neticesi olan iktisadî refah artışının ilk tezahürleri tetkik edilirse, bu refahın turizmi bir kütle hareketi olarak doğurmuş olması keyfiyeti tarihî delilleriyle de takip edilebilir. Avrupa'da görülen ilk turistler İngilizler olmuştur. Çünkü İn-

[4] Prof. Dr. W. Hunziker, Un Siècle de Tourisme en Suisse, 1947, Berne.

gilizler, endüstrileşme hareketinde başka milletlere takaddüm etmişlerdir.

1848 de İsviçre'yi dolaşan turistlerin sayısı 30 - 40 bin civarında idi, ve hemen hepsi İngilizdi. İngilizler 1870 e kadar İsviçre turizminde başta geliyordu^[5].

Turizm endüstrisi de hemen hemen İngiliz turistleri için kurulmuştur. 1850 ile 1900 arasında dünya başkentlerinde ve Nice gibi turistik yerlerde rastlanan Angleterre, Britannic, Londre, Windsor, Prince de Galles gibi otel isimleri ve milletlerarası turizm lûgatına girmiş Express, Confort, Sleeping gibi kelimeler de o devirden kalmadır^[6].

Şu vakıalara sür'atle göz atalım. Lokomotifin icadı 1811 dedir. Manchester ile Liverpool arasındaki şimendüfer hattı 1830 da işliyordu. Fransa'da ilk tecrübeler 1837 de başlamıştı. İsviçre şimendüferlerinin inşasına 1848 de başlanmıştır. Teşkilâtlı ilk toplu gezi 1841 de İngiltere'de Thomas Cook tarafından tertip edilmiştir. Cook'un bu küçük gezisi ile Paris sergisi gezisi arasında 15 sene, ilk Amerika gezisi arasında 25 sene ve 222 günlük ilk dünya seyahati arasında 31 sene geçmiştir.

Bütün bu vakıalar, bize, münakale tekniğindeki terakki ve tekâmülün sür'atli seyrinin de turizmin başlıca üç faktöründen biri olduğunu göstermektedir.

E. Turizm telâkkisi ve tekâmülü :

Turizm, XIX. yüzyıl sonuna kadar ancak ferdi veya turistlerin ziyaret ettikleri mevkiler bakımından mahallî değerde görülmüştür. Nitekim, turizm sahasındaki ilk teşkilatlanma ve gruplaşma hareketi, bizzat turistlerin seyahat ve turizm maksatlarıyla kurdukları cemiyetlerle bu ziyaretlerden faydalanan yerlerin reseptif turizm teşkilâtı olan güzelleştirme ve tanıtma cemiyetleri mahiyetindeki teşebbüs sendikalarıdır.

İlk evvel tabiate dönüş telâkkisinin bir sembolü ve bir beden terbiyesi vasıtası olarak dağcılık yapmak, müşterek veya münferit geziler tertip etmek, dağcılığa ait bilgileri yaymak maksadiyle İn-

[5] Hunziker, zikredilen eser.

[6] Prof. P. Defert, Quelques repères historiques du tourisme moderne, Revue de Tourisme, No: 1, 1958, Berne.

giltere'de 1857 de, Fransa'da 1874 de dağcılık kulüpleri kurulmuş, onu kamping ve turing kulüpler (Fransa'da 1890 da, İtalya'da 1894 de) takip etmiştir.

İlk teşebbüs sendikaları İsviçre'de 1893 de, Fransa'da 1898 de, Almanya'da 1902 de teşkil edilmiştir. Hattâ, 1898 e kadar kurulan çeşitli turizm kulüp ve cemiyetleri, sonradan Alliance Internationale de Tourisme adını alacak milletlerarası teşekkülle turizmi kolaylaştırmak ve turizm menfaatlerini müştereken savunmak için harekete geçmişlerdir[7].

Otomobil meydana çıkınca her memlekette otomobil kulüpleri kurulmuştur.

Diğer taraftan XX. yüzyılın ilk seneleri millî propaganda ofislerinin doğuşuna şahit olmuştur. Bir kısmı cemiyet mahiyetinde olan bu ofislerin ilki 1902 de İsveç'te, 1905 de İspanya'da ve resmî karakterli ilk ofis de 1910 da Fransa'da kurulmuştur.

«Birinci Dünya Harbinden evvel milletlerarası alanda turizm mübadeleleri, sanayi mamûlâtının ve ziraî maddelerin karşılaştıkları müdahaleciliğin ve himayeciliğin sert mânilerine henüz çarpmaksızın mahdut memleketler lehine olarak gittikçe büyüyen bir hacimle geliyordu. Turizm memleketleri bu devirde turizm kaynaklarını o zamana göre âzamî şekilde istismar gayretinden başka gayret sarfetmiyorlardı. Çünkü milletlerin ekonomik hayatı nisbî bir serbestlik rejimi altında gelişme halinde idi ve mal, hizmet ve sermaye transferleriyle kendiliğinden muvazene bulan devamlı cereyanlara dayanıyordu.»[8].

Birinci Dünya Harbinden sonra, 1929 dünya ekonomik krizine kadar turizm gelişmede devam etti ve birçok Avrupa memleketleri turizme millî ekonomilerinin yardımcı bir unsuru nazariyle bakmağa başladılar.

Ve bu anlayış sebebiyle birçok memleketler Fransa misalini taklit ettiler. Tarafsız İsviçre, turizm ofisini harbin sonlarına doğru 1917 de, Almanya ve Avusturya harbin bittiği yıl, İtalya 1919 da, İrlanda 1925 de, İngiltere ve Yunanistan 1929 da kurdular. Daha sonraları, Polonya, Çekoslovakya, Macaristan, Bulgaristan ve hattâ Sovyet Rusya birbirlerini takip ettiler.

1929 da büyük dünya ekonomik krizinin alâmetleri belirlediği zaman, turizm tediyeleri yekûnu ile ölçülen milletlerarası turizm

[7] P. Defert, zikredilen makale.

[8] Conseil National Economique, zikredilen eser, s. 33.

mübadelelerinin kıymet hacmi, 1.700 milyar altın dolardı. Kriz şiddetini arttırdıkça bu hacim gittikçe küçülerek 1933 de 550 milyon altın dolara indi. Büyük miktarda altın stoklarına ve hariçte sermaye alacaklarına mâlik olmayan memleketler millî paralarını koruyabilmek için döviz tahditlerini ve döviz kontrollerini tesis ettiler. Ancak o zamandır ki hükümetler, hesaplar muvazenesinin bir unsuru olarak turizme düşen hissenin ehemmiyetini anlayabildiler. Bazıları, teb'alarının harice çıkmasını tahdide veya büsbütün önlemeğe çalışmakla beraber (Almanya harice çıkacak Almanlara adam başına on Mark tahsis ediyordu.) kendi topraklarına yabancıları hararetle davet ediyorlardı. Diğerleri —belki de az tazyik hissettiklerinden— hissî ve beşerî karakteri dolayısıyla ekonomik kanunların tesirlerinden kurtulabilmiş görünen bir vakıanın (yani turizmin) seyrine müdahaleden çekinmek lâzım geldiğine inandılar. Bînetice, birinciler için, turizmi yavaşlatmak ve cereyanını durdurmak bir zaruret oldu. Fakat bu ilk müdahaleler, diğerlerinin de müdahalesini davet etti. Denebilir ki, muhtelif memleketlerin hükümetleri, turizmin yavaşlamasının veya durmasının sebep olduğu zararları görerek turizm hareketinin önemini, bilhassa bundan dolayı ancak şimdi (1935) takdir edebilmektedirler^[9].

Fakat, Milletler Cemiyeti Ekonomi Komitesinin 30 Haziran 1934 tarihli notunda denildiği gibi, meselenin münhasıran millî vechesi gözönünde tutulmuş ve turizmin gelişmesinde ancak büyük sayıda yabancı turist çeken İsviçre, İtalya, Fransa, Avusturya, İsveç gibi mahdut memleketlerin menfaati bulunduğu kanaati yerleşmiştir.

Milletler Cemiyeti Ekonomi Komitesi, turizmin milletlerarası ticaretin ve ekonomik mübadelelerin faktörlerinden biri olarak arz ettiği önem üzerinde ısrarla durmuş ve turizm engellerinin kaldırılması ve hattâ turizmin teşviki meselesini teşkil ettiği üç tâli komiteye tetkik ettirmiştir. Bu komitelerden biri turizm istatistiklerine, ikincisi turizmin gelişmesine engel olan lüzumsuz veya aşırı formalitelerin ıslahına, üçüncüsü de bazı memleketler için müşterek bir turizm programı hazırlanmasına ait meseleleri incelemişler ve birçok tavsiyelerde bulunmuşlardı^[10].

