

# anatolia

TURİZM VE ÇEVRE KÜLTÜRÜ DERGİSİ ● OCAK - HAZİRAN 1994 ● FİYATI : 50.000 TL.

Turizmimizde vahamet ve lakaydi

Prof. Dr. Hasan Zafer Doğan'ın dünya turizm literatürüne katkısı

Çevre sorunları turizmi tehdit ediyor mu?

Mistik Kapadokya

Ağırlama konulu ders

pramlarının geliştirilmesi

Hizmet pazarlamasında karşılaşılan sorunlar

Verimlilik ve çevre

stinyasyon yaşam süresi ile taşıma kapasitesi arasındaki ilişki

Türk konaklama sektöründe personel eğitimi ve mevcut uygulamalara yönelik bir araştırma

Turizm sektöründe kadın yöneticiler

KKTC'de turizmin sosyo-ekonomik ve çevresel etkileri

Millî parklar ve Türkiye açısından önemi, alınması gerekli önlemler(1)

Şuç, şiddet, terörizm ve turizm

Anatolia Dergisi'nin beşinci yılında yazar indeksi

Genç otel yöneticileri için öneriler

## Yunanistan'ın çirkin yüzü

■ TÜRK turizmini baltalamak amacıyla elinden gelen legal ve illegal tüm çabaları harcayan Yunanistan, terör örgütü PKK'yla işbirliği yapıyor. Çirkin propagandaya alet olan Yunanlılar, "ERNK" tarafından hazırlanan dev afislerin fotoğrafını çeken ve adının yazılması istemeyen bir Alman turist tarafından Berlin'de bir otelde yakalandı. Afisler, "NOT VISIT TURKEY" ve "ΠΑΤΕ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΚΙΑ" yazıyor. Afisler, Almanya'da bilboardlara astı.

## Stern Dergisi Türkiye'yi savaş ülkesi gösterdi!

■ Alman Stern Dergisi, tehlikeli ülkeler sıralamasında Bosna ile aynı kategoriye koydu Türkiye'yi, savaş olan ülkeler arasında. Derginin yayını sektörde

## Atina'nın ihaneti

■ Kapalıçarşıyı ziyaret ederek bir turistin öldürülen dört PKK'lı teröristin

## Kıbrıs'taki sokak itirafları

■ TURİZM, "Türkiye'de geleceği olan en önde ve İspanya, İtalya, Portekiz gibi ülkelerin Türk dostu ve Türkiye hayranı turizm engelleyen olumsuzlukların bir ön

## Müthiş itiraflar

■ TURİZM Bakanlığının verilerine göre bu yıl ilk dört ayda Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin sayısı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15 arttı. Bu artışın büyük kısmını Almanya, Hollanda ve İngiltere'nin katkıları sağladı. Almanya'da yayın yapılan "Frankfurter Allgemeine Zeitung" gazetesinde mahkemeye verilmeye hazırlanan bir belge, Almanya'nın Türkiye'ye vermeye hazır olduğunu açıklıyor. ■ Haberi 15'de

## PKK'lı üç bombacı, Hollanda'da iki bomba Marmaris'i bitirdi!

## Yunanistan'ın çirkin yüzü

■ TÜRK turizmini baltalamak amacıyla elinden gelen legal ve illegal tüm çabaları harcayan Yunanistan, terör örgütü PKK'yla işbirliği yapıyor. Çirkin propagandaya alet olan Yunanlılar son olarak Kürdistan Kurtuluş Partisi - "ERNK" tarafından hazırlanan dev afisleri adalarda bilboardlara astı.

■ Yunan adalarının dört bir yanında PKK'nın Türkiye'deki ajanlarıyla donatılan "Türkiye'ye gitmeyin" çağrısı yapan teröristlerin büyük tepki yarattı.



## DÜNYANIN BİRİNCİ TERCİHİ İSTANBUL'DA BİRİNCİ YILINDA...

İstanbul'da gürültüden, kirli havadan ve yoğun trafikten uzak ama önemli merkezlere yakın, dünyaca ünlü bir otel var... Holiday Inn.

İş, alışveriş ve eğlence merkezlerine, havaalanına, tarihi ve turistik yerlere, otoyol girişlerine yalnızca dakikalarla belirlenen uzaklıkta... Ataköy Marina'da.

170 odası, Restaurant ve Barı, 100 kişilik toplantı salonu, egzersiz odası ve tüm otel hizmetleriyle Holiday Inn birinci yılını tamamladı.

Gelin bu sakin, huzur veren ortamı yaşayın. Dünyanın tercihi sizin de, tercihiniz olsun.

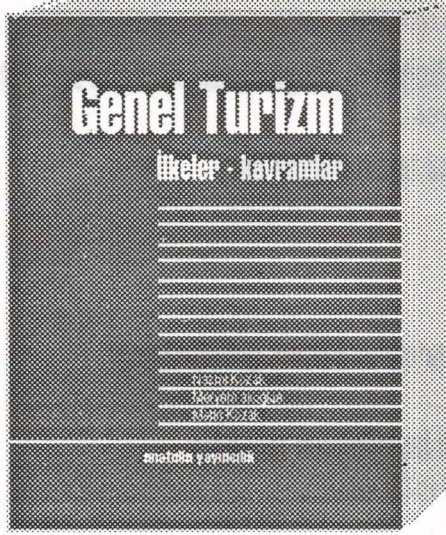
STAY WITH SOMEONE WHO REALLY KNOWS YOU.

 **Holiday Inn**

# yeni çıktı

## Genel Turizm: İlkeler - Kavramlar

NAZMİ KOZAK - MERYEM AKOĞLAN - METİN KOZAK



### Nazmî Kozak

Afyon-Sultandağı'nda doğdu. Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nu bitirdi. Hacettepe Üniversitesi'nden "Turizm İşletmeciliği" dalında bilim uzmanlığı derecesi aldı. Turizm sektöründe çeşitli otel işletmelerinde çalıştı. Anatolia Turizm ve Çevre Kültürü Dergisi'nin sahibi ve yazışmaları müdürüdür. Halen Dokuz Eylül Üniversitesi'nde "Turizm İşletmeciliği" dalında doktora çalışmasını yürütmektedir.

### Meryem Akoğlan

Urfa'da doğdu. Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nu bitirdi. Hacettepe Üniversitesi'nden "Turizm İşletmeciliği" dalında bilim uzmanlığı derecesi aldı. Turizm sektöründe çeşitli otellerde "housekeeper" olarak çalıştı. Halen Gazi Üniversitesi'nde "Turizm İşletmeciliği" dalında doktora çalışmasını yürütüyor. Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır.

### Metin Kozak

Afyon-Sultandağı'nda doğdu. Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan lisans derecesi aldı. Dokuz Eylül Üniversitesi'nde "Turizm İşletmeciliği" dalında yüksek lisans yaptı. Turizm sektöründe çeşitli otel işletmelerinde çalıştı. Halen Dokuz Eylül Üniversitesi'nde "Turizm İşletmeciliği" dalında doktora öğrencisi ve Muğla Üniversitesi Muğla Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisidir.

### İSTEME ADRESİ

ANATOLIA DERGİSİ P. K. 588 06425 KIZILAY - ANKARA

TEL : (312) 478 10 84

Turizm alanında üniversite düzeyinde eğitim-öğretim yapan kurumlardaki öğrencilere yönelik olarak hazırlanan "Genel Turizm : İlkeler - Kavramlar" kitabı, turizmle yeni tanışmış olanların konuyu bütün yönleriyle kısa sürede kavramalarını kolaylaştırıcı bir yöntem ve içerikle hazırlanmıştır. Kitap, turizmi geniş bir perspektif açısıyla açıklamaktadır. Önceki yıllarda karşılaşılan sorunlar dikkate alınarak hazırlanan kitabın bölümleri şu konu başlıklarından oluşmaktadır:

### 1. Turizm ve Turist Kavramları

Turizmde Temel Yaklaşımlar

### 2. Turizmin Çeşitleri

Katılan Kişi Sayısına Göre Turizmin Çeşitleri

Katılanların Yaşlarına Göre Turizmin Çeşitleri

Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizmin Çeşitleri

Katılanların Amaçlarına Göre Turizmin Çeşitleri

### 3. Turizmi Gelişmesine Etki Eden Unsurlar

Endüstri Devrimi Öncesinde Turizm

Endüstri Devrimi Sonrasında Turizm

Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar

### 4. Turizm Endüstrisi

Turizm Endüstrisinin Tanımı ve Özellikleri

Turizm Arzı

Turizm Talebi

Turizm Talebini Etkileyen Unsurlar

### 5. Turizmin Sosyal, Ekonomik ve Fiziksel Çevre Etkileri

Turizm ve Ekonomik Çevre

Turizm ve Sosyal Çevre

Turizm ve Fiziksel Çevre

### 6. Türkiye'de Turizm

1960 Öncesinde Türkiye'de Turizm

Planlı Dönemde Türkiye'de Turizm

Türkiye'de Turizm Endüstrisinin Yapısı

Türkiye Ekonomisinde Turizmin Yeri

Türkiye'de İç Turizm

Türkiye'de Turizm Alanında Yabancı Sermaye

Türkiye'de Kamu Yönetiminde Turizm

Türkiye'de Turizm Endüstrisinin Sorunları

### 7. Turizmde Geleceğe Yönelik Eğilimler

Dünya Turizminin Geleceğe Yönelik Eğilimleri

Türkiye Turizminde Geleceğe Yönelik Eğilimler

ISBN 975-7949-00-0

Basım tarihi :

Haziran 1994

192 sayfa / 16 x 24

16 tablo / 7 şekil

Fiyatı

: 95.000 TL.

### Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri

DR. MEHMET ÖZDEMİR

192 s. Ankara, 1992

80.000 TL.

### Otel İşletmelerinde Kat Hizmetleri Yönetimi

MERYEM AKOĞLAN

128 s. Ankara, 1993

70.000 TL.

### Yiyecek Yönetiminde Temel İlkeler

ÖZGÜR ÖZMEN

151 s. Eskişehir 1994

70.000 TL.

# anatolia

turizm ve çevre kültürü dergisi  
Tourism and Environment Research Quarterly

Yıl : 5 Sayı : 1-2  
Ocak - Haziran  
January - June

1994

(Üç ayda bir yayınlanır)  
issued every three months

sahibi ve  
sorumlu yazışmaları müdürü  
publisher & editor - in chief  
NAZMİ KOZAK

genel yayın danışmanı  
general publishing consultant  
YRD.DOÇ.DR. MEHMET ÖZDEMİR

turizm - çevre  
tourism - environment  
MEHMET YEŞİLTAŞ  
MERYEM AKOĞLAN

ingilizce metin  
english text  
ÖZGÜR ÖZMEN

yurtiçi temsilcilikleri  
domestic branch

İSTANBUL  
BÜLENT AĞAOĞLU  
TEL: (212) 246 17 94

ESKİŞEHİR  
DOÇ.DR. UĞUR DEMİRAY  
TEL: (222) 335 05 81

AYDIN  
DR. BAHATTİN RIZAOĞLU  
TEL: (256) 225 69 09

ANTALYA  
DOÇ.DR. AHMET AKTAŞ  
TEL: (242) 227 45 50

MUĞLA  
METİN KOZAK  
TEL: (252) 214 60 14

NEVŞEHİR  
KURTULUŞ KARAMUSTAFA  
TEL: (384) 212 24 90

yurtdışı temsilcilikleri  
foreign / abroad branch

VIRGINIA (ABD)  
ŞEYHMUS BALOĞLU  
TEL: (703) 231-3169

LANDSHUT (ALMANYA)  
KENAN AVCI  
TEL: (49 871) 286 18

K.K.T.C.  
ZEKAI ALTAN  
TEL: (581) 535 87

## YAZISMA ADRESİ

Correspondence address

P. K. 589 06425  
KIZILAY- ANKARA  
TEL: (312) 479 10 84

dizgi ve sayfa düzeni  
typing & designed by  
anatolia dizgi merkezi

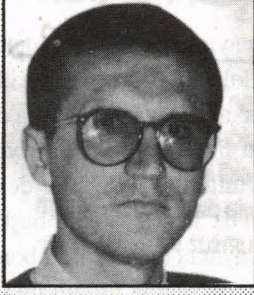
baskı / printed by  
MNA OFSET  
TEL: 341 80 90

Dergide yer alan yazıların sorumluluğu yazarına aittir.  
Yazılardan kaynak gösterilerek alınıp yapılabilir.

# İÇİNDEKİLER

- 3** anatolia'dan...  
NAZMİ KOZAK
- 4** Ocak - Haziran Günlüğü
- 8** Turizmimizde vahamet ve lakaydı  
YRD. DOÇ. DR. MEHMET ÖZDEMİR
- 16** Prof. Dr. Hasan Zafer Doğan'ın dünya turizm literatürüne katkısı  
PROF. DR. MUZAFFER UYSAL
- 18** Çevre sorunları turizmi tehdit ediyor mu?  
DOÇ. DR. ORHAN İÇÖZ
- 23** Mistik Kapadokya  
DR. EMRULLAH GÜNEY
- 26** Ağırlama konulu ders programlarımızın geliştirilmesi  
ÇEV. ÖZGÜR ÖZMEN
- 28** Hizmet pazarlamasında karşılaşılan sorunlar  
YRD. DOÇ. DR. BAHATTİN RIZAOĞLU
- 33** Verimlilik ve çevre  
PROF. DR. SERAP KARA - DR. TUNCAY DÖĞEROĞLU
- 36** Destinasyonun yaşam süresi ile taşıma kapasitesi arasındaki ilişki  
PROF. DR. MUZAFFER UYSAL - ŞEYHMUS BALOĞLU
- 43** Türk konaklama sektöründe personel eğitimi ve mevcut uygulamalara yönelik bir araştırma  
KURTULUŞ KARAMUSTAFA - İBRAHİM İLHAN
- 48** Turizm sektöründe kadın yöneticiler  
MERYEM AKOĞLAN KOZAK
- 50** KİTC'de turizmin sosyo-ekonomik ve çevresel etkileri  
MEHMET KIRAL
- 53** Millî parklar ve Türkiye açısından önemli, alınması gerekli önlemler(II)  
M. ZEKAI BAYER
- 58** Suç, şiddet, terörizm ve turizm  
ÇEV. AYNUR PEHLİVAN
- 63** Anatolia Dergisi'nin beşinci yılında yazar indeksi
- 71** Genç otel yöneticileri için öneriler  
YRD. DOÇ. DR. FERMANI MAVİŞ

ABONE OLMAK İÇİN; abone bedelini Nazmi Kozak adına Türkiye İş Bankası Kızılay (Ankara) Şubesi'nde 0720095 no'lu banka, ya da 104797 numaralı Posta Çeki Hesabına yatırdıktan sonra, alındı belgesinin fotokopisini P.K. 589 06425 Kızılay/ ANKARA adresine göndermeniz yeterlidir. Abonelik için yapacağınız başvuruda adınızı, açık adresinizi, posta kodunuzu, (varsa) vergi numaranızı ve bağlı olduğunuz vergi dairesinin adını, telefonunuzu ve hangi sayıdan itibaren abone olmak istediğinizi lütfen belirtiniz. Bir yıllık abone tutarı 200.000 TL'dir.