[9] Le Tourisme, le Thermalisme et le Climatisme, s. 33.

[10] S.D.N. Etudes relatives au tourisme considéré comme facteur de l'économie internationale, 1936.

İkinci Dünya Harbinden sonra, 1925 - 1939 devresinde 25 memlekete mensup resmî turizm teşekkülleriyle milletlerarası turizm teşekküllerini yüksek bir turizm şûrası halinde bir araya getirmiş olan Conseil Central du Tourisme International'in yerine 52 memleketin iştirakile ve cihansümül bir teşekkül olarak kurulan International Union of Official Travel Organisations, Mülga Milletler Cemiyetinin Ekonomik Komitesi tarafından incelenmiş olan meseleleri tekrar ve daha büyük bir şümulle ele aldı. Birleşmiş Milletler, bu Birliği istişare organı olarak tanıdı.

Harp bittiği zaman, bu meseleler daha ağırlaşmış bir durumda idi. Zira seyahat mevzuunda harp rejimi devam ediyordu. Meselâ vizeler, ancak hükümetler merkezlerinden sorularak veriliyordu. Birlik, bir taraftan turizmin liberasyonu, yani turizm engellerinin kaldırılması, diğer taraftan turizm teşhizatı, turizm araştırmaları gibi teknik mevzularda ve nihayet Avrupa, Afrika, Orta Şark, Doğu Asya, Güney Asya turizm komisyonları gibi bölge komisyonlarıyla dünyanın üç kıtasında turizmin geliştirilmesi çarelerinin araştırılması mevzuunda devamlı gayretler sarfetmektedir.

Diğer taraftan Avrupa İktisadî İşbirliği Turizm Komitesi de âza memleketler câmiasını ilgilendiren aynı mevzularla ehemmiyetle meşgul olmuştur.

Bu gayretler semeresiz kalmamışsa da turizmin tam liberasyonu henüz her tarafta mümkün olmamıştır. Meselâ döviz tahditleri mevzuunda evvelâ devletlerin harice giden teb'alarına 100 dolar tahsis etmeleri, daha sonra bu tahsisi 200 dolara çıkarmaları istenmiş, 16 memleketten Türkiye henüz ne birinci, ne de ikinci tahsisi yapmamış, Fransa sadece birinci kotayı, yani 100 dolar tahsis edebilmiş, daha sonra 20 Mayıs 1958 de bu müsaadeyi de geri almış ve ancak şimdi tekrar aynı kotayı 1 Haziran 1959 dan itibaren tatbika başlayacağını ilân etmiştir. Yunanistan, İrlanda, Norveç, Avusturya, Hollanda, İngiltere kotaları arttırarak yılda 200-280 dolar, İtalya 480, İsveç 966 dolar tahsis etmektedirler. Belçika, Danimarka, Almanya döviz tahditlerini kaldırmışlar ve zaten tahdit koymamış olan İsviçre ile birlikte Avrupa'nın serbest dövizli memleketi vasfını kazanmışlardır^[11].

Bu misalin de gösterdiği gibi, tahditler rejiminin en fazla carî olduğu Avrupa'da turizm telâkkisi kuvvetlenmiş olmakla beraber, henüz liberasyona gidilememiştir. Bununla beraber, Prof. Krapf'ın

[11] Le Tourisme en Europe, O.E.C.E. 1957, s. 29.

dediği gibi, harpten sonra Avrupa'lı şuurunun kuvvetle doğması, turizmde bugün müşahade edilen muazzam inkişafın başlıca âmillerinden biridir^[12]. Bu şuur sayesinde ki I.C.A. Amerikan İşbirliği İdaresinin yaptığı yardımların Avrupa Ekonomik İşbirliği Teşkilâtı içinde yapılan tahsisleri arasında turizm ve otelcilik teçhizatı için mühim paralar ayrılması mümkün olmuştur. Esasen Amerika, turizmi, Avrupa'nın kalkınması programına hayli zamandır ithal etmiş bulunmaktadır. Memleketimiz henüz bu tahsislerden istifade edememektedir.

Yukarıdaki tafsilât, Milletlerarası turizm anlayışındaki gelişmenin Birleşmiş Milletlerin «İnsan Hakları Beyannamesi» ndeki seyahat serbestisi prensibinden ziyade, Avrupa ekonomisinin içinde bulunduğu reel şartlara tâbi kaldığını, fakat düne nisbetle hayli mesafe alındığını göstermektedir.

F. Teori bakımından turizm :

Turizm, Birinci Cihan Harbi sonunda harcıâlem olmuş ve çok kullanılan bir tâbirle demokratlaşmıştır. Bu vakıa, umumiyetle içtimaî tekâmülle izah edilmektedir. Tabiidir ki hakikatte turizmin cemiyet içinde «ödeyen», yâni müstehlik unsurlar arasında umumîleşmesi hâdisesine şahit olmaktadır.

Turizmin ferdî ve aynı zamanda romantik ve aristokratik olan safhası, XIX. asırda kapanmış, XX. asırda ise rasyonel ve teşkilâtlanmış bir kütle hareketi doğmuştur. XX. asır turizmini tahrik eden âmil, XIX. asrın ortadan kaybolan asalet ve büyük burjuazi tabakaları yerine kaim olan münevver ve vakti hali yerinde unsurlardan müteşekkil olan kütlelerdir. Bu kütleler, maişetleri ile refahlarını geniş ticarî ve sınaî faaliyetlerle serbest meslek faaliyetlerine medyundurlar. Gerçi, turizmin cemiyetin bütün içtimaî sınıflarına sirayet ettiği görülmektedir. Fakat buna iktisadî mânada bir demokratlaşma denebilir mi? Meselâ sosyal turizm, muhakkak ki, hareket noktası bakımından sosyal tekâmülün bir eseridir. İçtimaî tekâmül, sanayi memleketlerinde işçilere ücretli izin verilmesini sağlamıştır. İşverenlere tahmil edilmiş olan içtimaî külfet, izinleri vermekten ibarettir. Fakat işçiler için ucuz tatil merkezleri vücade getirmek ve idame etmek külfeti, mühim mikyasta âmme sektörüne düşmektedir.

[12] Prof. Dr. K. Krapf, Revue de Tourisme, sayı 4, 1958.

Binaenaleyh, turizmin bu umumîleşmesi ve yayılması, ekseriya atfedildiği gibi kelimenin dar mânasiyle sosyal politika ile ilgili değildir. İctimaî ilerleme ve milletlerin hayat seviyelerinin devamî yükselişi sebebiyle meydana gelen cihanşümul bir tekâmülün eseri ridir^[13].

Turizmi zaman içindeki tekâmülü bakımından mütalâa eden müelliflerin bir kısmı, meselâ Cenevre İlmî Turizm Araştırmaları Beynelmilel Enstitüsü neşriyatı meyanında dikkate değer bir eser nesreden Profesör André Piatier, turizmin henüz içinde bulunduğumuz bir tekâmülün eseri olduğunu ve iki vakıa ile, hissedilmeksizin iktisadî hayata nüfuz ettiğini söylemektedir^[14].

Bu vakıaların birincisi, teknik terakkinin neticesi olan mesafelerin kısalıp daralmasıdır. İkincisi, tatillerin ticarîleşmesidir, Piatier'nin ifadesiyle seyahatlerin, daha doğrusu tatillerin bir nevi aile otarşisinden pazar ekonomisi safhasına geçmesidir. Yüz sene evvel, yaz için Paris civarındaki bir sayfiyeye yerleşen bir Paris'li, iktisatçının asla alâkasını çekmezdi. Aynı zaman ölçüsü içinde bugünkü Paris'liyi Nice, Biarritz gibi yerlerde görüyoruz. Yine aynı suretle akraba nezdinde bizzat istihlâk edilen, autoconsommés tatiller yerine nakliyeciden, otelciden... ilh. satın alınan tatiller kaim olmuştur. Gerek bu yer değiştirmelerde, gerekse tatilin ticarîleşmesinde turizmin iktisadî bir vakıa oluşunun idraki, bu hareketin pazar ekonomisi safhasına geçişi ile başlamıştır.

Tabii bu idrak, bir cemiyet hâdisesidir. Bu sebeple turizm hakkındaki telâkkiler de zaman ölçüsü içinde değişmiştir. Dolayisile mefhumlar da istihale ve tekâmüle uğramıştır.

Turizm, mahiyeti itibariyle iktisatçılar tarafından ötedenberi bir hizmet istihsali ve mübadelesi telâkki edilmiştir. Hattâ, 1928 de Milletler Cemiyeti tarafından kabul edilerek devletlere tavsiye edilen Milletlerarası Tediye Muvazeneleri Bilânçosu şemasında, hizmetler faslında mütalâa edilmiştir.