## Terörizm ve Türkiye turizmi üzerindeki oyunlar..

Türkiye, 1983'lerde kısa zamanda döviz girdisi sağlayıcı ve istihdam alanı yaratıcı bir sektör olarak turizmi keşfetti. Zamanın yöneticileri, bu amaçlar doğrultusunda turizm sektöründe gerçekleştirilecek yatırımları çok iyi koşullarda destekleyici kararları aldılar, uyguladılar. Amaç; Türkiye'yi bir "Turizm Ülkesi" yapmaktı. Aslında tüm düşünceler doğrudu; ve Türkiye, turizm için gerekli koşullara fazlasıyla sahipti. Teşvikler doğrultusunda Türkiye'de turizm işletmelerinin (özellikle de konaklama tesislerinin) sayısı arttı. 1990'lı yıllardan sonra artık Türkiye, Akdeniz Çanağı'nda dikkate alınması gerekli bir "rakip"ti; turizm için herşeye sahipti; doğası henüz bozulmamıştı; tesisleri yeni ve yatak kapasitesi yabana atılmayacak sayıda; personelinin durumu da çoğu Batı ülkelerinden daha iyi; ve daha da önemlisi Türkiye, "keşfedilmemiş bir ülke" idi.

Türkiye'de turizmin tam da bir sıçrama kaydedeceği bir zamanda, önce Körfez Savaşı çıktı. Tüm bölge, hatta dünya genelinde bu krizin etkileri yaşandığından Türkiye'de turizm sektörü, bu olayın etkisinden çabuk kurtuldu. Önemli sayılabilecek bir bölümü Doğu Avrupalı olsa da 1992'de turist sayısı yedi milyona çıktı; bu arada turizm gelirinde de artış söz konusuydu. Derken 1993 yılı geldi. Turizmin Türkiye ekonomisine önemli miktarlarda katkıda bulunmağa başladığı bir zamanda Antalya'da patlayan bombalar; çoğu kimsenin düşünmek bile istemediği bir gerçeği karşımıza çıkardı; terörizmin turizm talebi üzerindeki etkisi.

Turizm talebinin esneklik katsayısı yüksektir; yani turizm talebi pek çok olaydan çabuk etkilenir. Bu etkilenme, bazı durumlarda turizm talebinden vazgeçmeye dek ulaşabildiği gibi, çoğu kez yaşandığı gibi talebin yönü değişebilir. Örneğin, Türkiye'ye olan talep, bir bakarsınız Yunanistan'a yönelmiştir. Elbette ki bu yön değişimini birtakım nedenler oluturur. Terörizm, bunlardan bir tanesi ve belki de en önemlilerinden biridir. Çünkü, Türkiye'nin turizmi için potansiyel pazar olarak gördüğü OECD ülkeleri insanların terörizme karşı duyarlılıkları son derece yüksektir. Eğer siz, Türkiye'ye yönelik talebin yönünü bir başka ülkeye çekmek isterseniz terörizmden daha rasyonel bir araç bulamazsınız.

Somut olarak saptanmasa bile, Türkiye turizmi üzerinde birileri oynamaktadır. Antalya'da patlayan bombaların bugünkü cari fiyatlarla 3-4 trilyon lira döviz kaybına neden olduğu düşünülürse, bu oyunun büyüklüğü daha iyi anlaşılacaktır. Oynanan oyunun bizce iki önemli nedeni bulunmaktadır: Birincisi, Türkiye'nin elde edeceği turizm gelirini azaltmak ve bu yolla Türkiye ekonomisinin büyümesine engel olmak; ve diğeri de, Türkiye'ye yönelik talebin yönünü başka ülkeler lehine değiştirmek. 1994 yılı turizm sezonunun hemen başında yaşanan olaylar ve olayların ortaya çıkmasına katkıda bulunduğu ileri sürülen ülke veya ülkelerin varlığının medya haberlerinde bile olsa varlığının söz konusu edilmesi, yukarıda belirttiğimiz durumun gerçekçi olabileceğini akla getirmektedir.

Yalnız turizmde değil, diğer konularda da oynanmakta olduğu izlenimini veren bu oyunların farkına, kafamızı günlük kısır çekişmelerin tatlı sarhorluğundan uyanıp görmemizin zamanı geçmektedir. Unutmayalım ki Türkiye, bizim vatanımızdır.

## Anatolia Dergisi yılda dört kez yayınlanacak ve abone olanlara gönderilecek...

Anatolia Dergisi, 1994 yılından itibaren üç ayda bir çıkacak ve yalnızca abone olanlara gönderilecek. Dört yıldan bu yana yayın hayatını sürdüren Anatolia, artan maliyetler dolayısıyla artık abonelere yönelik olarak kısıtlı sayıda basılacak ve dağıtılacak. Derginin üç ayda bir çıkmasıyla birlikte sayfa sayısı arttırılacak ve dergi 64 sayfadan oluşacak. □

## Turizm endüstrisi işgücü araştırması yayımlandı..

Turizm Bakanlığı'nın Uluslararası Çalışma Örgütü ve Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından gerçekleştirilen "Turizm Endüstrisi İşgücü Araştırması" kitap halinde yayımlandı. Araştırma, Türkiye'de turizm endüstrisindeki mevcut işgücünün çeşitli parametrelere göre dağılımını vermesi yanında, önümüzdeki yıllarda bu alanda ne kadar işgücüne ihtiyaç duyulacağını da ortaya koymaktadır. □

## Antalya Turem Uygulama oteli işletmeye açıldı..

Antalya Turizm Eğitim Merkezi eğitim kapsü içerisinde yer alan Antalya Turem Otel açıldı. 45 oda, 90 yataklı olan tesiste bir suit oda, 2 adet bar bulunuyor. Otelde, 150 kişilik restaurantın yanı sıra 200 kişilik konferans salonu ile 30'ar kişilik 3 tane grup toplantı salonu bulunuyor. Konferanslara yönelik olarak her türlü malzeminin bulunduğu otel, geçtiğimiz aylarda hizmete girdi. □

## OCAK - HAZİRAN GÜNLÜĞÜ

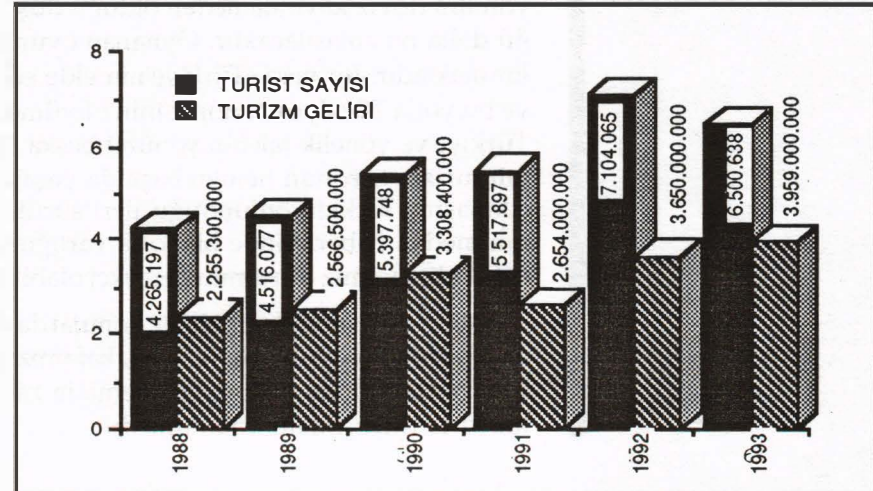
### Anatolia Dergisi beşinci yayın yılında..

Anatolia Dergisi'nin 1990 yılının ocak ayında başlayan yayın yaşamı, elinizdeki sayı ile birlikte beşinci yılına girdi. Mücadaleler ile dolu bir dört yılı geride bıraktık. Aradan geçen bu dört içerisinde 250'ye yakın makale ve yazı Anatolia'da yayımlandı. Bunlar arasından da 40'a yakını uluslararası literatürde kendine yer buldu. Ancak tüm bu yapılanlara rağmen, hani "dergiyi tutturmak" diye bir deyim vardır ya; biz bu dergiyi tutturamadık. Bunca yıl, hem de Türkiye'de bir başka benzeri olmayan bir dergiyi çıkarıyorsunuz, ama dergiyi ayakta tutacak bir abone sayısına ulaşamıyorsunuz. Üstelik belki de dünyanın en çok sayıda turizm ile ilgili yükseköğrenim düzeyinde programının; belgeli ve belgesiz 500 bine yakın otel yatağının; ve, 1500'e yakın seyahat acentesinin olduğu bir ülkede yaşıyor bu durum.. Demek ki bu ülkede bir şeyler yanlış yaşıyor, yanlış geliyor. Son zamanlardaki gelişmeler de bunu kanıtlar nitelikte değil mi?..

Neyse biz, birileri rahatsız olsa da, Anatolia'yı çıkarmaya devam ediyoruz. Hem onların rahatsızlığı bize güç veriyor.

### 1993 yılında turist sayısı azaldı..

Turizm Bakanlığı 1993 turizm istatistiklerini yayınladı. Bakanlığının yayınladığı "Turizm İstatistikleri 1993" kitabında yer alan bilgilere göre, 1992 yılında 7.076.096 olan turist sayısı, 1993'te 6.500.638 olarak gerçekleşti. Ancak azalan bu turist sayısına rağmen 1992 yılında 3.690 milyon dolar olarak gerçekleşen turizm geliri, 1993 yılında artış gösterdi ve 3.959 milyon dolar oldu. Öte yandan yabancı başına elde edilen döviz miktarında da artış oldu. Buna göre 1992 yılında 533 dolar olan yabancı başına elde edilen döviz miktarı, 1993'da 668 dolara ulaştı. Bu artışa etki eden en büyük etken kuşkusuz OECD ülkelerinden gelen turist sayısının yeniden bir tırmanışa geçmesi olmuştur. Öte yandan turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı da 1993 yılında artış göstermişti. 1992 yılında turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı % 24.7 iken, bu oran 1993'da % 25.8'e ulaşmış bulunmaktadır.



## OCAK - HAZİRAN GÜNLÜĞÜ

**Prof. Dr. Mustafa Sağcan'ı da kaybettik..**

**Geçtiğimiz aylarda ani bir kalp krizi sonucunda yitirdiğimiz Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğretim üyelerinden Prof. Dr. Hasan Zafer Doğan'ın ardından, aynı okulun müdürlüğü görevini yürüten Prof. Dr. Mustafa Sağcan'ı da bir trafik kazasında kaybettik.**



Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun müdürlüğü görevini yürütmekte olan Prof. Dr. Mustafa Sağcan'ı Nisan ayı içerisinde geçirdiği bir trafik kazasıyla yitirdik.

1946 yılında İstanbul'da doğan Prof. Dr. Mustafa Sağcan, 1967 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İdari Bölümü'nden mezun olmuştu. 1969 yılında Milli Eğitim Bakanlığı'nın açtığı yurtdışı doktora bursunu kazanarak Fransa'ya giden Prof. Dr. Sağcan, 1973 yılında bu ülkedeki Montpellier Üniversitesi Hukuk ve İktisat Fakültesi'nde "Ekonomik Kalkınma ve Kentleşme İlişkileri" dalında yaptığı çalışmalarıyla doktora ünvanını kazanmıştı. Prof. Dr. Sağcan, ülkeye dönüşünde 1974 yılında Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi Turizm Bölümü'nde asistan olarak akademik görevine başlamıştı. 1977 yılında

UNESCO'nun Kanada Hükümeti nezdinde tahsis ettiği Araştırma Bursu'nu kazanarak iki yıl süreyle Quebec'de Laval ve Trois-Rivieres Üniversitelerinde "Turizm ve Rekreasyon" konularında incelemeler yapan Mustafa Sağcan, 1982 yılında "Rekreasyon Faaliyetlerinin Planlanması ve Kırsal Turizm" konulu tezi ile doçent olmuştu. 1990 yılında Profesör ünvanını kullanmaya hak kazanan Mustafa Sağcan, bir süreden beri Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu'nda müdürlük görevini yürütmekteydi.

Fransızca ve İngilizce dillerini bilen Prof. Dr. Mustafa Sağcan'ın "Rekreasyon ve Turizm", "Türk Turizm Pazarlama Politikasında Darboğazlar ve Çözüm Önerileri" adlarını taşıyan kitapları ile çeşitli alanlarla ilgili makaleleri bulunmaktadır. Prof. Dr. Sağcan, Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndaki Rekreasyon ve Turizm, Finansal Yönetim gibi dersleri okutmasının yanı sıra, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yüksek lisans ve doktora programlarında da dersler vermektedir.

Prof. Dr. Mustafa Sağcan'ın ani ölümü bilim dünyasında şaşkınlık yarattı.

**Turizm Yıllığı 1994'ün basımı tamamlandı..**

İlki 1985 yılında T.C. Turizm Bankası A.Ş., tarafından yayınlanan "Turizm Yıllığı" dizisinin 1994 sayısı geçtiğimiz günlerde yayınlandı. Bilindiği üzere Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Halkla İlişkiler Müdürlüğü tarafından hazırlanan "Turizm Yıllığı"nda turizm ile ilgili çeşitli konularda yazılmış yazılara yer vermektedir. Yıllığın 1994 sayısında turizm sektöründen ve üniversitelerden araştırmacıların, öğretim elemanlarının turizmle ilgili yazıları yer almaktadır. □

**Hanehalkı Turizm Eğilim Anketi sonuçları kitap halinde yayınlandı..**

Turizm Bakanlığı'nın Devlet İstatistik Enstitüsü ile ortaklaşa gerçekleştirdiği "Hanehalkı Turizm Eğilim Anketi" sonuçları yayınlandı. Türk vatandaşlarının turizm eğilimlerini ortaya çıkarmayı amaçlayarak gerçekleştirilen araştırma, Kasım 1991 ile Ekim 1992 tarihleri arasında gerçekleştirildi. Hanehalkı Turizm Eğilim Araştırması'nda Türk vatandaşlarının çeşitli parametrelere göre turizm eğilimlerini ölçülüyor. □

**Doç. Dr. Ahmet Ulu, Aydın Turizm'de müdürlüğe atandı..**

Prof. Dr. Mustafa Sağcan'ın ölümüyle boşalan Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu müdürlüğüne, aynı okulda öğretim üyesi olarak çalışan Doç. Dr. Ahmet Ulu atandı. □

## Turizm Bakanlığı Kütüphanesi yayın duyuru listesi...

Turizm Bakanlığı Kütüphanesi görevlilerince hazırlanan "Yayın Duyuru Listesi"nin Ocak - Şubat 1994 sayısı yayınlandı. İki aylık dönemler halinde yayınlanan "Yayın Duyuru Listesi", Turizm Bakanlığı Kütüphanesi'ne gelen kitap, dergi, vb. diğer basılı yayınları içeriyor. "Yayın Duyuru Listesi"nde, kitap ve dergilerin isimlerine yer verilmemesi yanında dergilerin içeriklerine de yer veriliyor. □

## ATURJET Kongresi yapıldı

Türkiye Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği kongresi yapıldı. Türkiye'de 28 yıl önce kurulan ATURJET, aynı zamanda Dünya Turizm Yazarları Derneği FLJJET'in üyesidir. Kongrede yapılan seçimler sonucunda dernek başkanlığına Nihat Boytözün, başkan vekilliğine Fethi Pirinçcioğlu, dış ilişkilerden sorumlu başkan vekilliğine Özcan Sandıkçioğlu ve saymanlığı da Orhan Bayrak getirildi. Yönetim kurulu üyeliklerine ise Şaban Ali Yaşaroğlu, Vahap Okay, Halim Uğurlu, Nihat Öztaş ve Faik Akçay seçildiler. □

## Yayın duyuru listesi ve makale tarama listesi..

TUGEV tarafından üç aylık sürelerde hazırlanan ve TUGEV kütüphanesine gelen kitap ve süreli yayınların künyeleri ile süreli yayınlardaki makalelerin listesini içeren "Yayın Duyuru ve Makale Tarama Listesi"nin Mart-Nisan-Mayıs 1994 sayısı geçtiğimiz günlerde çıktı. □

## OCAK - HAZİRAN GÜNLÜĞÜ

### "Turizm kütüphanesi" satılmadı!

1993 yılı içerisinde yayınlanan bazı sayılarımızda okuyucularımız gömüştür; bir ilan vardı "Satılık Turizm Kütüphanesi" diye. İşte bu kütüphane alıcı bulamadı. Başlangıçta bazı alıcılar çıktı, bizden liste istediler, listeleri gönderdik. Ancak alıcı çıkmadı sonuçta. 1000'den fazla turizm ile ilgili kitap, istatistiksel yayın, rapor ve tezler vardı bu kütüphanede. Bizce dünyada birkaç benzeri olmayan bir olaydı bu. Hele son zamanlarda mantar gibi biten turizm ile ilgili yüksekokullar için bu kütüphane bulunmaz bir nimetti. Ne de olsa buralar yüksekokuldu, üniversite düzeyinde eğitim yapıyorlardı, mutlaka bir kütüphaneleri olmalı idi, yoksa bir levha ile nasıl eğitim yapılırdı! Biz öyle düşünüyor ve doğru düşündüğümüzü sanıyorduk. Ancak yanıldığımızı anladık; zira yeni kurulan hiçbir okuldan böyle bir istek gelmedi. Demek ki onlar kitapsız, dergisiz ve hülasa kütüphanesiz eğitimin bir yolunu bulmuşlar.