Buna mukabil, turizmi iktisadî bakımdan istihlâkin yer değiştirmesi olarak mütalâa eden müellifler vardır. Hattâ, Prof. Piatier, daha ileri giderek turizmin istihlâkin yer değiştirmesi hâdisesi değil, bundan daha mühim olarak istihlâkin şekil değiştirmesi ve

[13] Gaston Mortier, les Nouvelles Tendances de la Politique du Tourisme, Revue de Tourisme, sayı 3, 1958.

[14] Prof. André Piatier, Sondages et enquêtes au service du Tourisme, Genève, 1956.

muhtelif spesifik istihlâklerin yeniden gruplaşması vakıası olduğunu iddia etmektedir.

Bu müellife göre müstehlikin intihabı ve talebi, evinde başka, seyahatte başkadır ve bu başkalık, yani istihlâkin transformasyonu, gerek istenen mal ve hizmetlerin mahiyet ve vasıflarında, gerekse seyahate çıkanların masraf bütçelerinin bütün fasıllarında müşahede edilebilir.

Yalnız bu değişme, bir seyahatin her safhasında, başka bir tâ-birle turizm ile ilgili faaliyet sahalarının hepsinde sarahaten görülemez. Zira, turizm talebi carî taleplerden kolay kolay ayırd edilemez. Müellif fikrini şöyle izah ediyor:

«Turist umumî bir nakil vasıtası kullandığı, meselâ şimendüfere bindiği zaman ona ne niyetini, ne de ruhî halini soran olmaz. Şahsî bir nakil vasıtası, meselâ otomobil kullanıyorsa neden, niçin suallerine cevap bulmak şansı pek azdır. İktisatçı gerek şimendüfer mevzuunda, gerekse otomobil endüstrisi hakkında büyük bir literatür meydana getirmiştir. Fakat gişede biletin ve otomobil acen-tesinde otomobilin satılması anından itibaren dilsiz kesilmektedir. Gerek yolcu trafiği, gerekse benzin istihlâki ve otomobil parkı, yani otomobil mevcudu istatistikleri, turizm hacminin endirekt bir şekilde ölçülmesinde kifayetsiz kalan ölçülerdir. Zira bu istatistikler turizm vakıasının, aralarından ayırd edilemeyeceği pek geniş sahalara şâmindir.

«Turizmin umumleşmesinden bahsettik. Turizm aynı zamanda saha itibarile de genişlemiştir. Mevzubahis genişleme, coğrafi saha itibariyle değil, turizmin faaliyet sahası itibariyle kabul edilen bir tekâmül telâkksidir. Kaplıca kürü evvelce tababetin meşgul olduğu bir saha idi. Yine de öyledir, fakat bugün turizm endüstrisi arasında mütalâa edilmektedir. Alpinizm, evvelce spor yazarlarının mevzuu sayılırdı. Müzelerin, âbidelerin ziyareti, sergi ve panayırların ziyareti, festivallere iştirak olunması, evvelce sanat haberleri cümlesindendi. Bugün bütün bunlar, ekonomik neticeleri bakımından turizmin faaliyet sahasına girmektedir. Hattâ, su kürünün yanı sıra helioterapi denilen açık hava kürü, Alpinizm ve Ski'nin yanında su kayağı ve denizaltı avı taammüm etmektedir, ilmî merak ve teces-süsle mağaraların ziyareti, bölge bölge yemek hususiyetlerini gör-rüp tadmak arzusu ile gastronomik geziler, yani tabahat hususiyet-leri gezileri, spor maksadıyla spor turneleri âdet olmaktadır.

«Binnetice modern turizmi müteaddit cepheli, fakat aynı za-manda mütecanis bir iktisadî vakıa telâkki eden yeni görüşler doğ-

muştur. Turizm sahası, muhtelif sahalardan yapılan ifrazlarla, kopardmalarla teşekkül eden yeni bir sahadır. Bu yepyeni saha, kendi kesafetini arttıran ve istiklâlini ilân eden yeni faaliyetlerle dolmaktadır.»

II. — TURİZM HAREKETİ

- A. Turizm hareketinin hacim ölçüsü — B. İstatistik metodları —
 C. Tediye muvazeneleri bakımından turizm istatistiklerinin kullanılışı — D. Avrupa'da turizm hareketi ve Avrupa'nın turizm geliri — E. Amerikan turizmi — F. Amerikan turizmi ve Avrupa
 G. Dünya turizminde ve Amerikan turizminde Jet devri —
 H. Amerikan turizmi ve memleketimiz.

A. Turizm hareketinin hacim ölçüsü :

Turizm hareketinin hacim ölçüsünün birimi, insandır.

Turizmin şimdiye kadar izah ettiğimiz mahiyeti de bunu icab ettirir. Turistin müstehlik unsur olarak âmil olduğu muhtelif istihlâklerin mahiyetleri ve bunların kemmî ölçüleri veya kıymet ölçüleri ne olursa olsun, turizm hareketinin bütünü ve hacmini bu ölçülerle ifade etmeğe imkân yoktur.

Buna mukabil, meselâ hudutlardan geçişleri, yolcu sayısı ile ifade edilen yolcu münakalâtını, bir memleketin muhtelif turistik bölgelerinin ancak ziyaretçi sayısı ile ifade edilen turist çekme derecelerini, insan ölçüsünden başka bir ölçü ile ifade etmeğe de yine imkân yoktur.

İşte bu sebeple turizm hareketinin hacmi de insan ölçüsüyle, insan adedi ile ölçülmektedir.

B. İstatistik metodları :

Maalesef, turizm hareketlerinin dünya ölçüsündeki istatistikleri doğrudan doğruya mukayeseye mütehammil değildir. Bu da metod farkından ileri gelmektedir.

İkinci Dünya Harbinden evvel Milletler Cemiyeti tarafından neşredilen dünya turizm hareketleri istatistiği şimdi, Resmî Turizm

Teşekkülleri Milletlerarası Birliği adına «British Travel and Holidays Association» tarafından neşredilmektedir.

Bu istatistikler hakkında şu umumî malûmat verilmektedir:

1 — Ölçü birimleri ve metod:

- a) Otellerde tescil metodu,
- b) Hudut kontrolleri metodu.

Birinci metodda, ekseri hallerde, ölçü birimi, bir şahsın bir gece zarfında ikametidir ki buna (nuité=geceleme) denmektedir. Bazı memleketlerde otellere, pansiyonlara, sanatoryumlara, okul ve kamplara gelen yabancılar tescil olunmakta ve «gelen turistler» denilen bir mütemmim ölçü kullanılmaktadır ki bir turistin bir otel veya pansiyona gelmesini temsil etmektedir.

İkinci metodda ölçü birimi bir turistin bir hududa veya limana gelişidir. Bu keyfiyet normal olarak «Arrivées = Muvasalat» kelimesiyle ifade edilmektedir.

2 — Her iki metodun birim ölçüleri farklı olduğundan «Muvasalat» rakamlarıyla «Geceleme» rakamlarını birbirine karıştırmak lâzımdır. Geceleme rakamları muvasalat rakamlarıyla mukayese edilmeden evvel, memleketteki ortalama ikamet müddetine bölünmek lâzımdır. Muvasalat rakamları da geceleme rakamlarıyla mukayese edilmeden evvel karşılıklı olarak tashih edilmek icabeder.

3 — «Turist» tarifi, muhacir, transit yolcu, nakil vasıtaları personeli ve yolcu grupları vesairenden mürekkep mühim bir yolcu zümresini istatistiklerin şümülünden hariç tutmaktadır. Dolayısıyla istatistik cetvelleri seyahatlerin hacmini tam olarak göstermektedir.

4 — Tablolarda görülen seyyahlar ancak «Turist» sıfatını haiz olanlardır ve istatistiklere geçirilenler istatistik malûmatını veren makamlarca bu sıfatla tanınmış bulunanlardır.»

Yukarıdaki izahlardan da anlaşılacağı gibi istatistiklerin değişik metodlarla tanzim edilmiş olması dünya ölçüsünde global rakamlar verilebilmesini güçleştirmektedir. Gecelemelerin ortalama bir ikamet müddeti ile bölünerek turist sayısının bulunması her zaman mümkün değildir.

Ancak, Avrupa memleketleri için bu ameliye, tedariki mümkün olan malûmatla nisbeten kolay olduğundan Avrupa İktisadî İşbirliği Teşkilâtı Turizm Komitesi tarafından neşredilen raporlardaki istatistikler, mukayese edilebilmek değerini kazanmaktadır.

Avrupada bugün «gelen turistler» ölçü birimini kullanan memleketler Hollanda ile Lüksemburg'dan ibarettir.

Yalnız hudut kontrolü metodunu kullanan memleketler de İngiltere, İrlanda, Türkiye ve Yunanistan'dır.

Diğer memleketler hem turist sayısını, hem de geceleme sayısını verebilmektedirler.

Tetkikimizin çerçevesi istatistik metodları hakkında daha fazla taferruata geçmeğe müsait olmadığından bu kadarı ile iktifa ediyoruz.

C. Tediye muvazeneleri hesapları bakımından turizm istatistiklerinin kullanılışı :

Turizm gayrı safî gelirleriyle safî gelirlerinin tahmininde kullanılan metodlara gelince, bu hususta da yine kısaca kaydedilebilecek mühim noktalar şunlardır:

Yabancı turist sarfiyatının tahmininde iki metod kullanılmaktadır:

1 — Direkt metod (doğrudan doğruya turist tarafından verilen malûmata dayanan metod),

2 — Endirekt metod (yabancı turistlerin global sarfiyat yekûnunu, ikamet müddetleri mecmuunun günlük ortalama sarfiyat miktarına çarpılması suretiyle araştıran metod).

İlmî Turizm Araştırmaları Milletlerarası Enstitüsü Eksperler Komitesi 1953 deki toplantısında, daha evvel Milletler Cemiyeti İstatistik Komitesinin 1936 da tavsiye ettiği yukarıdaki metodlarla Resmî Turizm Teşekkülleri Milletlerarası Birliğinin Turizm İstatistikleri hakkındaki notunu^[15] ele almak suretiyle meseleyi yeniden incelemiştir^[16].

[15] International Union of Official Travel Organisations, International Travel Statistics, 1948, s. 6-7.

[16] L. J. Lickorish, Le tourisme et la balance internationale des paiements, Institut International de recherches scientifiques su le tourisme, 1955.

Komitenin tavsiyelerine göre, turist sarfiyatının tahmini için turistler (talebeler, serbest meslek erbabı, iş adamları, konferans delegeleri, tatil yapanlar gibi) kategorilere ayrılmalıdır. Bundan başka, turistlerin mutad olarak fazla veya az sarfiyat yapmalarının menşe memleketleri, ikamet müddetlerinin uzunluğu veya kısalığı gibi âmillerine göre tasnifler yapılmalıdır.

Turistler bu suretle muayyen iktisadî davranışlarına göre kategorilere ayrıldıktan sonra, her turist kategorisinin temsili bir cüz'ü ele alınarak o kategori için adam başına ve seyahat başına günlük sarfiyat miktarı hakkında takribî bir fikir elde edilebilir.

Bu veriler, her halde her turist kategorisi için seyahat acentelerinden, nakliye şirketlerinden, perakende mağazalarından ve sınıflarına uygun otel ve lokantalardan mütemmim malûmat alınarak tamamlanır ve tashih edilir.

Bununla beraber, her kategorinin kendi tipinin ortalama sarfiyatını tesbit için yine her halde anketlere başvurulmalıdır. Zira aralarında pek büyük farklar olacaktır. Bu sebeple aritmetik ortalama, Komiteye göre turistlerin ikamet müddetini, tip sarfiyat miktarını, yahut turizmin başlıca karakteristiklerini en muvafık şekilde takdir ve tahmine müsait değildir. Mediyan, daha iyi neticeler verebilir^[17].

Turist masraflarının tahmininde sondaj yoluyla anket tekniği de Birleşik Amerika'da ve diğer bazı memleketlerde kullanılmaktadır. Komite, bu anketlerin oldukça uzun bir devrede birbirini takip etmesini, yani muntazam bir şekilde yapılmasını ve meselâ yılda bir güne veya bir haftaya inhisar ettirilmemesini tavsiye etmektedir.

Diğer taraftan, Komite, devletlerin kendi teb'alarının hariçteki sarfiyatını tahmin hususunda —pek mahdut istisnalarla— ciddî davranmadıkları ve harice giden vatandaşların sarfiyatının, turizm gelirlerinin tahmininde kullanılan metodlarla bulunabileceği mütalâasındadır. Bu bahiste son senelerde Amerika, İngiltere ve İsviçre'de yapılmış olan pazar etüdleriyle söz konusu olan sarfiyatın tahmini bakımından kıymetli malûmat elde edildiği de ilâve edilmiştir.

Turizmin, tediye muvazeneleri bakımından tesbiti güç olan bir şekli vardır ki o da turistlerden ve bilhassa gençlerden mürekkep

[17] Komite, bu tavsiyede bulunurken mod'un medyana nisbetle tercihe şayan olup olmadığını kısaca münakaşa ederek medyanın müraccah olduğunu kaydetmektedir.

kafilelerin mübadelesi dolayısıyla misafir eden memleketin müte-kabiliyet şartıyla temin ettiği kolaylık ve hizmetlerdir. Bu gibi hal-lerde hiç bir nakdî muamele cereyan etmez. Bununla beraber, mil-letlerarası ticaretin bu mühim faslının ehemmiyet derecesinin gö-zükebilmesi ve her iki memleketin turizm yoluyla elde ettikleri ge-lirin hesaplanmasında dikkate alınabilmesi için rakamla değerklen-dirilmesi lâzımdır.

Komite, netice olarak bugün herhangi iki memleket arasında yapılan turizm geliri mukayeselerinde bir memleketin turizm en-düstrisinin gelirini tahmin için mevcut olan iki metod arasındaki esaslı fark dikkate alınmadan mukayese yapıldığı mütalâasında ve çeşitli milletlerarası teşekküller tarafından başlanmış olan ilmî etüdler sayesinde yakın bir zamanda her turist kategorisinin orta-lama sarfiyatının sıhhatli bir hesabının yapılabileceği ümidindedir. Bu veriler bir kere belli olduktan sonra turistlerin muayyen bir memleketteki sarfiyatlarına ait objektif tahminlerin kullanılması mümkün olacaktır^[18]. Bu tahminler, ilgili memleketler tarafından neşredilen resmî rakamların kontrolü için müstakil bir araştırma organı tarafından milletlerarası bir esasa göre hesaplanabilecektir.

D. Avrupa'da turizm hareketi ve Avrupa'nın turizm geliri :

Avrupa Turizm Komitesinin neşriyatına göre, Avrupa memle-ketlerine başka bir Avrupa memleketinden veya denizaşırı memle-ketlerden gelen yabancı turist sayısı 1938 de 12 milyon civarında idi. Harpten sonra bu sayı 1950 de 20 milyonu, 1955 de 28,5 mil-yonu, 1957 de 31,5 milyonu bulmuştur.

1955 e kadar seneden seneye artış nisbeti ortalama olarak % 10 idi.

Bununla beraber, yukardaki rakamlar hakikî turist sayılarını göstermez. Bu rakamlar dışında «excursionniste» denilen seyyahlar

[18] Bugün Amerikalı turistlerin ziyaret ettikleri memleketlerde günlük sarfiyatları hakkında muhtelif Avrupa memleketlerinin neşrettikleri rakam-larla Birleşik Amerika Ticaret Departmanının neşrettiği rakamlar arasında pek büyük farklar vardır. Fazla olarak Amerikan turistlerinin günlük sarfi-yatları ortalaması olarak muhtelif memleketlerce gösterilen rakamlar da pek büyük nisbette değişmektedir. Halbuki rakamlar, davranışları umumiyetle zi-yaret ettikleri memleketlerde aynı olan aynı şahıslara aittir.

vardır ki turist gemilerinde yatanlarla 24 saatten az kalan turistlerdir. Fransa ile İngiltere, Belçika, İsviçre, İtalya ve müteakiben bu memleketler arasındaki turizm münasebetlerinde bu hal bilhassa dikkati çeker. Netekim 1957 de Fransa'ya 19.690.000, İrlanda'ya 1.973.000 ve İtalya'ya 6.729.000 excursionniste gelmiştir ki yukarıdaki 31,5 milyon rakamına yalnız bunlar ilâve edilirse Avrupa dış turizm hareketi 59,9 milyona çıkar.

Turist sayısı artarken tabiiyle turizm geliri de artmıştır. Bu gelir 1955 için 4 milyar dolar muadili olarak tahmin edilmiştir. Bu miktarın 1 milyar doları, sarfiyatlarını dolar olarak ödeyen Amerika kıtası turistlerindedir. Fakat bunlar arasında da en fazla sarfiyat yapan, yine Birleşik Amerikalılardır.