"Bilgi sahibi olmadan fikir sahibi olmak" diye dilimizde son zamanlarda yaygınlık kazanan bir söz vardır ya, bizim durumumuz da öyle. Bizim turizmciler de bilgi sahibi olmadan demek ki meslek sahibi olacaklar.

### İTÜ Vakfı'ndan turizm sektörüne yeni elemanlar

İTÜ Vakfı'ndan sürdürülen Turizm Eğitimi kursları 1994 yılı mezunlarını verdi. 31 Mayıs 1994 tarihinde İTÜ Vakfı'nın Maçka'daki Eğitim Tesislerinde düzenlenen bir törenle 32'si kız olmak üzere 55 öğrenci mezuniyet diplomalarını aldı. Turizm Bakanlığı ve sektör temsilcilerinin yanı sıra öğrenci velilerinin de katılımıyla 300'ün üzerinde davetli topluluğunun huzurunda mezun olan öğrencilerin diplomaları turizm sektörünün çeşitli temsilcileri tarafından verildi.

### Eskişehir Meslek Yüksek Okulu öğrencileri Anadolu Otel'de uygulama yapıyor..

Anadolu Üniversitesi'ne bağlı olarak eğitim yapan Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otelcilik Programı öğrencileri, Üniversite'nin kampüsünde bulunan "Anadolu Otel"de uygulama yapıyor. Üniversitenin kendi elemanları yanında dışarıdan gelenlere de hizmet sunan Anadolu Otel, beşi suit olmak üzere 50 oda ve 100 yatak kapasitesine sahip Anadolu Otel'de ayrıca kahvaltı salonu, lobby ve çamaşırhane bulunmaktadır. Otelde, şimdilik yalnızca "Kat Hizmetleri Yönetimi" dersinin uygulaması gerçekleştirilmektedir. (Resimde Anadolu Otel'in bir odası görülmektedir.)





**OCAK - HAZİRAN GÜNLÜĞÜ**

**Turizm alanında yeni yayınlar...**

1. **Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar** : Haziran ayı içerisinde basımı yapılan kitap Nazmi Kozak, Meryem Akoğlan ve Metin Kozak tarafından hazırlanmış. Turizm olayı ile yeni tanışan öğrencilere ve sektör mensuplarına yönelik olarak hazırlanan kitap, 192 sayfadan oluşuyor. Fiyatı, KDV içinde olmak üzere 95.000 TL.
2. **Yiyecek Yönetiminde Temel İlkeler**: Haziran ayı içerisinde basımı gerçekleştirilen kitabın yazarı Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu öğretim görevlilerinden Özgür Özmen. Turizm alanında eğitim-öğretim gören öğrencilere yönelik olarak hazırlanan kitap, 151 sayfadan oluşuyor. Fiyatı, KDV dahil 70.000 TL.
3. **Turizmde Seçme Makaleler- 19** : TUGEV'in belli sürelerde hazırladığı kitabın bu sayısında dört adet çeviri makale yer alıyor. Basım tarihi Mayıs 1994 olan kitap, 74 sayfadan oluşuyor.
4. **Konaklama Sektöründe Yöneticilerin Elemanlarda Aradıkları Nitelikler**: TUGEV tarafından gerçekleştirilen aynı adlı araştırmanın bulgularının yer aldığı kitap, 98 sayfadan oluşuyor.
5. **Turizm Sektöründe İşgücü Araştırması**: Turizm Bakanlığı ile Uluslararası Çalışma Örgütü'nün ortaklaşa gerçekleştirdikleri araştırmanın bulgularının yer aldığı kitap, 199 sayfadan oluşuyor.
6. **Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü**: Rasim Aras tarafından hazırlanan kitap, 294 sayfadan oluşuyor ve konuyla ilgili pek çok uygulamalı bilgileri içeriyor. Fiyatı KDV dahil 200.000 TL.
7. **Turizm Yatırımlarında Kaynak Kullanımı ve Verimlilik Sorunları** : O. Kemal Ağaoğlu tarafından gerçekleştirilen aynı adlı araştırmanın sonuçlarını içeren kitabın basımı 1994 yılı içerisinde gerçekleştirilmiş. Toplamı 184 sayfadan oluşan kitapta, halen turizm sektöründe faaliyet gösteren dokuz adet şirketin verilerini değerlendirerek kaynak kullanımı konusunda çeşitli sonuçlara ulaşılmaktadır.
8. **Sağlık Turizm ve Turizm Sağlığı** : Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü'nce hazırlanan kitabın, birinci kısmında Türkiye'de termal turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerin geniş bir envanterini verilmektedir. Kitabın ikinci kısmında da turizm sağlığı kısmı yer almaktadır. Bu kısmın sağlık turizmi ile bir ilgisi bulunmamakla birlikte, burada bu alanda gerçekleştirilen bir araştırmanın bulguları yer almaktadır. Ağustos 1993 tarihinde basımı gerçekleştirilen kitap, 181 sayfadan oluşmaktadır.
9. **Hotel Guide 94** : Ekin Yazım Merkezi tarafından otelcilik demekleri ile "ÜRSAB"ın işbirliğinde hazırlanan Hotel Guide 94, Türkiye'de faaliyet "Turizm İşletme Belgeli" otellerin tam listesini vermektedir. Kitapta otellerin listesine ek olarak seyahat acenteleri , turistik lokantalar, havayolu şirketlerinin tam listesine yer verilmektedir. Hotel Guide 94, 1098 sayfadan oluşmaktadır.
10. **Turizm Endüstrisi '94** : Ekin Yazım Merkezi tarafından her yıl hazırlanan katalog, turizm sektörüne yönelik olarak mal ve hizmet üreten yan alanlardaki işletmelerin tanıtımına yer vermektedir. Kitap, 696 sayfadan oluşmaktadır.

**Nevşehir'de seminer..**

Erciyes Üniversitesi'ne bağlı olarak eğitim-öğretim yapan Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda, 23-25 Eylül 1994 tarihleri arasında Nevşehir'de "Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarındaki Eğitim-Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları" konulu bir seminer düzenleniyor. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarındaki eğitim-öğretimin çeşitli boyutlarıyla tartışılacağı seminare üniversitelerden ve turizm sektöründen gelen katılımcılar, üç gün boyunca bu konudaki görüşlerini açıklayacak ve mevcut sorunlara çeşitli çözüm yolları önerecekler. □

**Sertifika programı..**

Turizm Geliştirme Vakfı'nın işbirliğinde yürütülen Boğaziçi Üniversitesi Meslek Yüksekokulu "Otel Yönetimi Sertifika Programı"nın 1993/1994 döneminin sona ermesi dolayısıyla 15 Nisan 1994 günü bir yemekli toplantı düzenlendi. Yemekte öğrenciler bilgilerini gösterme fırsatı yakaladılar. □

**7. Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu..**

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı "Turizmde İstihdam ve Eğitim Özel İhtisas Alt Komisyonu" Devlet Planlama Teşkilatı'nın talebi yönünde eğitim, istihdam ve yasal düzenlemelere ilişkin önerilerini içeren özet raporunu hazırlayarak Turizm Özel İhtisas Komisyonuna gönderdi. Hazırlanan rapor, bu aşamada Turizm Özel İhtisas Komisyonu'nca gözden geçirilecek. □



## ayın yorumu



**DR. MEHMET  
ÖZDEMİR**

## ABSTRACT

**CRISIS OF TURKISH  
TOURISM AND  
APATHY OF THE  
AUTHORITIES**

The article investigates the causes of the recent crisis of Turkish tourism and the associated problems. Also, the author points at the apathy of the responsible authorities towards the cases which exemplify their apathetic attitude.

Dr. Mehmet Özdemir, Hacettepe University, Department of Sociology, Beytepe, Ankara, Turkey

# Turizmimizde vahamet ve lakaydi

**O** smanlıcada "vahim", üzücü, tehlikeli, korkulu sonuçlar doğurabilecek olan, ağır, ciddi" anlamına gelmektedir. "Vahamet" ise "üzüntülü sonuçlar doğurabilecek çok güç,tehlikeli, korkulacak bir durum almak, zorlaşmak" anlamındadır.

"Lakayt" ise "ilgisiz,umursamaz, kayıtsız" kimseler için kullanılan bir sıfattır. "Lakaydi" ise, lakayt insanların "ilgisizlik, kayıtsızlık, umursamazlık" durumudur.

Eğer lakayt insanlar kahvede pişpirik oynayan kişilerse, bu ancak ailelerini ilgilendirir. Ancak ilgisizlik, kayıtsızlık, umursamazlık bir ülkenin devlet ve hükümet adamlarının yani yetkili ve sorumlularının özelliği olmuşsa, işte o zaman durum vahamet arz eder.

Turizmimizin durumu çift yönlü olarak vahimdir: Vahimdir çünkü su uyuyor ama düşman uyumuyor. Ciddi bir kriz içindeyiz. Vahimdir çünkü sayın Turizm Bakanı bu vahamete karşı lakaydi içindedir.

## I. Perşembenin gelişi çarşambadan bellidir.

Haziran ayı başlarından itibaren gazetelerimizde turizmimizin içinde bulunduğu tehlikeli durumun paniğini gözlemekteyiz.

- Turizmde "tık" yok (Gün, 7 Haziran 1994)
- Ey turist neredesin? (Sabah, 18 Haziran 1994)
- Gel turist gel! (Sabah, 18 Haziran 1994)

- Turizmde yürek sızlatan tablo (Sabah, 19 Haziran 1994)
- İmaj aranıyor! (Sabah, 20 Haziran 1994)
- Boş Antalya Çiller'i üzdü (Hürriyet, 22 Haziran 1994)
- İki bomba Marmaris'i bitirdi (Gün, 24 Haziran 1994)

gibi manşetler bu paniğin göstergesidir.

Biz yaklaşık sekiz aydır işte bu paniğin 'meydana gelmemesi için elimizdeki kıt imkânlarla yetkililerin dikkatini çekmeye çalışıyorduk. ANATOLIA dergimizin son dört sayısında yayınladığımız;

- Turizm, Türkiye'nin millî bir meselesidir!
- Turizmimizde de "Birleşik Kaplar" kaderi kaçınılmaz mı olacak?
- İnsan, ille de insan!
- ITB Berlin-1994 ve Türk Turizmi

başlıklarını taşıyan yazılarımızda gelişen olaylara ve yaklaşan tehlikelere dikkati çekmeye çalıştık.

Yine:

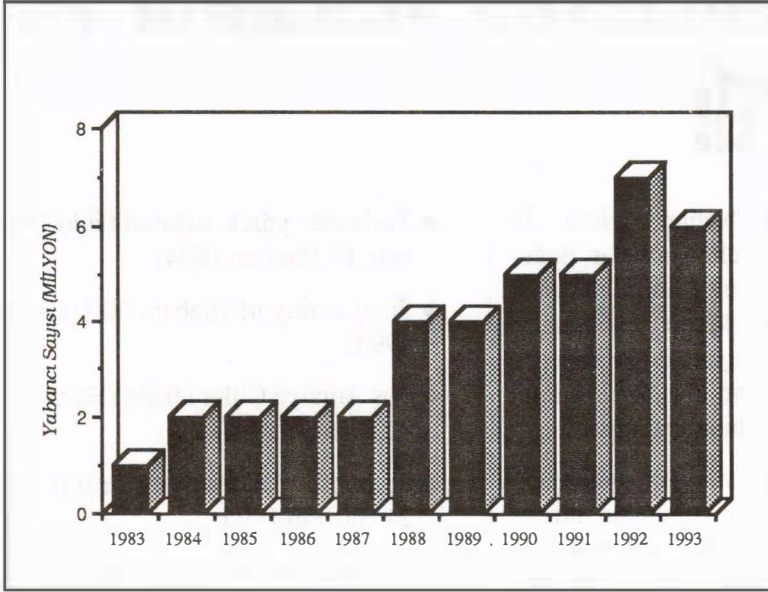
- Turizm, Türkiye'nin millî bir meselesidir (Dünya, 2 Mart 1994)
- Turizmde durum vahim! (Dünya, 7 Haziran 1994)

başlıklı yazılarımızda durum değerlendirmelerimizle birlikte çözüm önerileri geliştirmeye gayret ettik.

Bu makalelerimizde hep seviyemize yakışan bir nezaket uslûbu kullandık.

TABLO 1.

1983-1993 YILLARI ARASINDA TURİST SAYILARININ DEĞİŞİMİ



Muhatabımızın da aynı seviyede olduğunu varsayan bu davranışımız maalesef hiçbir akis görmedi. Ama tepki olayın içinde yaşayan bir turizmci arkadaşımızın ağzından ifadesini buldu: "Bu bakan bizimle dalga geçiyor!"

Sayın Bakan olaya hep hayret edilecek bir umursamazlık, kayıtsızlık ve ilgisizlik yani "lakaydi" içinde yaklaştı. Tehlike kapımızdan içeri girip, evimize yerleşmişken halâ önemli bir tehlikenin olmadığını söylüyordu. Hatta Türkiye Avrupa'nın ikinci, Dünya'nın üçüncü büyük turizm ülkesi olmuştu. Önceleri bu demeçleri hoşgörü ile karşıladık. Sayın Bakan'ın kamu oyuna özellikle de turizmcilere moral vermek için böyle konuştuğunu fakat mutlaka gereken tedbirleri aldığını düşündük. Ancak Sayın Bakan iddiasında ısrarlıydı: "Turizmde hedef dünya üçüncülüğü..." (Hürriyet, 25 Mayıs 1994).

Bir taraftan bomboş tesisler, diğer taraftan hedefimiz!

Bu hedef ister istemez Rauf Tamer'in ünlü "Cambaza bak cambaza" yakıştırmasını hatırlatıyordu. Ama kimsenin kimseyle bu denli dalga geçmeye hakkı yok-

tu. İster Bakan olsun, ister ne olursa olsun!..

Bir de sayın Bakan kendi devrinde "Turizmin altın çağını" yaşadığı görüşünde. Bu görüş acaba doğru mu?

## II. Turizminizde 1992-1993 yıllarının genel değerlendirmesi : başarıdan söz edilebilir mi?

### 1. Gelen Yabancı Sayısı

Turizm Bakanlığı'nın derlediği istatistikler incelendiğinde 1990 yılında 5.389.308, 1991 yılında 5.517.897, 1992'de 7.076.096 ve 1993'de de 6.500.638 yabancıların Türkiye'ye geldiğini görüyoruz (Tablo 1).

Tablodan da anlaşıldığı gibi, 1992 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısında manidar bir artış kaydedilmiştir. Bu artış 1993 yılında olumsuz bir ivme göstermekle birlikte, 1991 yılı göstergelelerinin üstündedir.

Ancak turist sayısında meydana gelen bu artış izafi (görelî)'dir. Bu dönemde (1992 ve 1993 yıllarında), 1991 yılına göre Türkiye'ye gelen turistlerin önemli bir bölümünün Doğu Avrupalılardan oluştuğu görülmektedir (Tablo 2).

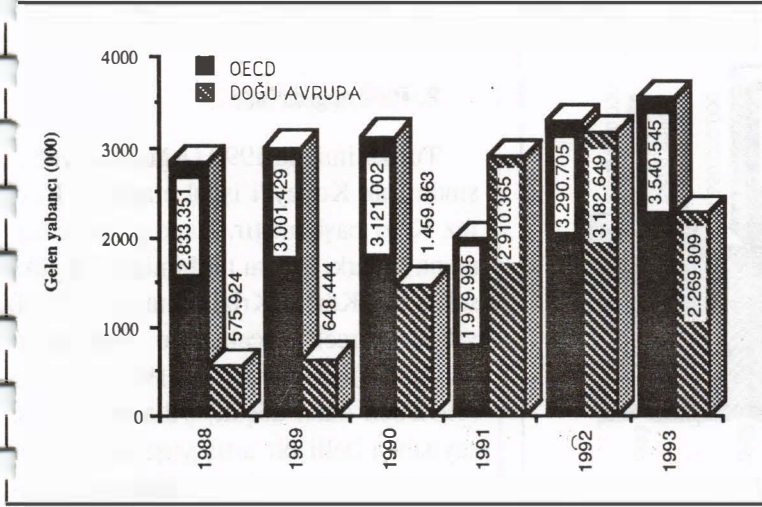
Son üç yılın ilk on aylık verileri dikkate alındığında; Türkiye'ye gelenlerin 1991'de % 43.36'sı, 1992'de % 42.63'ü ve 1993 yılında da % 32.34'ünün Doğu Avrupalılardan oluştuğu gözlenmektedir. Doğu Avrupalıların tamamına yakın bir bölümünün turizm literatürü anlamında "turist" olmadığı ortadadır. Bunların geldikleri bölgeler ziyaret edilerek veya gazetelere göz atmakla, "hangi amaçla" Türkiye'ye geldikleri kolayca anlaşılabacaktır.

Ekonomik Kalkınma İçin İşbirliği Teşkilatı (OECD) ülkeleri belirli bir gelişmişlik düzeyine sahip, demokrasi ile yönetilen, liberal ekonomik sisteme sahip ülkelerdir. OECD ülkeleri vatandaş-

**Bilindiği üzere Türkiye turizmi satış sloganını "Deniz-Güneş-Kum" unsarları üzerinde toplamıştır. Bunun yanında elbette ki tarih-kültür vs. diğer pek çok başka önstruman da vardır. Ancak temel olan tatil (dinlenme) turizmidir. Bu doğrudur da. Çünkü turizm pazarının toptancı müşterilerini bu grup oluşturmaktadır.**

**TABLO 2.**

1988 VE 1993 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'YE OECD VE DOĞU AVRUPA ÜLKELERİNDEN GELEN YABANCILARIN DAĞILIMI



larında; kişi başına düşen millî gelir, boş zaman, turizme istek duygusu, birincil ihtiyaçlarının dışında tasarruf yapabileme kabiliyetleri, serbest dolaşım imkânları gibi turizm faaliyetlerinin gerek gösterdiği ana unsurlar fazlasıyla bulunmaktadır. Bir ülkenin turizm sektörünün iyi yolda olup olmadığının temel göstergesi, OECD ülkelerinden gelen turist

**TABLO 3.**

1983-1993 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'YE GELEN YABANCILARIN ÜLKELERİNE GÖRE YÜZDESEL DEĞİŞİMİ (%)

ÜLKELER	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
AVUSTURYA	4.72	3.81	4.26	3.83	3.23	3.12	3.52	3.65	1.85	2.89	3.25
ALMANYA	15.84	14.42	14.67	16.66	20.42	21.13	20.11	18.07	14.13	16.47	17.21
FRANSA	6.64	6.67	7.57	7.61	6.84	6.54	6.36	5.77	2.12	3.50	3.63
NGİLTERE	6.12	5.76	6.83	7.16	10.61	10.03	9.10	6.52	3.64	4.45	6.80
İTALYA	4.27	3.15	3.37	4.10	4.06	3.35	3.46	2.90	1.16	2.24	2.07
YUNANİSTAN	4.82	4.37	3.03	7.81	4.20	6.66	6.22	4.23	2.52	2.08	2.28
ABD	10.50	11.51	9.35	3.68	4.73	3.71	4.59	3.82	1.14	2.58	3.92
SSCB (BDT)	-	-	-	-	-	-	0.97	4.14	13.28	17.54	17.85
BULGARİSTAN	-	-	-	-	-	-	0.35	1.35	17.09	11.57	5.67
ROMANYA	-	-	-	-	-	-	0.30	7.0	9.13	8.01	4.79
İSPANYA	0.84	1.13	0.98	1.08	1.16	1.15	1.28	1.15	0.45	0.67	0.97
İSVEÇ	0.64	0.49	0.49	0.78	0.99	1.06	1.50	2.04	1.26	1.70	1.34
NORVEÇ	0.26	0.35	0.41	0.46	0.60	0.58	0.58	0.74	0.45	0.60	0.84
DANİMARKA	0.48	0.48	0.66	1.09	1.29	0.79	0.78	0.64	0.59	0.90	1.22

sayısıyla ilgili olduğu ortadadır. OECD hizmetler sektörü içerisinde en önemli yeri turizme verir ve her yıl çok kapsamlı "Tourism Policy" isimli rapor yayınlar.

Öyleyse Türkiye'ye OECD ülkelerinden gelen turist sayısı "Türk turizminin altın yıllarında" nedir? Türkiye'ye 1992 yılının ilk on ayında gelenlerin % 49.11'i ve 1993 yılında da % 57.51'i OECD ülkelerinden gelmektedir. Bu oranlar öyle yüksek rakamlar değildir. Öyleyse toplam turist sayısının yarısına yakınının Doğu Avrupalılar'dan oluştuğu bir ülkede, turizm sektörünün iyi yolda olduğunu veya altın çağını yaşadığını söylemenin gerçeklerden oldukça uzak beyanlar olduğu anlaşılmaktadır.

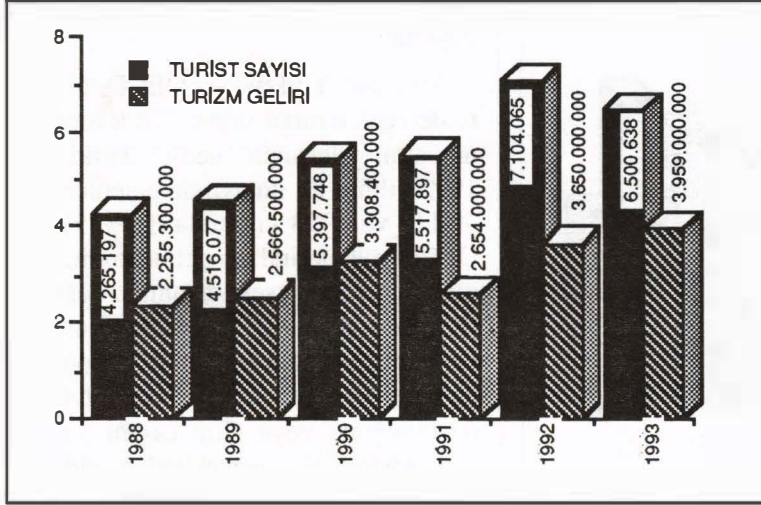
Ayrıca Türk turizm pazarının en önemli müşterileri Orta Avrupa ülkeleridir. Yukarıda OECD ülkeleri insanlarının turizm için gerekli unsurları sıralarken belirttiğimiz özelliklerin yanı sıra, mesafe itibariyle de ülkemize en yakın potansiyeli Orta Avrupa ülkeleri oluşturmaktadır.

Maalesef Orta Avrupa ülkelerindeki pazarımız giderek genişlemesi gerekirken, bu ülkelere gelenlerin sayısında azalma görülmektedir (Tablo 3). Bu azalma İskandinav ülkeleri için de söz konusudur.

Şimdi bir başka noktaya daha bakalım: Bilindiği üzere Türkiye turizmi satış sloganını "Deniz-Güneş-Kum" unsurları üzerinde toplamıştır. Bunun yanında elbette ki tarih-kültür vs. diğer pek çok başka enstrüman da vardır. Ancak temel olan tatil (dinlenme) turizmidir. Bu doğrudur da. Çünkü turizm pazarının toptancı müşterilerini bu grup oluşturmaktadır. Bu turistler uzun süre ve genellikle tek bir tesiste konaklamaktadırlar. İftihar ettiğimiz konaklama tesislerimiz Akdeniz, Ege ve kısmen Marmara kıyı şeritlerimizde bu tip turiste hizmet vermek için tesis edilmişlerdir ve ülkeye maliyetleri trilyonlarca liraya mal olmuştur. Bundan dolayı Türkiye-

**TABLO 4.**

1990 VE 1993 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'YE GELEN TURİST SAYISI VE ELDE EDİLEN TURİZM GELİRİ



de mevsimlik turizm hareketleri yaşanmaktadır. Yani turizm, Türkiye'de büyük oranda yaz aylarında yapılmaktadır.

Öyleyse yoğun turizm mevsimine rastlayan aylardaki turist sayılarındaki azalış ya da artışlara da bakarak turizminizin "hangi yolda" olduğunu görmek mümkündür. Haziran - Temmuz - Ağustos-Eylül aylarında Türkiye'ye gelen turistlerin 1993-1992 değişim oranı, % -18,22'dir (Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri 1993, s. 87).

Bunun anlamı; Türkiye'ye gelen turist sayısının 1993 yılının ilk on ayında

1992'nin ilk on ayına göre % 18,22 azaldığıdır.

Bu mudur "altın çağı"nı yaşayan turizm?

## 2. Turizm gelirleri

Turizmimizde 1990 (Ağustos ayı başında Irak Kuveyt'i işgal etmiş ve Körfez Krizi başlamıştır. Buna göre bu zamana kadarki turizm tarihimizde en yüksek ivme, Körfez Krizi olmasaydı, 1990 yılında gerçekleşecekti) ve 1991 (Körfez Savaşı) yıllarına göre, 1992 ve 1993 (1992'den daha düşük) yıllarında turist sayısında belli bir artış yaşanırken, bunun elde edilen döviz miktarına yansımaması da, tabii ki düşündürücü bir gelişmedir.

Öte yandan turist sayısında 1992 yılında belli bir artış yaşanırken ve 1993 yılında da 1991 yılına göre artış gözlenirken, bunun elde edilen döviz miktarında aynı oranda yaşanmaması da düşündürücü bir gelişmedir. Turist sayısı 1988 yılında 4,3 milyon iken, 2,355 milyon dolar turizm geliri elde ediliyordu. "Türk turizminin altın yılları" olarak ilân edilen ve en fazla yabancı turist sayısına ulaşılan 1992 yılında ise turist sayısı 7,1 milyona çıkarken, elde edilen turizm geliri 3,650 milyon dolarda kal-

**TABLO 5.**

1988 VE 1993 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'YE GELEN TURİST SAYISI, TURİZM GELİRİ VE YABANCI BAŞINA HARCAMA TUTARLARI

YILLAR	TURİST SAYISI	TURİZM GELİRİ (000 \$)	KİŞİ BAŞINA HARCAMA (\$)
1988	4.265.197	2.355.300	552
1989	4.516.077	2.566.500	566
1990	5.397.748	3.308.400	612
1991	5.517.817	2.654.000	519
1992	7.104.065	3.650.000	513
1993	6.500.638	3.959.000	609

**Turizm pazarımızın en önemli kaynakları ihmal edilirken rafting, trekking, tren tur, yayla turizmi, mağara turizmi, dağ turizmi gibi yeni turizm çeşitlendirmeleri ön plana çıkmıştır.**

mıştır (Tablo 4). Bir başka gerçek de Türkiye'ye gelen turistlerin kişi başına düşen harcama tutarlarında görülen düşüştür (Tablo 5). Meselâ, 1990 yılında (daha önce de belirttiğimiz gibi, bu yılda Körfez Krizi yaşanmıştır, etkileri dikkate alınmalıdır) yapılan kişi başına harcama tutarı 612 dolar iken, 1991 yılında 519, 1992 'de 513 dolara düşmüştür. Gelen yabancı sayısı ve elde edilen turizm geliri makayeseli olarak ilgili tabloda gösterilmektedir (Tablo 6).

### 3. Belgeli yatak sayısı

Hepimizin gözden kaçırdığı çok önemli bir gerçek vardır ki, esas mesele bu gerçekte yatmaktadır. Son on yılda Türkiye, turizmine çok büyük kaynak ayırmıştır. Son Cumhuriyet hükümetlerinin almış oldukları kararlar doğrultusunda, turizm sektörüne aktarılan kaynaklar ve gösterilen kolaylıklar doğrultusunda, Türkiye büyük bir turizm hamlesi gerçekleştirmiştir. Bunun somut örneği belgeli yatak sayısında meydana gelen artıştır. Bu tesisler doğa olarak dünyanın en güzel kıyılarında, teknolojinin en son verilerinden yararlanarak inşa edilmiş, yepyeni işletmelerdir.

Türkiye'deki "Turizm İşletme Belgeli" yatak sayısı 1984 yılında 68.266 iken, 1989 yılında 146.086 sayısına ulaşmıştır. Türkiye'de 1990 yılında 173.227 belgeli yatak varken, OECD ülkelerinden gelen turist sayısı 3.212 002 (% 63.12) olmuştur.