Avrupa memleketlerinden turizm gelirleri mühim olan bir kaçının gayri safi turizm gelirleri ile yerli turistlerin harıçteki sarfiyatı ve her ikisi arasındaki farkı teşkil eden safi turizm gelirleri aşağıdadır:

<i>(Milyon dolar olarak)</i>			
	1956	Yerli turistlerin	
	Gayri safi	harıçteki	Safi turizm
	Turizm geliri	sarfiyatı	geliri
Almanya	369.7	259.9	+ 112.8
Avusturya	116.2	23.5	+ 92.7
Fransa	154.7	232.7	— 78.0
İngiltere	338.0	345.0	— 7.0
İsviçre	212.0	87.0	+ 125.0
İtalya	259.9	41.7	+ 215.2
Mukayese için			
Türkiye	1.9	1.2	+ 0.7
Yunanistan	31.2	12.7	+ 18.5

E. Amerikan turizmi :

Kısaca, Amerikalı turistler diyeceğimiz bu zümre, Birinci Dünya Harbinden sonra yüksek tediye kabiliyetleri dolayısıyla Avrupa'da pek makbul bir turist zümresi idi. 1929 dünya ekonomik krizinden sonra, bu zümrenin ehemmiyeti büsbütün arttı. Zira Amerikan turizmi Avrupa memleketlerinin tediye muvazenelerinde mühim rol

oynuyordu. Bu sebeple Amerika'dan Avrupa'ya müteveccih turizm hareketi hususî bir ehemmiyetle takip edilmeğe başlandı. Bugün bu turizm hareketi yalnız takip edilmiyor, takip edilmekle iktifa edilmiyor, bu turizm hareketini teşvik için, daha büyük ölçülerde bir hareketi tahrik için gayret sarfediliyor. Avrupa İktisadî İşbirliği teşkilâtına dahil memleketler, Amerika'da müşterek turizm propagandası yapıyorlar. Millî portesi 1955 e kadar 2 milyon doları bulan bu müşterek propagandanın masraflarına memleketimiz de iştirak etmektedir.

Amerikan turizminin hacmi 1939 dan bu yana bir hayli artmıştır^[19]. Harice seyahat eden Amerikalıların sayısı 1929 da 517.000 kişi iken 1955 de 1.075.000 e yükselmiştir. Turistlerin, nakliye ücretleri dahil 1929 da 687 milyon dolar olan hariçteki sarfiyatı, 1933 de 277 milyon dolara düştükten sonra tekrar yükselerek, 1950 de 995 milyona, 1955 de 1 milyar 566 milyon dolara yükselmiştir^[20]. 1951 - 1955 devresindeki senelik ortalama sarfiyat, 1 milyar 107 milyon dolardır. Amerikan Ticaret Departmanının neşriyatı, bu harcamaların Amerikan millî gelirinin istihlâk için disponibl miktarına nisbetini de göstermektedir. 1929 nisbetiyle 1955 nisbetinin mukayesesi, Amerikan turizminin şimdi eskisinden daha büyük bir nisbette dahilî turizme kaydını anlatıyor. Filhakika evvelce millî gelirin binde 8,2 si dış turizm için harcanırken, 1955 de ancak binde 5,8 i harcanmıştır. Çünkü Amerika'da yollar, 25 sene öncesine göre daha mükemmeldir, yollar boyunca otelcilik endüstrisinin yeni bir çeşidi olan binlerce motel peyda olmuştur. Otomobil sayısı ise, çok artmıştır.

Amerikan turizminin gerek hacim, gerekse turizm harcamaları bakımından global artışına mukabil, Avrupa'nın hissesinin azaldığı görülüyor. 1929 da Avrupa'ya gelen Amerikalı turistler, harice çıkan turistlerin % 67 sini teşkil ediyordu, 1955 de bu nisbet % 45 e düşmüştür.

Bununla beraber, sayıca artış vardır: 1929 da 350,000, 1955 de 482,000. Harpten evvelki nisbetin muhafaza edilememesinin başlıca sebeplerinden biri 3 - 4 sene öncesine kadar denizaşırı nakliyat kapasitesinin kifayetsizliği idi.

[19] Survey of International Travel, U. S. Department of Commerce, 1956.

[20] 1958 e ait ilk rakamlar olarak bu sarfiyatın 2 milyar 250 milyona çıktığı bildiriliyor.

F. Amerikan turizmi ve Avrupa :

Amerikan turistlerinin umumî sarfiyatından Avrupa'nın hissesi de düşmüştür. Gerçi Avrupa'daki sarfiyat yekûnu 1929 un 213 milyon altın dolarına mukabil 1955 de 427 milyon dolara yükselmiştir. Fakat, 1955 e ait rakam, turistlerin umumî sarfiyatının % 38,5 dir. Halbuki 1929 daki nisbet % 44,2 idi.

Amerikalı turist sayısının ve sarfiyatının Avrupa'daki inkisamı, turistlerin en çok Fransa, İngiltere, İtalya ve İsviçre'ye gittiklerini gösteriyor. 1950 - 54 devresinde bu memleketler, Amerikan turizminden ortalama olarak şu gelirleri elde etmişlerdir: Fransa 74, İngiltere 66, İtalya 65, İsviçre 30 milyon dolar... Turistlerin adam başına en fazla para sarfettikleri memleketler, 350 dolarla İtalya ve İskandinav memleketleridir.

İkinci derecede 300 dolarla Fransa, İngiltere ve İspanya gelmektedir. Benelux memleketleriyle Portekiz gibi memleketlerde bu ortalama rakam, 125 - 150 dolara kadar düşüyor.

Amerikan turizminin Avrupa'daki inkisamına müessir olan âmillerden biri, bir kısım Amerika'luların Avrupa'daki menşe memleketleridir. Bunlar eski vatanlarını, akrabalarını ziyarete geliyorlar. Diğer kısmının seyahatinde doğrudan doğruya turizm arzı, yani turistik câzibeler ve fiat gibi pazar şartları âmil olmaktadır.

Diğer taraftan, Amerikaluların Avrupa'daki harcamalarının ortalama miktarının —ki 1955 de adam başına 839 dolardı— tümü ile Avrupa memleketlerinin herbirine düşen ortalamaların mukayesesinden bu turistlerin bir seyahatte 3 - 4 memleketi birden ziyaret ettikleri neticesi çıkıyor. Hele, Akdeniz tenezzüh seferlerinin programlarına en az 6 - 7 memleket ithal edilmektedir.

Ziyaret müddetlerine tenezzüh seferleri, uçakla yapılan dünya turları gibi organize turizm şekilleri haricinde, ferdî inisiyativle tayyün eden programlar müessir olmakta ve bu sonuncularda da, ki bunlara pazar şartları diyoruz, turistik câzibeler kadar, bu câzibeyi artıran müzik festivalleri, mahallî karakteri haiz bayramlar, beynelmilel sergiler, sanat sergileri, mühim spor hâdiseleri gibi turistik vakayi ve umumiyetle, bir bölgenin topyekûn câzibe ve hâdiseleri âmil olmaktadır. Amerikan turizmi hakkında dikkatimizi çekmesi lâzım gelen mühim noktalardan biri, budur.

G. Dünya turizminde ve Amerikan turizminde Jet devri :

1956 danberi, Amerikan turizminin bizim için de çok mühim olan yeni bir gelişme temayülü, Avrupa'yı ehemmiyetle meşgul etmeğe başlamıştır. Avrupa'nın turizm düzenini altüst edecek bu temayül, Avrupa için bir taraftan mes'ut neticeler vaadediyor, diğer taraftan barındırma imkânlarının azlığı bakımından endişe kaynağı oluyor. Amerikan turizminin bu anî gelişme temayülünde âmil olan sebepler muhtelifdir: Nakil kapasitesi bugün uçaklarda olsun, gemilerde olsun talebin çok üstünde bir yükselme devresindedir. Dolayısıyla tarifelerde mühim tenzilât beklenmektedir. Bundan başka, Amerikan turizm piyasasında taksitle seyahat gibi fevkalâde bir kolaylığın tatbikine başlanmıştır. Bu kolaylık, Amerikan Cemiyyetinin şimdiye kadar denizaşırı bir seyahat yapmak imkânını bulamayan geniş içtimaî tabakalarını harekete getirmeğe başlamıştır. Diğer taraftan teknik terakki, bu denizaşırı hareketi bir kat daha teşvik edecek imkânlar yaratıyor.

Jet uçakları, Paris - New York, Roma - New York arasında geçen sonbahardanberi işlemeğe başladı. 160 kişi alan ve Atlantığı 6,5 saatte aşan bu dev uçakların altı tanesiyle günde birer gidiş-geliş seferleri yapılmaya başlanacağı gün, bir ayda, 40.000 tonluk bir transatlantiğin bir yılda taşıyacağı yolcu kadar yolcu nakliyatı yapılabileceği hesaplanmıştır.