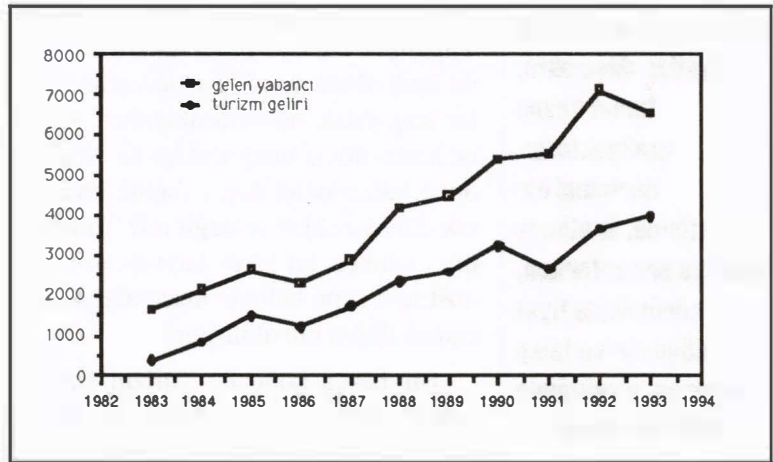
Belgeli yatak sayımız 1993 yılında 297.027'dir (01.11.1993). OECD ülkelerinden gelen turist sayısı ise 3. 540 545 (57.51) olarak gerçekleşmiştir.

Haziran 1994 rakamlarıyla belgeli yatak sayımız 320.000'i aşmıştır. İçinde bulunduğumuz durum ortada!..

İşte panik esas olarak bu gerçekten kaynaklanmaktadır. Yatak sayısı artmakta, fiyatlar düşmekte, turist sayısı azalmaktadır (Tablo 7).

TABLO 6.

1988 VE 1993 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'YE GELEN YABANCILAR VE ELDE EDİLEN TURİZM GELİRİ İLİŞKİSİ



Herhangi bir sektörde, üretimde kalite ve arz artarken, sürümünde fiyat düşüyor ve talep azalıyorsa, o sektörde kriz var demektir (Tablo 8). Turizm sektörü mensuplarının bu ortam içerisindeki tutumu ise, ayrı bir yazımızın konusudur..

### 4) Eş-dost gösterileri

Sayın Turizm Bakanı, 1992 ve 1993 yılları içerisinde turizmimiz 1994 yılı paniğinin tehlike işaretlerini verirken, havaî birtakım işlerle meşgul olmuşlardır. Antalya ve yöresinde 1993 turizm yılı başında meydana gelen olaylar, gerektiği gibi değerlendirilmemiş, adeta "turizmimizin yumuşak karnı" savunmasız bir şekilde ortada bırakılmıştır. Turizm pazarımızın en önemli kaynakları ihmal edilirken rafting, treacking, tren tur, yayla turizmi, mağara turizmi, dağ turizmi gibi yeni turizm çeşitlemeleri ön plana çıkmıştır.

Bu çalışmalar elbette yeni pazarlar aramak amacıyla yapılsaydı takdir edilirdi. Ancak mevcut pazar kaybedilirken; kitle turizmi göz göre göre ihmal edilir, bu işlere zaman, emek ve para ayrılırsa, bunun adı da "havaiyat" (boş, değersiz, küçük işler, gereksiz işler)'dir.

**Turizm Bakanlığı bu faaliyetleri gerçekleştirirken acaba Türkiye'de ve dünyada bu turizm türlerine olan taleple ilgili pazar araştırması yapmış mıdır? Yapmışsa Türkiye'ye bu turizm çeşitleri ile ilgili olarak kaç kişi gelecektir? Bunlar kaç yatak dolduracaklardır?**

**İşte panik esas olarak bu gerçekten kaynaklanmaktadır. Yatak sayısı artmakta, fiyatlar düşmekte, turist sayısı azalmaktadır. Herhangi bir sektörde, üretimde kalite ve arz artarken, sürümünde fiyat düşüyor ve talep azalıyorsa, o sektörde kriz var demektir**

Turizm Bakanlığı bu faaliyetleri gerçekleştirirken acaba Türkiye'de ve dünyada bu turizm türlerine olan taleple ilgili pazar araştırması yapmış mıdır? Yapmışsa Türkiye'ye bu turizm çeşitleri ile ilgili olarak kaç kişi gelecektir? Bunlar kaç yatak dolduracaklardır? Acaba ne kadar döviz bırakacaklardır. Yapılan onca harcamanın niçin yapıldığını merak etmek hakkımız değil mi? Türkiye'nin oldukça kıt olan kaynaklarını eşdost için sonu belirsiz maceralarda harcamak doğru mu olmuştur?

Bir başka konu da Turizm Bakanlığı'nın 1992 ve 1993 yılları içerisinde gerçekleştirmiş olduğu ve herbiri önemli maliyetlere ulaşan konferans ve kongrelerdir. Bunların kamo oyuna açık olanlarının sayısı, 8'dir. Ayrıca komisyon düzeyinde ve basına kapalı olarak gerçekleştirilenlerle birlikte bu sayı otuzlara ulaşmaktadır. Şimdi bu toplantıları gerçekleştirenlere sormak istiyoruz: Bu toplantılarda elde edilen sonuçların ne kadarı uygulanabildi veya bir tanesi uygulandı mı? Gösteriş için toplantı tertip etmek güzeldir, ancak zor olan buradan elde edilen sonuçları uygulamaktır.

Ayrıca Turizm Bakanlığı kaynaklarından Türkiye Kalkınma Bankası ara-

cılığıyla pek çok proje önemli meblağlarla yaptırılmıştır. Bu projeleri yapan kişilerin ve konuların seçiminde hangi kriterler göz önüne tutulmuştur. Yine bu projelerin sonuçları yayınlanmış veya hayata geçirilmiş midir? Bunlardan hangileri uygulanabilmiştir?

## 5. Bekleyen İşler

Boşa harcanan zaman içerisinde pek çok ciddî konu da halâ gerçekleştirilmeyi beklemektedir.

Bakanlığın "Teşkilat Yasası" halâ çıkarılmamıştır. Sektörün işleyişine düzen getirecek olan "Otelciler Birliği Yasası" yürürlüğe sokulamamıştır. Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Yasası'nın günün koşullarına uygun hale getirilmesi için başlatılan çalışmalar sonuçlandırılmamış ve gerekli düzenlemeler yapılmamıştır.

Turizm Bankası kapatıldıktan sonra, meydana gelen boşluk doldurulamamıştır. Türkiye Kalkınma Bankası dışında, yeni bir "Turizm Bankası" kurulması arayışları netice vermemiştir.

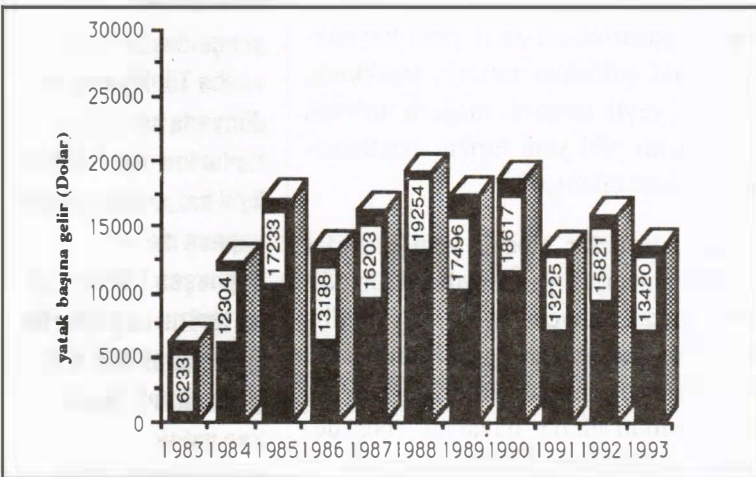
Yat turizminin, turizm rehberlerinin sorunları halâ çözüm beklemektedir. Yenilenen Kıyı Kanunu kapsamında mevcut turizm planlarında meydana gelen olumsuz etkiler ortadan kaldırılamamıştır.

Turizm Bakanlığı'nca Bakanlık bütçesine yakın bir gelir sağlayan talih oyunları salonları, bir taraftan astronomik rakamlarla yükümlendirilirken diğer taraftan kaçak olarak çalışan kuahaneler engellenememiştir. Günlük kart uygulaması gibi, ABD vs. ülkelerdeki emsallerinin kuruluş ve işleyişini tanzim eden bir düzeye getirilememiştir.

Turistik tesislerin değişik bölümlerinde farklı KDV uygulamasının yapıl-

TABLE 7.

1983-1993 YILLARI ARASINDA YATAK BAŞINA ELDE EDİLEN TURİZM GELİRİ





ması gerek tesis ve gerekse müşteri açısından büyük sorunlara neden olmaktadır, bu uygulamalara çözüm yoluna gidecek bir düzenleme yapılmamıştır. Otel-ajenta ilişkilerini düzenleyen mevzuat günün koşullarına uygun hale getirilememiştir.

Dünya Bankası ve ILO ile müştereken hazırlanan ATAK Projesi'nde bir gelişme yoktur.

Kapadokya yöremize hizmet verecek havaalanı halâ bitirilememiştir.

Bodrum-Güllük havaalanı hizmete girememiştir.

İşte bütün bunlar ve benzerleri gerçekleştirilemezken; 1992 ve 1993 yılları, öncelikle turizm geliri, OECD ülkelerinden gelen turist sayısı, kişi başına yapılan harcama, turist sayısı turizm geliri ilişkileri açısından bakıldığında "altın dönem" olduğunu söylemek mümkün değildir.

Belki birileri açısından "altın yıllar" olmuş olabilir.

### III. Sonuç

Boşuna feryada figan etmenin bir alemi yok!

Biz 1994 Haziran paniğine göz göre göre geldik.

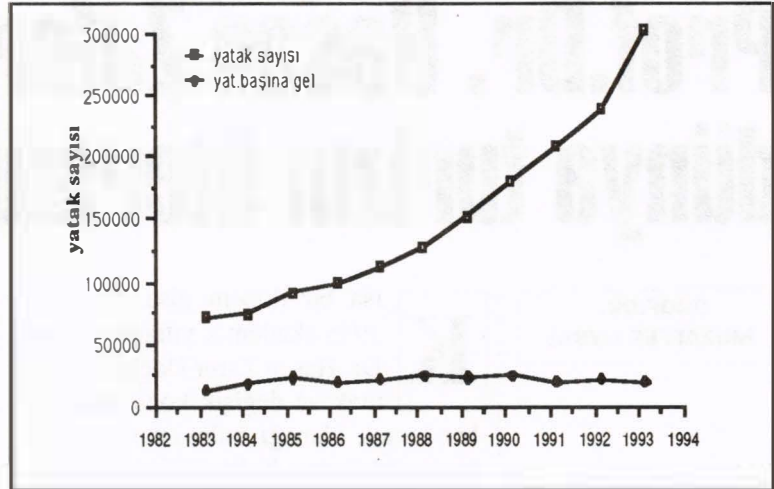
Düşman çiçek göndermeyeceğine göre, gereken tedbirleri yerinde ve zamanında almak durumundayız.

Maalesef sayın Turizm Bakanı işin vahametini kavrayamadı. Layaklı tutumu olayın boyutlarının bu denli büyümesine sebep oldu.

Şimdi öğrendiğimize göre kolları sıvamış.

İnşallah Bakanlık ömrü yeter, ciddi edbirler almaya hükümetini zorlama çabaları sonuç verir. Bu bizim en samimi dileğimizdir (Ayrıca Devlet hay-

**TABLO 8.**  
1983-1993 YILLARI ARASINDA YATAK SAYISINDA MEYDANA GELEN ARTIŞIN EĞİLİMİ



atımıza hakim olan bir başka ciddiyetsizliğe de değinmeden geçemeyeceğiz. Aylardan beri gazeteler Sayın Turizm Bakanı'nın mensup olduğu parti kademelerindeki Bakanların Genel Başkanlarınca değiştirileceğini yazıyor. Bunların içinde Sayın Turizm Bakanı'nın da olduğu ifade ediliyor. Bu da son derece yanlış bir tutumdur. Devlet hayatı muğlaklık kabul etmez!).

Bi yine tekrarlıyoruz; yine aynı kanatimizi muhafaza ediyoruz: Turizm, Türkiye'nin millî bir meselesidir.

Çok önemlidir ve çok dikkat edilmesi gerekir: Turizm diğer millî sorunlarımız yanı sıra giderek SİMGESSEL bir özellik kazanmaktadır.

Altını çizerek tekrarlıyoruz:

Yapılacak olan; tüm millî meselelerimizde olduğu gibi, adeta düşmanla bir savaştaymışcasına olanı olduğu gibi, kendimizi kandırmadan tüm gerçekliğiyle görüp, belirli mutabakatı hemen sağlayıp, birlik içinde hareket edilmesidir. Bunun için devletimizin bütün imkanları lojistik bir şekilde seferber edilmelidir.

Türkiye ihanet ağını ve dünyada değiştirilmek istenen imajını, güzelliklerin süslediği turizm yoluyla otadan kaldıracak akıl ve güce sahiptir. □

**Hepinizin gözden kaçırdığı çok önemli bir gerçek vardır ki, esas mesele bu gerçekte yatmaktadır. Son on yılda Türkiye, turizmine çok büyük kaynak ayırmıştır. Son Cumhuriyet hükümetlerinin almış oldukları kararlar doğrultusunda, turizm sektörüne aktarılan kaynaklar ve gösterilen kolaylıklar doğrultusunda, Türkiye büyük bir turizm hamlesi gerçekleştirmiştir. Bunun somut örneği belgeli yatak sayısında meydana gelen artıştır.**

# Prof.Dr. Hasan Zafer Doğan'ın dünya turizm literatürüne katkısı

PROF.DR.  
MUZAFFER UYSAL

**Prof. Dr. Doğan, 1989 yılında dünyanın en prestijli bilimsel turizm dergilerinden biri olan "Annals of Tourism Research"de "Forms of Adjustment : Sociocultural Impacts of Tourism" isimle mükemmel bir çalışmasını yayınladı. Bu makale iki açıdan "outstanding" olarak kabul edildi ve bilimsel etkisi ve kullanımı "Dogan's model" (Doğan'ın modeli) olarak hızlı bir şekilde yaygınlaştı.**

Prof. Dr. Muzaffer Uysal, Virginia Polytechnic Institute and State University, Department of Hospitality and Tourism Management, ABD.

**K**ısa bir dönem olsa da, 1984-1985 akademik yıllarında, Prof. Dr. Hasan Zafer Doğan'la tanışmak ve değişik konularda sohbet etmek olanağı bulmuştum. Amerika'da doktoramı bitirip Türkiye'ye yeni dönmüştüm. O zamanlar Prof. Dr. Doğan, Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda yönetici doçent, ve ben de öğretim görevlisi olarak hizmette bulunuyorduk. Onun mütevazılığı, olgunluğu ve dostluğu bizleri fazlasıyla etkilemişti. Kendisine olan hürmetim o günden bu güne kadar her geçen gün daha da arttı. Ben kendisine "Hasan Abi" diye hitap ederdim. Bana şahsen vermiş olduğu öğütlerin değeri sonsuzdur.