Resmî Turizm Teşekkülleri Beynelmillel Birliğinin Avrupa Turizm Komisyonu, bu gibi faktörleri gözönünde tutarak 1960 da veya ona yakın bir tarihte Avrupa'ya gelecek Amerikalıların 1955 e göre üç misline yani 1,5 milyon kişiye çıkabileceğini, Orta ve Güney Amerika'dan ve dünyanın başka kıt'alarından Avrupa'ya gelen turistlerin 1955 de yarım milyon olan sayılarının da 1 milyona varabileceğini tahmin etmiştir^[21]. Binnetice, kıt'alararası turizm, 2,5 milyon kişilik muazzam bir hareket haline inkilâp etmek temayülündedir.

Her turist, ortalama dört memleketi ziyaret etse, diğer kıt'lardan gelen turistler Avrupa'da 10 milyon kişilik munzam bir turizm hareketi yaratacaklar demektir.

[21] White Paper on a Tourist Policy in Europe, European Travel Commission, 1957.

H. Amerikan turizmi ve memleketimiz :

Bizde 1953 denberi tutulmağa başlanan turizm istatistiklerinde Amerikalılar, son beş senedenberi başta geliyor. Türkiye'ye gelen Amerikalıların sayısı 1953 de 19.967 iken 1957 de bu sayı 34.983 e, yuvarlak rakam 35.000 e yükselmiştir. Bu son sayı 1957 de Almanya, Fransa, İngiltere ve İtalya'dan gelen yabancıların mecmuuna müsavidir. Diğer taraftan Türkiye'nin hakikî turist depoları sayılması lâzım gelen Yakın Şark memleketlerinden gelenlerin sayısı da, İranlılar ve Yunanlılarla birlikte, ancak Amerikalıların sayısına tekabül etmektedir. Amerikalılar, Yugoslavya'dan gelen muhacirler istisna edilirse 1957 de 129.441 e bâliğ olan umumî turist sayısının % 27 sini teşkil etmekte idi^[22].

Bu noktada hatıra bir sual geliyor: Türkiye, Amerika'nın askerî ve teknik yardımlarından istifade etmektedir. Acaba gelenlerin hepsi, iş için gelenler de turist sayılmak şartıyla, turist zümresine dahil midir?

İstatistikler bu noktanın aydınlatılmasına yardım ediyor. Turistlerin seyahat maksatlarına göre tertiplenmiş istatistik tablosunda, Türk Hükûmeti nezdinde veya Türkiye'de bir Türk müessesesinde, yahut yabancı bir müessesede çalışmağa gelenlerin sayısı 2.455 kişidir. Bundan başka, (Devlet hizmetinde) kaydiyle seyahat maksatları kendi hükûmetlerinin hizmetinde çalışmak olduğu zımnen anlatılan yabancıların sayısı da 1957 de 16.958 dir. Bunların hepsinin Amerikan vatandaşı olduğu kabul edilse bile yine Amerikalı turistler 18.000 kişi olarak diğer yabancı turistlerin başında gelmektedir.

III — AVRUPA TURİZM HAREKETİNİN BÜNYESİ

Berne Üniversitesi Turizm Araştırmaları Enstitüsü Direktörü Profesör Krapf, bu bünyeyi şöyle tahlil ediyor^[23]:

1 — Avrupa turizmi —büyük bir nisbette— bizzat Avrupalılar, yani Avrupa İktisadî İşbirliği Teşkilâtı âzası olan 17 memleket ta-

[22] Aylık İstatistik Belleteni, sayı 52.

[23] Prof. Dr. K. Krapf, La Politique du Tourisme en face de l'intégration européenne, Revue de Tourisme, No: 4, 1958.

rafından beslenmektedir. 1955 de kaydedilen 28 milyonluk ziyaretçi kütlesinden 1 milyonu hariç, diğerleri Avrupalı ziyaretçilerdir.

2 — Avrupalılararası mübadelelerde tediye muvazenelerinin turizm kısmı, ileri derecede sanayileşmiş İngiltere, Hollanda, İskandinavya memleketleri gibi memleketlerde umumiyetle defisiterdir. Buna mukabil, İtalya, İspanya, Yugoslavya gibi az sanayileşmiş memleketlerin tediye muvazenelerinde turizm, umumiyetle aktif bir bakiye bırakmaktadır. (Bununla beraber, bu umumî müşahedenin istisnaları da vardır. Almanya dünya ekonomik krizine kadar birinci zümreye dahildi. Harpten sonra döviz tahditleri yüzünden Almanlar hariçte fazla sarfiyat yapamadılar. Dolayısıyla Alman turizm muvazeneleri de aktif bakiye ile kapandı. Şimdi, yani 1956 danberi döviz tahdidatı kaldırılmıştır. Almanlar, çok gezen bir millettir. Bu sebeple Almanya, turist ihracatçısı vasfını tekrar kazanacaktır. Yine hayli ileri derecede sanayileşmiş oldukları halde, turizm muvazeneleri aktif bakiye bırakan ve Prof. Krapf'ın işaret ettiği umumî temayüle asıl istisna teşkil eden bazı memleketler vardır ki bilindiği gibi bunlar, Fransa, İsviçre ve Avusturya gibi turistik câzibe ve avantajlarıyla meşhur turizm memleketleridir.)

3 — Profesör Krapf'ın üçüncü müşahedesini, turizm mübadelelerinin kıt'alararası münasebetlerde Avrupa memleketlerine bir gelir fazlası temin ettiğidir. Profesör ilâve ediyor:

«Amerikalı ve Kanadalı turistler, Avrupa turizminin büyük bankerleridir. Avrupa turizmi geçmişte olduğu gibi, gelecekte de dolar hâmillerinin iyi niyetli yardımlarına tâbi ve müftekir kalacaktır.»

Bu münasebetle mühim bir noktayı hatırlatalım: Turizm mevzuu, Amerikan Ekonomik İşbirliği İdaresi tarafından idare edilen Avrupa'nın Kalkınması Programına dahildir. Marshall Plânından sonra, Avrupa memleketlerine yapılan nakdî yardımlar, turizm endüstrisine de teşmil edilmiştir.

4 — Turizm hareketinin tahlili, Avrupalı turistlerin iştira kabiliyetinin gittikçe azalmakta olduğunu gösteriyor. Bu da tabiidir. Turizm, nüfusun daha geniş tabakalarına yayıldıkça, ortalama harcamalar seviyesi de düşecektir. (Bu temayül, sosyal turizmin neticesidir. Sosyal turizm, Profesör Krapf'ın dediği gibi, mes'ut ekonomik tesirlerini ancak kütleli bünyesiyle yapacaktır.)

5 — Profesör Krapf, büyük turizm cereyanlarının Kuzeyden Güneye doğru bir istikamet takip ettiğinin ötedenberi malûm olduğunu da hatırlatıyor.

Avrupa turizminin daha başka bünye hususiyetleri de vardır. Avrupa İktisadî İşbirliği Teşkilâtının Avrupa Turizm Komitesi, senelik raporlarında, zaman zaman bu bünye hususiyetlerine temas eder^[24].

Bunlardan birincisi, Avrupalılararası turizmin bugün âdetâ bir gençlik hareketi mahiyetini almış olmasıdır. 1955 de kaydedilen 27 milyon Avrupalı ziyaretçiden büyük bir kısmı, 25 yaşını doldurmuş gençlerden mürekkepti.

Bu gençler gittikleri yerlerde ananevî barınma vasıtası olan otelden başka vasıtalara, gençlik oberjlerine, tatil kamplarına, kampinglere rağbet ediyorlar.

Avrupa Turizm Komitesinin diğer bir müşahedesi, turistlerin ikamet müddetlerinin azalmasıdır. Bu mesele bizim gibi turizmin bünyesini yeni yeni tanımağa gayret eden memleketler için mühimdir.

Bizim için enteresan olan diğer bir müşahedeyi de kaydedelim: Mühim nisbette artan turist sayısıyle mahdut barındırma imkânları arasındaki muvazenesizlik, bilhassa Akdeniz memleketlerinde, turistlere villâ ve apartıman kiralınması suretiyle telâfi edilmekte ve bu temayül, seneden seneye artmaktadır.

Memleketimiz bu mevzula yakından ilgilenmek mecburiyetindedir. Çünkü otellerin kapasiteleri mahduttur. Bu yüzden oteller, birçok müracaatları reddetmek mecburiyetinde kalıyorlar. Turist çekmek için propaganda yapıyoruz. Yabancı seyahat acenteleri de turist göndermek istiyorlar, fakat yer yoktur.

Pansiyonculuğu ve yazlığa gidenlerin apartımanlarını turistlere kiralamalarını teşvik etmek hatıra gelmemiş değildir. Fakat bir taraftan idarî mevzuat, diğer taraftan vergi külfeti, bu işe heves edenleri caydırıyor. Memleket turizmi de bu yüzden hayli kayıplara uğruyor.