Prof. Dr. Doğan Türkiye'nin olduğu kadar, dünyanın da kaybettiği ve her zaman bilimsel katkısıyla ve güzel insanlığıyla anılan bilim üyesi olarak gönüllerimizde kalacaktır.

Anatolia'nın bundan önceki bir yayınında, Yrd. Doç. Dr. Mehmet Özdemir'in güzel, samimi ve gerçekçi bir gözlemlerle Prof. Dr. Doğan hakkındaki yazısı ve söyleyişleri bizleri de fazlasıyla duygulandırdı. Bu güzel ve anlamlı biyografi için biz de kendisine teşekkürü bir borç kabul ediyoruz.

Benim, bu kısa olan yazıda sizlerle paylaşmak istediğim bir nokta, sayın Prof. Dr. Hasan Zafer Doğan'ın dünya turizmindeki yeri ve onun son beş yıl içerisinde turizmde yapılan turist-yerli ilişkileri kapsamlı doktora çalışmalarında ve yeni derlenen makalelerine olan katkısını ve etkisini dile getirmektedir.

Bazılarımızın hatırlayacağı gibi, Prof. Dr. Doğan, 1989 yılında dünyanın en prestijli bilimsel turizm dergilerinden biri olan "Annals of Tourism Research"de "Forms of Adjustment : Sociocultural Impacts of Tourism" isimle mükemmel bir çalışmasını yayınladı. Bu makale iki açıdan "outstanding" olarak kabul edildi ve bilimsel etkisi ve kullanımı "Dogan's model" (Doğan'ın modeli) olarak hızlı bir şekilde yaygınlaştı. Bu modelin yapısının temeli, yerli-turist ilişkilerinin uyumluluk özelliklerine ve turist-yerli ilişkileri sonucu ortaya çıkan sosyo-psikolojik davranış biçimleri ve özelliklerine yöneliktir.

Bu araştırma makalesinin bir özelliği şudur; o ana kadar dünyada yapılmış turist-yerli ilişkilerinin kapsamlı olarak sentezini vermek, bu sentez çalışmasının neticesinde turist-yerli ilişkilerinin teorisini düşünsel olarak ortaya koymaktır. Bu ciddi ve mükemmel çalışma ile Prof. Dr. Doğan bilim dünyasına imzasını ebediyen atmıştır. Son zamanlarda da bu çalışmaya yapılan bilimsel atıflar yüzlere yaklaşmak üzeredir. Bu denli evrensel kabul gören mükemmel bilimsel katkı, bu çalışmayı aynı zamanda klasikleştirmiştir.

Turizmde araştırma yapan gerek Amerika ve gerekse dünyanın diğer ülkelerindeki bilim adamları ve master ve doktora yapan turizm öğrencileri arasında, Doğan'ın modelini ve yerli-turist ilişkilerini bilimsel olarak sentezleştirme yaklaşımlarını bilmeyen hemen hemen

Journal of Tourism Research, Vol. 16, No. 2, June 1999  
 Printed in the USA. All rights reserved.

## FORMS OF ADJUSTMENT Sociocultural Impacts of Tourism



School of Tourism and Hotel Management

Hasan Zafer Doğan  
 Avdın, Turkey

**Abstract:** Tourism has been a major source of intercultural contact. Research on many tourism countries suggests that their sociocultural changes have changed considerably under the influence of tourism. The reactions of the hosts in the diverse, ranging from positive to negative, have influenced their own culture. The



Volume 16, Number 2, 1999

# of Tourism Research

A SOCIAL SCIENCES JOURNAL

hiç kimse kalmadı diyebilirim. Turizm dersleri veren tüm okullarda ve yeni çıkan ders kitaplarında da bu araştırmaya geniş yer verilmektedir. Örneğin, Joseph D. Fridgen'in 1991 yılında yazmış olduğu "Dimensions of Tourism", adlı kitabının 95 ve 96. sayfalarına bakmamız yeterlidir.

Prof. Dr. Doğan'ın bu makalesi bazı doktora çalışmalarının temelini oluşturduğu gibi, bilimsel yerli-turist ilişkileri tartışmalarını da çok zenginleştirdi. Ve etkisi gelecekte de devam edecektir.

Tüm turizm bilim çevresi olarak dünya çapında yeri olan saygıdeğer Prof. Dr. Hasan Zafer Doğan'a katkısı ve insanlığı için borcumuz büyüktür.

Prof. Dr. Doğan'ın bu katkısı, onun düşünce enginliğine ve zenginliğine sahip olması ve turizm olayını dünyanın bilimsel çevresinde, bilimsel kaynakların yetersiz olduğu bir akademik ortamda, disiplinli bir şekilde takip etmiş olmasına bağlıdır. Bu gibi çalışmalar onu aynı zamanda, Annals of Tourism Research'un editörlerinden (Associate Editor) biri yapmıştır ve kaybettiğimiz ana kadar bu hizmeti de dünya turizm literatürüne vermiştir.

Genç yaşta aramızdan ayrılan Prof. Dr. Hasan Zafer Doğan, turizm bilim dünyasının kaybettiği çok değerli bir ilim adamı ve mütevazı ve mükemmel bir insandı. Kendisine Allah'tan rahmet dileziz.

**Bu ciddi ve mükemmel çalışma ile Prof. Dr. Doğan bilim dünyasına imzasını ebediyen atmıştır. Son zamanlarda bu çalışmaya yapılan bilimsel atıflar yüzlerce yaklaşmak üzeredir. Bu denil evrensel kabul gören mükemmel bilimsel katkı, bu çalışmayı aynı zamanda klasikleştirmiştir.**

TURİZMİN HAMMADESİ ÇEVREDİR AMA..

# Çevre sorunları turizmi tehdit ediyor mu?

DOÇ.DR.ORHAN İÇÖZ

**Ç**evre, özellikle doğal çevre turizm olayının var olması açısından en önemli etkenlerden birisidir. Turizm olayı da doğal ve toplumsal çevrenin ekonomik bir değer kazanması açısından önemli etkinliktir.

İnsan ve hayvan topluluklarının içinde yaşamakta olduğu doğal çevre son yıllarda tahminlerin üzerinde zarar görmüş ve kirlenmiş, halen de kirlenmeye devam edilmektedir. Aşağıdaki çeşitli ülkelerden verilen kirlenme ve bozulma örnekleri sorunun boyutlarını ve ciddiyetini açıkça göstermektedir.

**Kanada;** asit yağmurlarının kötü etkisi altında, kötü enerji kullanılıyor, kalitesiz kömür kullanımı sürüyor.

**Çin;** dünyada sera etkisi yapan gaz üreten ülkelerin başında geliyor. Ormanları hemen hemen yok oluyor.

**Kongo;** sağlıklı içme suyu son sınırlarında, yağmur ormanlarının büyük çoğunluğu yok ediliyor.

**Çekoslavakya;** kırsal alanlardaki kuyu sularının yüzde doksanı kirlenmiş durumda.

**Etiyopya;** aşırı ekim nedeniyle her yıl bir milyar ton toprak kaybına uğruyor. Suları çok kirli.

**Almanya;** asit yağmurları doğayı hızla yok ediyor. Ülkede zehirli atık bırakılan 35 bölge olduğu belirtiliyor.

**Hindistan;** belli başlı yağmur ormanları yok olmuş, çevre kirliliği büyük boyutlarda.

**Endonezya;** 10 bin yıllık mercan kayalıkları yok olmuş.

**İtalya;** Adriyatik denizi vahim durumda.

**Kenya;** kentlerin dışına içme suları içilmez durumda.

**Malezya;** ormanlar hızla yok oluyor, sulak alanların yarısı yok oldu.

**Meksika;** su ve hava kirliliği büyük boyutlarda. Her yıl ormanlarının büyük kısmını kaybediyor.

**Nijerya;** 200 yılında tek bir ormanın bile kalmayacağı hesaplanıyor. Kentler dışında sağlıklı içme suyu bulmak çok zor.

**Filipinler;** ormansızlaştırma şiddetli ve ölümcül sellere yol açıyor. 2010 yılında ormansız kalacak.

**Polonya;** her yıl 20 milyon ton zehirli atığı dünyaya boşaltıyor.

**Tayland;** ormanlarının % 45'ini kaybetmiş durumda. Çocuklar kurşun kirlenmesiyle karşı karşıya.

**Zaire;** dünyada içme kirliliği en yüksek düzeyde olan 25 ülkeden birisi.

## Türkiye'deki durum

Görüldüğü üzere tüm dünyada çevre sorunları oldukça ciddi boyutlardadır ve bazı bölgelerde insan yaşamı tehdit eder düzeye ulaşmıştır. Diğer ülkelerle kıyaslandığında Türkiye'deki çevre sorunlarının nisbeten daha az olduğu söylenebilir. Ancak ülkemizde de özellikle

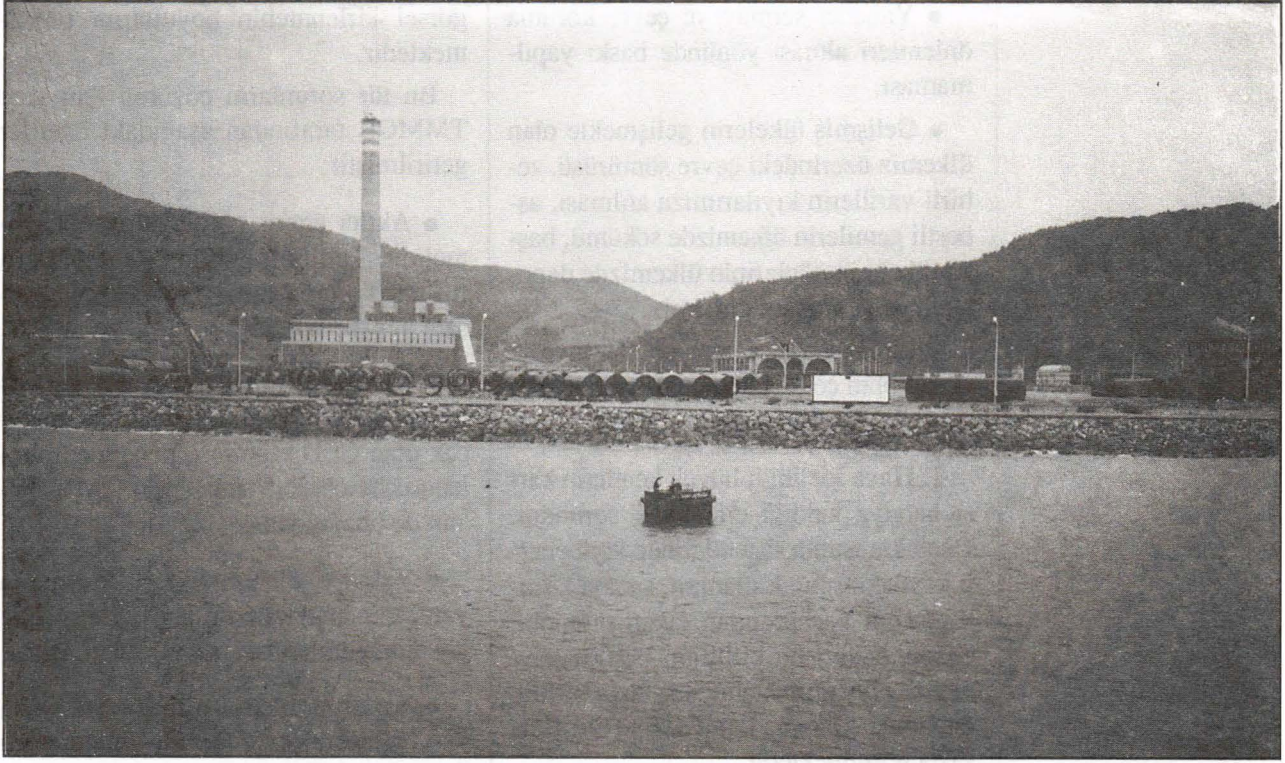
## ABSTRACT

### ENVIRONMENT PROBLEMS THREATEN THE TOURISM INDUSTRY

The study investigates the global environmental problems which have worldwide effects. Also, the article emphasizes environment as a critical factor for the survival of tourism industry. As a result, this study points at that the tourism industry highly depends on the environment of the touristic destination. Also, it itemizes the precautions to be taken which will reverse the negative effects.

Orhan İçöz, Assoc. Professor, Dokuz Eylül University, İzmir Vocational Training School, İzmir, Turkey.

Doç. Dr. Orhan İçöz, Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulunda öğretim üyesidir.



Gökova Termik Santrali, tüm itirazlara rağmen içinde bulunduğumuz günlerde deneme üretimine başladı..

sanayi bölgelerinde önemli sorunlar olduğu bilinmektedir. Örneğin turizm olayını yakından ilgilendiren Gökova Termik Santrali, bütün olumsuz tepkilere karşın devre dışı bırakılmış değildir. Yine doğal güzelliklere sahip birçok bölge halen "Turizm Merkezi" ilan edilip, yatırımcılara tahsis edilerek tahrip edilmektedir. Benzer şekilde İstanbul'un zaten çok az kalan tarım ve orman alanlarına yapılaşma izni verilmektedir. Dahası içme suyu havuzlarına bile çeşitli yatırımlar planlanabilmektedir. Ülkemizde zaten son derece az bulunan orman alanları (Uluslararası standartlara göre yüzölçümün 1/4'ü orman olması gerekirken, Türkiye'de bu oran 1/16'dır.) giderek yok olmaktadır. Dünyamızı kasıp kavuran hava kirliliği, ozon delinmesi gibi büyük felaketlere karşı bilinen en etkili çarenin orman örtüsünü çoğaltmak olduğu bilinirken, Türkiye'nin çölleşme yolunda korkutucu adımlarla ilerlediği ve erozyon-çölleşme-kuraklama üçgeninden ancak ciddi önlemlerle çıkabileceği öne sürülmektedir. Tek

bir ağacın en az 20 yılda yetiştiği göz önüne alınacak olursa, sorunun ne kadar ciddi olduğu daha rahat görülecektir.

Türkiye'de var olan çevre kirliliğinin kaynakları, TMMOB'na bağlı odalar tarafından yapılan açıklamalar şu şekilde sıralanmaktadır:

- Atılmadan deşarj edilen evsel ve endüstriyel atık sular, filtre edilmeden ortama verilen baca gazları,
- Plansız kentleşme, hızlı nüfus artışı ve doğayı hiçe sayan sanayileşme,
- Sanayileşme sürecinde ekonomik faktörün yanında çevre koruma faktörünün dikkate alınmaması, sanayicilerin çevre koruma önlemlerini göz önüne almamaları,
- Rastgele atılan ve zamanında toplanamayan çöplerin düzensiz depolanması,
- Doğal kaynakların sorumsuz ve düşüncesizce kullanılması,
- Çevre yasasının yetersiz kalması, yetnetmeliklerin zamanında çıkmaması ve gerçekçi koruma önlemlerini içermemesi,

**Turizmin belirli bölgelerde yoğunlaşması, kent yaşamından kaçışın adeta simgesi durumuna gelen turizm olayı ile çelişkili bir durum arz etmektedir. Bu yörelerde aşırı yığılma ve turizmin gelişmesi gelişmesi ile birlikte huzur ve sakinlik kaybolmaktadır.**

- Yabancı sermayeye çevre koruma önlemleri alması yönünde baskı yapılmaması,

- Gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkemiz üzerindeki çevre sömürüsü, zehirli varillerin kıyılarımıza atılması, asbestli gemilerin ülkemizde sökülmesi, başka ülkelerin çöplerinin ülkemizde depolanması ve imkânı girişimi.