Gerçi pansiyonculuk maksadiyle inşa edilecek binalar, 6086 sayılı kanunla teşvik ediliyor, 10 yıl müddetli bina vergisi muaflığı tanınıyor. Fakat bu kanunun 8 senedir fiilî bir semeresi görülmemiştir. Demek ki, diğer iktisadî şartlar karşısında teşvik kâfi gelmiyor.

Yazın boş olan apartımanları yabancılara kiralamak daha kolaydır. Fakat buna da vergi mâni oluyor. Çünkü her şeyden evvel

[24] Le Tourisme en Europe, 1956. L'Organisation Européenne de Cooperation Economique, Paris (Reneografiye rapor).

verginin tahakkuk ve tahsil formaliteleri halkı ürkütüyor. Vergi alınmazsa, turist geldiği zaman kiralanaabilecek boş apartmanların gelir vergisinden Maliyenin tabii bir kaybı olacaktır. Fakat yabancıların memlekette harcayacağı her doların en az onda biri Maliye Hazinesine girecektir. Bu gelirler, öteki kaybı telâfi edecektir. Bunun aksine, barınma imkânı olmadığından turist gelmezse, o zaman Maliye Hazinesi çifte bir kayba uğrayacaktır.

Hülâsa, İzmir Enternasyonal Fuarının kuruluşundanberi, yani 26 senedir halledilmeyen bu mesele, hâlâ hal çaresi bekliyor.

IV — AVRUPA TURİZM HAREKETİNİN TEMAYÜLÜ VE BİZ

Avrupa turizm hareketinin bünyesi hakkında yukarıdaki kısa izahlar bir dereceye kadar fikir vermektedir. Fakat bu bünye, statik bir bünye değildir. Dinamik bir bünyedir. Acaba yakın gelecekte nasıl bir temayül gösterecektir?

Bu husustaki tahminler, çok enteresandır:

Bir kere, Avrupalulararası turizmin, yılda %10 nisbetinde, yani 1955 hacmine göre ziyaretçi sayısında her yıl üç milyonluk bir artışla gelişeceği hesaplanmıştır. Eğer bugünkü inkişaf devam ederse, 1965 e doğru, belki daha evvel iki misline çıkabilecektir.

Bu da, 60 milyon Avrupalının tatillerini kendi memleketlerinden başka bir memlekette geçirmeleri demektir.

Avrupa İktisadi İşbirliği Teşkilâtının bu tahminleri yapan Avrupa Turizm Komitesi, bir taraftan Avrupa'daki barındırma imkânlarının azlığını, diğer taraftan münakale vasıtalarının âdeta hendedesi bir artışla artışı gözönünde tutarak, Avrupalının tatilini Avrupa dışında başka bir kıt'ada geçirmeye düşüneceği zamanın uzak olmadığı mütalâasında bulunuyor. Bu kıt'a, Afrika'dır.

Bu noktada insanın zihnine haklı bir sual geliyor. Doğu Akdeniz memleketlerinin turizm geleceği ne olacaktır? Yakın Şark ve bu arada Türkiye, bu muazzam turizm hareketinden hiç mi nasiplanamayacaktır?.

Memleketimiz de dahil olmak üzere Yunanistan, İran ve Mısır'la beraber 11 memleketin teşkil ettiği Orta Şark memleketlerinin turizm bakımından değerlendirilmeleri meselesi, iki esaslı etüdün mevzuu olmuştur.

Bu etüdlerden biri, 1952 veya 53 de Amerikan Orta Şark misyonunun Seyahati geliştirme Seksiyonu tarafından yapılmıştır. İkincisi, iki muharrir tarafından yapılarak Turizm Araştırmaları Milletlerarası Enstitüsü tarafından 1955 de neşredilen etüddür^[25]. Amerikan etüdünün muhtevasını ve neticelerini bu ikinci etüdden öğreniyoruz.

Amerikan Misyonunun Seyahati Geliştirme Seksiyonunun raporunda şöyle deniyor:

Orta Şarkın turizm mevzuundaki imkânları, dünyanın diğer her hangi bir bölgesinin imkânlarıyla ancak lehte olarak mukayese edilebilir. Bu imkânlar, bilhassa dinî, kültürel ve tarihî alâka mevzuları bakımından eşsizdir.

Bu mütalâadan sonra, Orta Şarkta turizmin büyük ölçüde gelişebileceği neticesine varan rapor, şu ihtirazî kayıtla nihayet buluyor:

«Bu memleketler, dünya memleketlerinin hemen hepsinde mahdut turist gruplarını çekebilecek câzibelere malik olmakla beraber, başlıca dünya pazarlarına olan mesafelerinin, onları, milletlerarası sahada rekabete girişmekten alıkoyduğu vakıası, üzerinde ısrar edilmesi lâzım gelen bir noktadır.»

Yani, Orta Şarkta turizm gelişebilir, hem de büyük ölçülerde... fakat, kütle hareketlerini Orta Şarka tevcih bakımından şans pek azdır. Çünkü mesafe, rekabete mânidir.

Bahsettiğimiz ikinci etüdün muharrirleri, Orta Şark memleketlerinin turizm geleceğini bazı kayd ve şartlarla daha şanslı görüyorlar. Bu kayıt ve şartlar, meselâ mükemmel olan enternasyonal münakale şartlarından ziyade, turizm arzının turizm talebine uymaması noktasında toplanıyor.

Kershav ve Lickorish adındaki bu muharrirlere göre, Orta Şark memleketleri turistik teçhizat bakımından farklı durumda olmakla beraber, umumiyetle geri vaziyettedirler. Bunun başlıca sebeplerinden biri, bu memleketlerde orta sınıfın pek küçük olması ve hattâ bazılarında hiç bulunmamasıdır.

İkinci bir sebep de, bu memleketlerin, bütünü itibariyle, geçmişlerinin haşmeti hakkında zayıf bir şuura mâlik olmalarıdır. Binnetice, Kahire'deki güzel müzeye ve muktedir bir müze idaresine

[25] L. J. Lickorish et A. G. Kershaw, Tendance du Tourisme dans le Moyen Orient, 1955.

mâlik olan Mısır müstesna, diğer memleketler halkı, tarihî yerlerin bakımı, yahut tabiat hârikaları civarının ıslahı hususunda hükümetleri üzerinde hiç bir tazyik yapamamaktadırlar.

Turistik teçhizata gelince, siyasî istikrarsızlık bir tarafa bırakılmak şartıyla Orta Şarkın İsviçre'si olmağa azmeden Lübnan, yine enteresan bir gelecek vaadeden İsrail'le Ürdün hariç olmak üzere diğer memleketler, turizm sanayilerini sıfırdan başhyarak yeniden kurmak mevkiindedirler.

Acil olan ihtiyaçlar, memleketin stratejik noktalarında, bu tâbir müelliflerin tâbiri, turist misafir edecek modern tesisler kurulması, dinlenme evleri inşası, sıhhî tesisler ve lokantacılık işletmeleri kurulması, eski eserlerin muhafazası ve bakımı, yolların işaretlenmesi ve bilhassa harabelere giden yollara işaret levhaları konması, memleketine göre plâjların, yahut kış sporları merkezlerinin veyahut kaplıcaların ıslahıdır.

Gariptir ki Türk turizminin ihtiyaçları da harfi harfine bunlardır.

Farzedelim ki bölgedeki devletler bu ihtiyaçları karşılamak için harekete geçtiler. Bunların hepsinin karşılanması bir zaman meselesidir. Hangisinden başlamalı? Tabî en zarurî olanlarından diye düşünülebilir.

Muharrirler şu tavsiyede bulunuyorlar: Bu memleketlerin her biri, bütün gayretini bizatihî eşsiz olan bir câzibe noktası üzerine, meselâ Mısır'da Firaun mezarları, Türkiye'de Bizans eserleri gibi tek bir mevzua teksif etmeli ve geri kalanı ikinci derecede bırakmalıdır.

Yine her memleket, yatırımlarını, arazisine nisbetle mahdut turistik mevkilere, muharrirlerin kullandıkları kelime Site kelimesidir, yani bölge anlaşılmalıdır, evet, yatırımlar mahdut mevkilere hasredilmeli ve bu mevkiler başlıca milletlerarası münakale yolları üzerinde ve başlıca şehirlerin içinde veya civarında bulunmalıdır.

Muharrirlerin bizde lâyıkiyle anlaşılmamış olan propaganda mevzuunda gerek Orta Şark bölgesine şâmil, gerekse bize ait müşahedeleri ve tavsiyeleri de var. Muharrirlere göre, bütünüyle ne Yakın Şark, ne de onu teşkil eden memleketler, propagandanın bir turizm hareketinin yaratılmasındaki tesirini idrak etmiş değillerdir.