Bu tür etkenler sonucu Türkiye'de tahrip olan çevre elemanları ve bölgeler ise aşağıdaki şekildedir.

**1. Hava kirliliği;** büyük kentlerin karşı karşıya kaldığı en büyük sorundur. Özellikle ısıtma sistemlerinde kötü enerji kaynaklarının kullanımı, sanayi kuruluşlarının bacalarından çıkan otomobil egzoz gazları bu kirliliğin başlıca kaynağını oluşturmaktadır. En fazla kirlilik İstanbul, Ankara, İzmir, İzmit ve Bursa'da görülmektedir.

**2. Deniz Kirliliği;** yine sanayi artıklarının ve evsel kanalizasyon artıklarının denize dökülmesi sonucu başta İzmit ve İzmir Körfezi olmak üzere Marmara Denizi ve bazı kıyı bölgelerinde deniz kirlenmesi yoğunlukta görülmektedir. Özellikle Aliğa rafinerisi, bölgede önemli bir kirlilik kaynağı oluşturmaktadır. Ayrıca Çukurova Bölgesi'nde Seyhan nehrine atılan zehirli atıklar bu nehirde canlı yaşamı sona erdirmektedir.

**3. Gürültü;** özellikle büyük kentlerde oluşan gürültü kirliliğinin kaynağı çağdaş teknolojik araçlar olmakla birlikte, bu sorunun en önemli nedeni toplumun bu konudaki duyarsızlığı ve bilinçsizliğidir.

**4. Görsel kirlilik;** toplum içerisinde düzensiz ve kuralsız reklamcılık anlayışı ve özellikle siyasi partilerin kampanya dönemlerinde büyük kentlerde yoğun bir görsel kirlenmeye neden olmaktadır. Bu durum özellikle çevre bilincinin olmadığı bölgelerde daha yoğun yaşanmaktadır. Ayrıca büyük kentlerdeki kötü yapılaşma ve düzensiz kentleşme

görsel kirlenmenin boyutlarını büyütmektedir.

Bu tür sorunların çözümü için yine TMMOB tarafından aşağıdaki öneriler getirilmiştir:

- Akılcı enerji politikaları geliştirilmelidir. Tarihsel, kültürel ve doğal mirasımız koruma alıtına alınarak doğal yaşam geliştirilmelidir.

- Yürürlüğe giren çevresel değerlendirme (ÇED) yönetmeliği ile hazırlanacak olan ÇED raporları, değerlendirmelelerin daha objektif olması için TMMOB'nin de onayından geçmelidir.

- Yasa ve yönetmelikler çıkarılırken yalnızca sanayicilerin değil konuyla ilgili tüm birimlerin de görüşü alınmalıdır.

- Yaptırım gücü olan bağımsız ya da yarı bağımsız çevre koruma önlemlerini de getirmelidir.

- Çevre bilimleri, teknolojileri desteklenmeli ve geliştirilmelidir.

- Çevre kirliliklerinin daha kolay ve koordineli bir şekilde kontrol altına alınabilmesi için düzenli kent planları yapılmalıdır.

- Endüstriler şehir dışına, organize sanayi bölgelerinde veya küçük sanayi sitelerinde toplanmalı, atık sular toplu olarak arıtılmalıdır.

- Kirlenme kaynağında önlenmeli, atık azaltma teknolojileri geliştirilmelidir.

Turizm olayı daha önce de belirtildiği gibi temiz bir çevreyi gerektirir ve devamlılığı buna bağlıdır. Turizm-çevre ilişkileri çeşitli açılardan önem taşımaktadır. Özellikle çevre sorunlarının bir bölgede artış göstermesi, bölgenin turizm açısından çekiciliğini yok ederken, diğer taraftan turizmin kendisinde bir kirlilik kaynağı olabilmektedir.

Turizmin doğrudan ilişkili olduğu çevre sorunları üç temel altında toplanmaktadır:

**Turistik yörelerde çöplerin gelişigüzel atılması, kanalizasyonların denize atılması, turizm olayı ile yaratılan çevre kirlenmesinin örnekleridir.**

- Ekolojik çevreyi oluşturan elemanlardan denizler, çeşitli sanayi kuruluşlarının, gemilerin ve kanalizasyonların artıkları ile kirlenmekte, içinde yaşayan canlı türleri azaltmaktadır.

- Doğal çevredeki topraklar ve akarsular da kirlenme sorunu ile karşı karşıyadır. Hava kirlenmesi de doğal çevrenin bir başka türlü tahriridir.

- Toplumsal çevrede oluşan sorunlar; düzensiz kentleşme, plansız yerleşim, altyapı yetersizliği, toplumsal kargaşalar, nüfus yoğunluğu, işsizlik, sosyal gruplaşmadır.

### **Turizmin yarattığı çevre sorunları**

Turizm olayı çevresel ilişkileri açısından yoğun tartışmalara konu olmaktadır. Çünkü bir taraftan turizmin mevsimlik özelliği nedeniyle yaz aylarında oluşan aşırı turistik yoğunlaşma ve yığılmalar, bu yoğunlaşmanın meydana geldiği bölgelerde çevre kirlenmesi, gürültü, aşırı kalabalıklaşma, altyapı yetersizliği, hizmet kalitesinin bozulması gibi sorunları yaratırken, diğer taraftan bu bölgelerdeki hızlı ve plansız yapılaşma, tarımsal ve orman arazilerinin yok olmasına yol açmaktadır. Turizmin özellikle kırsal bölgelerde kentleşmeyi hızlandırdığı ve bu bölgelere kent görünümünü kazandırdığı konusunda yoğun tartışmalar vardır. Örneğin, Rombaud turizmin kırsal bölgelerde yeni görevler yarattığını, böylece toplumda ayrılaşmayı arttırdığını belirtmektedir. Kırsal alanlarda turistik tesislerin ortaya çıkmasıyla tekdüzelik bozulmakta, toplumda değişik özellikleri ve çıkarları olan kümelerin sayısı artmaktadır. Bu durum turizmin kırsal özelliğinin yok olmasına ve bu yörelerin kentsel bir havaya bürümmesine yol açmaktadır.

Turizmin belirli bölgelerde yoğunlaşması, kent yaşamından kaçışın adeta simgesi durumuna gelen turizm olayı ile çelişkili bir durum arz etmektedir. Bu

yörelerde aşırı yığılma ve turizmin gelişmesi ile birlikte huzur ve sakinlik kaybolmaktadır. Aynı şekilde, turistik gelişmenin yığılma ve nüfus yoğunluğu ile sonuçlandığı da gözlenmektedir. Bu yoğunluk ve yığılma turistik yörelerin çekiciliğinin kaybolmasına yol açmakta ve ülke turizmi olumsuz yönde etkilemektedir.

Turizmin bilinçsiz gelişmesi sonucunda ortaya çıkan oteller ve diğer tesisler doğanın güzelliğini bozmaktadır. Bu durumun en yakın tarihli örneği İstanbul'da inşaatı sürmekte olan Part Otel'i'dir. İstanbul'un en merkezi yerinde inşaatı süren söz konusu otel nedeniyle yörede aşırı bir gürültü kirlenmesi oluşmuştur. Her beş dakikada bir pencerelelerin önünden geçip giden çimento karıştırıcıları nedeniyle bölge hakının TV, müzik dinlemesi olanaksız hale gelmiştir. Hatta insanların birbirlerine ne söylediği bile anlaşılmamaktadır. Üstelik söz konusu otelin bölgedeki mimari yapıyı ve görünümünü bozduğu yolunda yoğun tepkiler dikkate alınarak, mahkemece otelin kat sayısının mimar planına uygun bir şekilde azaltılması çalışmaları mart ayı içerisinde sonuçlandırılmıştır.

Turistik yörelerde çöplerin gelişigüzel atılması, kanalizasyonların denize atılması, turizm olayı ile yaratılan çevre kirlenmesinin örnekleridir. Ünlü turizm yazarı ve çevreci Arthur Houlot da çevre kirlenmesinden yalnızca turizmi sorumlu tutmanın doğru olmadığını belirtmekle birlikte, turizm ile bağlantılı etkenlerin nasıl doğa güzelliğini ve sakinliğini yok ettiğini, artık çevrenin, havanın ve suyun (denizler dahil) kirlendiğini anlatmaktadır.

Yazlık konutların ve turistik sitelerin yarattığı bir diğer olumsuz etki de verimli tarım alanları üzerinde görülmektedir. Toprağın turizme ayrılması, başlıca önemli gereksinimler için, örneğin tarım için kullanımı önlemektedir. Ül-

**Öncelikle yalnızca mevsiminde birkaç ay için ve çoğunlukla iç turlama dönük olarak kullanılan ikinci konutlar için yapılacak ağır maliyetli alt ve üst yapı yatırımlarının diğer mevsimlerde atıl kalması üzerinde önemle durulması gereken bir konudur**

kemizde ve özellikle Ege bölgesinin önemli turistik merkezleri olan Kuşadası, Bodrum, Marmaris, Çeşme, Foça gibi kıyı kentlerinde yoğunlukla görüldüğü üzere, kıyıları boyunca uzanan verimli tarım alanlarının çok kısa kullanımını olan yazlık konut amaçlı kullanımı sonucu ülke tarımı büyük zararlar görmekte, özellikle verimli zeytin ağaçlarının sökülmesi bu konuda büyük bir üretim kaybına yol açmakta, bunun sonucu olarak da bölgede geçimini tarımdan sağlayan kesim yoksullaşmakta ya da başka sektörlerle kaymaktadır. Aslında ikinci konut gelişmeleri tarım, madencilik veya sanayi gibi belli başlı ekonomik faaliyetlerin gelişmesi için gerekli koşulların iyi bir şekli olarak görülmektedir. Ancak, burada da arazi spekülasyonunun ortaya çıkması söz konusu olmaktadır. Spekülasyon, bölgede kurulacak olan gerçek turizm işletmelerinin kuruluş maliyetlerinin gereksiz yere yükselmesine ve işletmenin gerçek rantabilitesinin düşmesine yol açmaktadır. Bu nedenle, kuruluşların yatırım yapma isteği kınılır ve sonuçta yatırımlarda azalma görülür. Turizme açılan bölgelerin kural olarak birinci ve ikinci üretim biçiminden yararlanamayan bölgeler olması gereklidir. Aksi takdirde çeşitli şekillerde arazi kullanımında kayıplar söz konusu olacaktır.

İkinci konut ve yazlık siteler biçimindeki yapılaşmalar, diğer birçok sorunu da birlikte getirmektedir. Öncelikle yalnızca mevsiminde birkaç ay için ve çoğunlukla iç turizme dönük olarak kullanılan bu konutlar için yapılacak ağır maliyetli alt ve üst yapı yatırımlarının diğer mevsimlerde atıl kılması, üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Bu durumun kaynak israfına yol açmaması için diğer mevsimlerde de özellikle dış turizme yönelik olarak kullanılmaya yollarının araştırılması zorunludur.

Kısaca özetlenecek olursa, turistlerin belli turistik bölgelere yılın belirli dö-

nemlerinde akın etmeleri, bu bölgelerin taşıma kapasitelerini zorlamaktadır. Su, bitki, hayvan, hava gibi ekolojik unsur daha önce dünüşmemiş olan bu yeni talebe uyum sağlayamamaktadır. Aynı şekilde, mevcut arazi ve su alanı aşırı talebi karşılayamamakta bunun sonucu da aşırı kullanım kapasite ile turistlerin aynı konudaki beklenti ve davranışları arasındaki uyumsuzluklar görülmektedir. Kapasite limitlerini dikkate almadan daha fazla turist ağırlamak için yapılar yatırımlar sorunları ağırlaştırmaktan başka bir işe yaramamaktadır.

## Sonuç

Sonuç olarak yolları büyük kentlerdeki gibi araçlar ve insanlarla dolu otel, restoran ve kafeteryalarda yorgun personelin hizmet ettiği, gezinti yolları, ormanları ziyaretçiler tarafından istila edilmiş, fiziksel, ekolojik, sosyal ve psikolojik kapasitesi zorlanan; araziden yararlanma biçimi diğer turistleri tatmin etmeyen ilişkilerin çekiciliğini kaybetme tehlikesi ile karşı karşıya kalacak ve bunun sonucunda turizm talebinde meydana gelecek olan düşme büyük masraflarla yapılan turistik yatırımların boş kalmasına yol açabilecektir.

## Kaynakça

SADLER, P., ve ARCHER, B.H., "The Economic Impact of Tourism in Developing Countries", *Tourist Research Papers*, N.Y., Institute of Economic Research, University of Collge of North Wales, Bangor, 1974.

MCINTOSH, R., GOELDNER, W., *Tourism, Principles, Philosophies and Practice*, Grid Publishing Inc., New York, 1985.

*Cumhuriyet Gazetesi*, 5 Haziran 1993..

RAMBAUND, R., "Tourisme et Urbanisation des Compagnes", *Sociological Abstracts*, Year: 16, No: 6, June 1993.

HAULOT, A., *Tourisme et Environnement*, Marabout, Verwiers, 1974. pp. 153-174.

BURKART, A.J., and MEDLIK, S., *Tourism; Past, Present and Future*, Heinemann, London, 1974.

**Turistlerin belli turistik bölgelere yılın belirli dönemlerinde akın etmeleri, bu bölgelerin taşıma kapasitelerini zorlamaktadır. Su, bitki, hayvan, hava gibi ekolojik unsur daha önce dünüşmemiş olan bu yeni talebe uyum sağlayamamaktadır.**



BURAM BURAM TARİH KOKAN ANADOLU AÇIK HAVA MÜZESİNDEN..

# Mistik Kapadokya

Cev. DR.  
EMRULLAH GÜNEY

**Uzaktarda fantastik bir oyun sürüyor. Cin ve perilerin düğünü.. Orada köy ile dağ evlenmiş ve birleşmeden Ürgüp doğmuş. Eğer ay dediğimiz gezegende bir kent olsaydı, hiç kuşkusuz Ürgüp'ün görünümünden daha değişik olmayacaktı.**

Bu yazı, Noëlle Roger tarafından Le Monde gazetesinde yazısından çevrilmiştir.  
Dr. Emrullah Güney, Dicle Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğretim görevlisidir.

**G**eniş Kayseri Ovası'nı güneyden zincirleme volkanik dağlar dizisi çevirir. Sonra kesintisiz kayalık alanlar yükselerek Ürgüp yakınlarında doruğa ulaşırlar.