Seyahat satışında propagandanın ilmi ve teknik bir vasıta olarak kullanılması, Şarklı zihniyeti için, Batının ticaret usullerinin en anlaşılmalıdır. Bölge içinde propagandaya, bugünün kazançla-

rından cüz'î bir kısım olarak ayrılmış ve yarının satışları için soğukkanlılıkla yapılmış bir yatırım nazariyle bakanlar azdır.

Muharrirlerin kasdettikleri propaganda ve yapmak istedikleri telkin, müşterek propaganda yapmaktır. Diyorklar ki, «Bu memleketler kani olmalıdırlar ki şayet mühimce bir seyyah hareketi hacmi elde etmek istiyorlarsa, bölgenin kıymetlendirilmesine matuf bir propaganda yapmak maksadiyle bütün gayretlerini bir araya getirmek mecburiyetindedirler.

Amerika'dan ve Bati Avrupa'dan gelebilmek için lüzumlu zaman ve masraflar, bir tek Orta Şark memleketinin tek başına yapacağı turizm arzı ile karşılanamaz. Bölgeyi Ehramlardan Atina'daki Parthénon'a kadar bir bütün olarak satışa çıkarmak lâzımdır.»

Orta Şark bahsine nihayet vermek için, Yunanistan'ın turizm kaderini, yukarıdaki tavsiyenin aksine olarak, İtalya'ya bağlandığını kaydedelim. Filhakika turizm mevzuunda Yunan - İtalyan işbirliği, hiç şüphesiz Orta Şark memleketleri ile işbirliğinden daha kolay ve verimlidir.

V — İÇ TURİZM VE SOSYAL TURİZM

İç turizm, yakın zamana kadar devletlerin turizm politikalarının hemen hemen tamamıyla ihmal ettikleri bir mevzudur. Filhakika devletlerin alâkaları uzun müddet dış turizm propagandasına ve bir dereceye kadar da otel endüstrisine yardıma inhisar etmiştir. Bazı memleketlerde XX. yüzyılın başlarında görülmeğe başlanan sosyal turizm hareketi ve bazı turizm cemiyetlerinin kendi âzalarına inhisar ettirdikleri turizm faaliyeti (geziler, tatil tesisleri... ilh) istisna edilirse iç turizm hareketi ve cereyanları fazla alâka görmemiştir.

Halbuki mühim bir turizm endüstrisine malik olan İsviçre gibi mahdut bir kaç memleket, yabancı turizm hareketlerinin tamamıyla durduğu iki dünya harbindeki tecrübeleriyle iç turizmin değerini lâyıkiyle takdir etmişlerdir. Profesör Hunziker iç turizmin önemi hakkında^[26] şöyle demektedir:

«Turizmin millî ekonomi bakımından önemi, yatırılmış olan sermayede ve bu sermayenin muhtaç olduğu el emeğinde tezahür

[26] Hunziker, zikredilen eser, s. 11.

eder. Dış turizmi gözönünde tutarsak fevkalâde kıymetli bir gelir kaynağı ve faaliyet sahası olduğunu görürüz. Fakat iç turizm, Profesör Kurt Krapf'ın tâbiriyle, istihsal ve iş gücü imkânlarının başka şekilde teessüs edemeyeceği bölgelerde âhenkli bir şekilde dağılışına ve kullanılmasına ve aynı zamanda bu imkânların aynı yerlerde muhafazasına hizmet etmektedir. Fazla olarak normal bir nakdî ve iktisadî tedavülü temin etmekte ve bu sebeple millî ekonomide birinci plânda bir rol oynamaktadır^[27]».

Bu gibi mütalâalara rağmen iç turizm, gerek millî, gerekse enternasyonal sahada fazla bir alâka görmemiş ve bu durum zamanımıza kadar devam etmiştir. Bunun içindir ki, Profesör André Piatier, Avrupa İktisadî İşbirliği Teşkilâtının neden münhasıran milletlerarası turizm hareketinin kemmi ve nakdî hacmi ile ve te-diye muvazeneleri üzerindeki tesirleriyle meşgul olduğunu sormakta, gelir yaratan mühim istihlâk harcamaları sahası olan iç turizm hareketlerinin hacminden ve tahrik ettiği sermaye hareketlerinden bahsedilmediğini tenkit etmektedir^[28].

Filhakika İktisadî İşbirliği Teşkilâtının Avrupa Turizm Komitesi uzun müddet millî turizmden bahsetmemiştir.

Ancak 1955 den itibaren millî turizm trafiği üzerinde bir nebze durmağa başlamıştır. Bunun sebebi istatistik donelerinin azlığıdır.

Komite, millî turizm hakkında, bu trafiğin Avrupa'nın ekseri memleketlerinde turizm endüstrisinin rantabilitesinin bir şartını teşkil ettiği ve turizm politikasının bu trafiğe göre taayyün ettiği kanaatindedir^[29].

Komiteye göre, millî turizm, Avrupalılararası turizmden daha müstakar olmak ve devamlı bir surette gelişmek gibi iki mühim karakteristik arz etmektedir. Buna mukabil, mevsim âhengi, uc noktası, yani talebin keskinleştiği hâd devre, iç turizmde daha bariz, daha kısadır. Tatilleri senenin daha geniş bir kısmına yayma tedbiri, asıl iç turizm sahasında lüzumunu şiddetle hissettiren bir tedbirdir^[30].

Diğer taraftan, ananevî otelcilik şekliinden başka olan gençlik oberjleri, çadır köyleri, tatil kampları ve kampingler gibi tamam-

[27] Revue Suisse de statistique et d'économie nationale, 80 e année, fascicule 2, 1944.

[28] Prof. André Piatier, zikredilen eser, s. 11.

[29] O.E.C.E. La Tourisme en Europe, 1956 ve 1957.

[30] O.E.C.E. Le Tourisme en Europe, 1956 ve 1957.

layıcı otelcilik vasıtaları, milletlerarası turizmden ziyade millî turizmde kullanılmaktadır.

Millî turizmin hacmi hakkında hiç bir memleket sarîh istatistik verememektedir. Fakat buna mukabil sosyal turizm sahasındaki kesif faaliyetlere ait geniş bilgiler ve yine geniş bir literatür vardır.

Belçika Turizm Komiseri M. Haulot'unun Resmî Turizm Teşekkülleri Milletlerarası Birliği adına Avrupa Memleketleri Turizm Teşkilâtı nezdinde yaptığı anketin neticelerine göre ücretli tatillerden faydalananların sayıları büyük bir yekûna bâliğ olmaktadır.

Filhakika, İrlanda, İspanya, Portekiz ve Rusya hariç olmak üzere diğer Avrupa memleketlerinde sosyal turizmin pazar potansiyeli aşağıdaki tablonun 1 ci sütündeki ve yerli turistler ise 2 ci sütündeki gibidir.

Ücretli tatillerden faydalananlar ve yerli turistler

	<i>İşçiler</i>	<i>Turistler^[31]</i>
Almanya	22.000.000	22.110.000
Avusturya	1.850.000	—
Belçika	1.880.000	10.146.000
Çekoslovakya	3.500.000	—
Danimarka	1.000.000	—
Finlandiya	830.000	—
Fransa	12.000.000	10.000.000
Hollanda	2.500.000	—
İngiltere	20.000.000	24.000.000
İsveç	2.200.000	—
İsviçre	640.000	2.682.000
İtalya	6.300.000	7.200.000
Lüksemburg	49.000	—
Norveç	900.000	—
Polonya	400.000	—
Türkiye	25.000	—
Yunanistan	300.000	—
Yugoslavya	—	3.157.000
	<hr/>	<hr/>
	76.374.000	79.285.000

Avrupa bugün, sosyal turizmin eşğinde sayılır. Modern Cemiyette daha şimdiden kütleli bir mahiyet arzeden bu zümre turizmi, hiç şüphesiz, henüz zayıf bulunduğu memleketlerde de gelişerek, iç

turizm şeklinde Avrupa nüfusunun daha büyük kısmına sirayet edecektir.

N E T İ C E

Bu etüdün birinci kısmının son bölümleri, yani Avrupa'daki Avrupalılararası turizm hareketi iç turizm hareketleriyle bir arada mütalâa edilirse, her yıl, turizm gayeleriyle ikametgâhları haricinde istihlâk harcamaları yapan Avrupa nüfusunun, bugün 140 - 150 milyonu bulduğu neticesine varılır.

Her yıl tekerrür eden bu derece mühim bir trafik, gelecekteki büyük inkişaf temayülünden sarfınazar, bugünkü bünyesiyle de, dün tasavvur bile edilemiyen son derecede mühim içtimaî-İktisadî bir vakiadır.