Ürgüp.. Olağanüstü özelliklerini çevreleyen dağlar ve tepeler arasında bir kent.. Vahşi bir yüksek bumunun çevresinde kayadan sürüler gibi dalga dalga yayılmış. Değirmi başlarıyla nokta nokta kayalar. Eğimli bir yamaçta, volkanik tüfler içinde, ön yüzleri örme taşlarla yükseltilmiş bir büyük köy.. Artık bilinmez, görünen köy mü, yoksa bir kayadan yarmı? Ufku sınırlayan dik yarların karşısında Ürgüp, minerasi, Rum kilisesi, kavaklıkları ile büzülüp çömelmiş. Kasabanın bir bölümü pencereleri kayadan açılmış inlerde yaşıyor. Evler oyulmuş kayalara dayanıyorlar. Onlarla karışmış bir haldeler.. Uzaktarda fantastik bir oyun sürüyor. Cin ve perilerin düğünü.. Orada köy ile dağ evlenmiş ve birleşmeden Ürgüp doğmuş. Eğer ay dediğimiz gezegende bir kent olsaydı, hiç kuşkusuz Ürgüp'ün görünümünden daha değişik olmayacaktı.

Ziyaretçiler, Ürgüp hanında koklar-ken Perrault, Grimm öykülerini düşünürler ve kayalıklar içinde yaşayan insanlara baktıkça..

Kasabanın çıkışında pembe kayalar içine oyulmuş bir yol, gide gide yerini iç-nemsi, dış süslere bırakıyor. Biraz sonra doğal duvarlarla çevrili geniş üzüm bağları başlar. Yedinci kilometrede arabadan inmek gerek.. Bağları geçip, kaygan

bayırlardan aşağı inmek, tepeleri aşmak gerek. Bağları geçip, kaygan bayırlardan aşağı inmek, tepeleri aşmak vadi yamaçlarının çevirdiği küçük bahçelerden geçmek gerek. Öyle bir dolaşık yerdir ki rehberin kendisi de yitebilir. Ve birdenbire gezgin Paul Lucas'ın hayretten aklının karıştığı Göreme Vadisi'nin ucuna varılır. Charles Texier de Fransız Hükümeti'nce görevlendirilmişti ve "L'Asie Mineur" adlı eserini yazmıştı. Ondandır bir cümle şöyledir: "Avrupa'da böylesine meçhul, pek sade ve tekil bir anıt bulmak mümkün değildir."

Sonsuz bir vadi.. Çölleşmiş bir yöre.. Kayadan külahlarla meskun, bütün genişliğiyle ürperen ve ufka kadar süren, ak, ince ve uzun minyatür piramidler.. Tek tek ya da kümelenmiş olarak, bazen tepelere kadar basamak basamak yükselerek.. Yanardağ tuf ve külleri tortulandıktan sonra suların ve rüzgarların işleyişiyle oyulmuş, kazılmış ve cilalanmışlar.. Denilebilir ki, bir devler alayı, yürüyen bir ordu ansızın taşlaşmış sanki..

Çok zor bir inişten sonra bir başka dünyanın bir vadisi insanı sakinleştiriyor. Düzgün gölgeler farkediliyor ki, bunlar konilerin diplerine oyulmuş kapılardır. Bu doğal külahların içi insanlarca oyulmuş, düzeltilmiş hücrelerle doludur. Buralarda insan, sanki o çağlarda verilmiş vaazları duyar gibi oluyor. Yarı kemerli, geniş açıklıklar oyulmuş, kilise biçimi verilmiş. Ve en yüksek seki uzaktan bile seçilebilen yapılmış kemerleriyle bir katedral durumuna getirilmiş. Sayılamayacak çoklukta külah

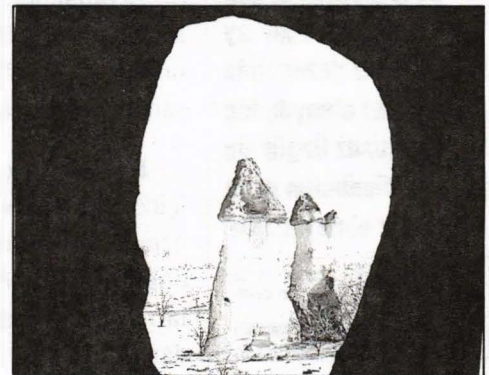


lar, gözlabildiğine uzanıp giden bu piramidler o çağlar insanı için, içinde barınan evlerdi, ibadet yerleri ve mezarlardı..

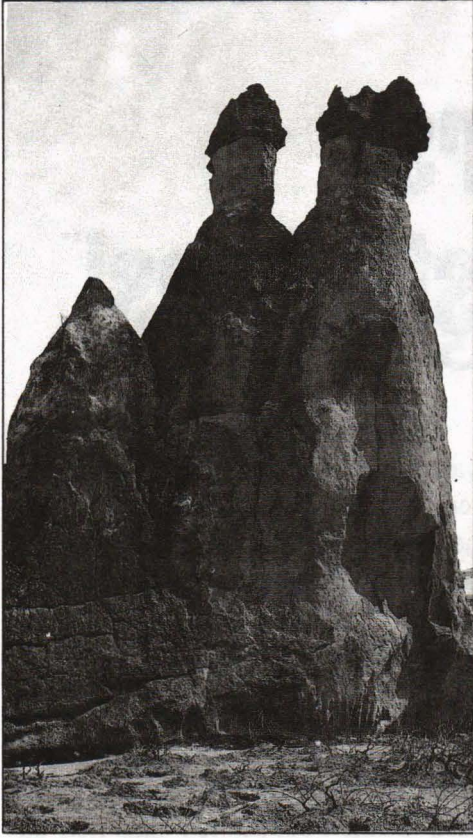
Dar hücrelerde bugün artık kimse oturmuyor. Kayalara oyulmuş mezarlarda da hiç kalıntı yok. Çoğunluğunun duvarları fresklerle süslü bir kiliseciği açtıkları zaman iri iri açılmış gözleriyle İsa ve diğer din uluları içeri girenlere bakıyorlar.. Dingin yüzü ve balmumu sarılığında İsa.. Bu kiliseler insanın yaptığı resimden başka hiçbir şeye yer vermiyor. Bomboş.. Gittikçe artan bir hızla silinip tükenmiş bu yörenin sakinleri. Mezarlar içindeki cesetler bile yitmiş. Eskilerin önünde birkaç kemik darmadağınık duruyor.

Duvarlardaki resimlerin tanımlamasını yapabiliriz.. Meryem'i ve Azizleri yardıma çağırma.. Kutsal sözlerle İman Akti.. Fresklerde belli olmayan tipler de var. Bu sonsuz ve hüznü kent sakinlerini düşünüyorum Saint Basil'in buyruğuyla burada yaşayan, ahiretini kazanma uğruna tarikat arkadaşlarıyla bu sıkıntılara katlanan insanları. İbadet için bir kilise mihrabı, uyumak için taşa oyulmuş bir hücre ve ölümlerini verdikleri kayadan mezar çukurları.. X. yüzyılın Bizanslıları haengi değışet duygularıyla ya da dinseverlikle burada yaşamaya

başladılar? Büyük kentleri, ticaret gü-rültülerini bırakarak.. Dünyadan elini eteğini çekmiş olan bu birbirini izleyen halk, Göreme'de 400 yıl boyunca yaşadılar, derin düşüncelere dalarak.. İnsanlığın bütün yardımlarından böylesine uzak, karlı ve buzlu bu yüksek yaylalarda keşişler manastırında kimbililir ne büyük acılar çektiler? Kutsal bildikleri sığınaklarında hangi teselli ile tutunuyorlardı? Hangi şeref onları oraya bağlıyordu? Tarih onlardan hiç söz etmedi. Varlıklarından bile habersizdi.. Bu soruları yanıtı buluyorum. Ancak biliyorum ki, bu dağlarda başka kent mezarları da vardır. Tuzlu çölün doğusunda kalan bütün bölge zorla mağara keşişlerince istila edildi. Bu çölün en uç batı kesiminde aynı çağlarda Celaeddin ve derişleri kendilerin den geçerek reskedyor-



**Kayadan külahlarla  
meskun, bütün  
genişliğiyle ürperen  
ve ufka kadar süren,  
ak, ince ve uzun  
minyatür piramidler.  
Tek tek ya da  
kümelenmiş olarak,  
bazan tepelere kadar  
basamak basamak  
yükselerek.. Yanardağ  
tüt ve külleri  
tortulandıktan sonra  
suların ve rüzgarların  
işleyişyle oyuşmuş,  
kazılmış ve  
cılalanmışlar..  
Denlebilir ki, bir  
devler alayı, yürüyen  
bir ordu ansızın  
taşlaşmış sanki..**



lardı. Şiirle ve müzikle bir geleneği sürdürerek ve bizi gönüllerine yaklaştırmaya izin veriyorlardı.

Değişik yollardan Tanrıyı arayan, tarikat arkadaşlarıyla bir toplum yaşamı sürdüren keşişler bu delik değişik olmuş oyulmuş delinmiş külahları asla bırakmadılar. İçlerinde yaşayan insanların iman

atesinin yankılarını tam olarak öğrenemiyoruz. Şükran veya umut çığıkları bugün artık duyulmuyor, bu rüzgarlara açık ve boş mezarlı kaya odalarda, kiliselerde..

Ürgü'ün ve Kayseri'nin Rumları, tüccarları geçmişin anılarına büyük değer verirdi. Buraya haç için gelip büyük mumlar yakarlardı. Bugün onlar gitmiş, ölü kent, sonsuz sessizliğine gerisin geri bürünmüştür.

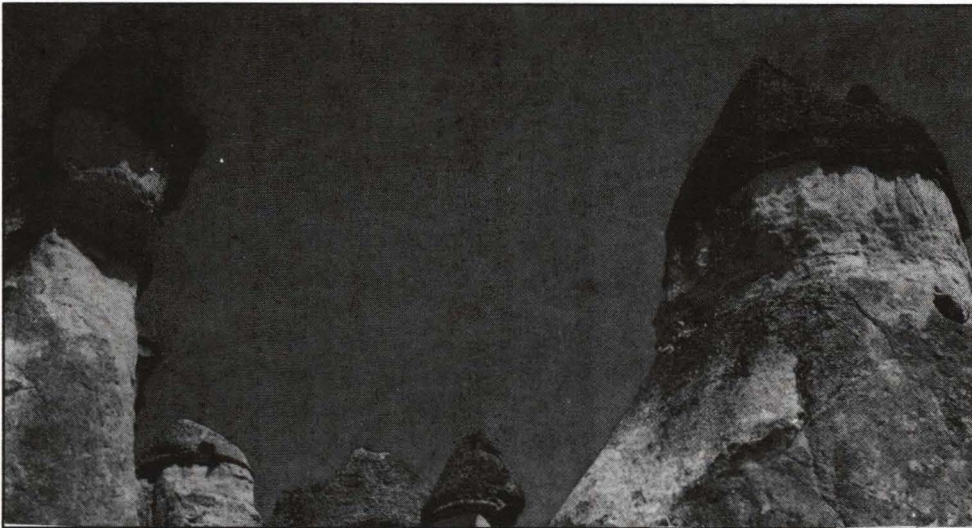
Kaybolmuş insan düşüncesinin böyle bir hiçlik içinde birleşmesi mümkün mü?

Uzun zamandır seyrettiğim taş görünümlerin şaşırtıcı sessizliğinden kendime dönüyorum.

Oblik güneş yüzbinlerce taş külahlı pespembe boyadı. Açık renkler koyuya, menekşe yarılar ve açık kum sarıkları eflatuna dönüştü.

Birer birer batıp silindiler kaya külahları. Üç hisarlı bir doğal kayalığın dibinde oturanlarca kurulmuş, oyulmuş mağalar da karanlığa teslim oldular.

O kadar yaygın, dağınık gibi görünen bu büyük kaya sivrilikler, çıkıntılar kenti, yanardağ külleriyle kaplı çölden hiçbir şey anımsatmıyor artık. □



**Dünyadan ölümlü eteğini çekmiş olan bu birbirini izleyen halk, Göreme'de 400 yıl boyunca yaşadılar, derin düşüncelere dalarak.. İnsanlığın bütün yardımlarından böylesine uzak, karlı ve buzlu bu yüksek yaylalarda keşişler manastırında kimlikleri ne büyük acılar çektiler?**

# Ağırlama\* konulu ders programlarının geliştirilmesi\*\*

ÇEV. ÖZGÜR ÖZMEN

**Geçmiş onbeş yıl süresince otelcilik ve yiyecek üretimi ve servis gibi konuların, öğretim programları çerçevesinde ele alınmış biçiminde köklü değişimler ortaya çıkmıştır. Öğretim elemanları bu program kapsamındaki derslerin içeriğini ve nasıl öğretilmesi gerektiğini değerlendirmeye başlamışlardır.**

**G**eçmiş onbeş yıl süresince otelcilik ve yiyecek üretimi ve servisi gibi konuların, öğretim programları çerçevesinde ele alınmış biçiminde köklü değişimler ortaya çıkmıştır. Öğretim elemanları bu program kapsamındaki derslerin içeriğini ve nasıl öğretilmesi gerektiğini değerlendirmeye başlamışlardır. Yetmişli yılların başlarına kadar bu dersler bir sorgulama süreci yaratmaksızın ikna retorığı çerçevesinde dogmatik bir tarzda sunulmaktaydı. Çoğunlukla bu konuda yapılan çalışmaların niteliğiyle öğrencilere sunuluşu arasında farklılıklar bulunuyordu. "Cook-freeze", "cook-chill" gibi yiyecek üretim sistemlerinin gelişmesi ve fast-food alanındaki yeni oluşumların bir sonucu olarak, gerek Amerika Birleşik Devletleri'nde gerekse İngiltere'de yeni ders programları oluşturuldu. Bu programların içeriği güncelleştirme ve bilimsel öğretim yöntemlerinin uygulanması konularında yoğunlaştı.

Yiyecek konulu çalışmaların öğretilmesi sürecinde amaçlanan; genel olarak öğrencilerin konuyu anlamalarını ve yaşam örgüsü içinde 'yiyecek' ilmeğinin karşılıklı ilişkilerinin ayırıcına varabilmelerini sağlayabilmektir. Bu amaç, öğrenciye oldukça geniş bir yemek oluşturma seçeneğinin sunulması ve önemsiz farklar yerine temel farkların vurgulanmasıyla mümkündür.

Temel vurgu sorgulamaya dayalı bir yaklaşımla elde edilebilecek genel ilkelere ve geniş kapsamlı kavramlara yönetilmelidir. Mekanik bir asilimasyon sürecinin işletilmesine ve olguları belletmeye dayalı bir öğretim yönteminde kaçınılmalıdır.

Ağırlama konusunda derece veren öğretim programlarının ortaya çıkmasıyla birlikte kuram ve uygulama arasındaki ilişkileri dönüştüren daha ileri düzeyde bir değişim ortaya çıktı. Bu çerçevede, öğretmenler yiyecek konulu çalışmalara, restoran uygulamalarına, yiyecek üretim ve servis etkinliklerine ve teknolojisine daha eleştirel bir biçimde yaklaşmaya ve geleceğe yönelik önerilere, belki de bu bilgilerin daha kolay incelenebilmesi nedeniyle, gereksiz bir vurgu yapan ders programları her kademede hoşnutsuzluk yarattı. O zamana değin otelcilik ve yiyecek üretimi ve servisi konularındaki öğretim uygulamalarına büyük ölçüde dogmatik bir ileri sürme üslubunun egemen olması nedeniyle, bu disiplin diğer disiplinler için söz konusu olduğu gibi zihnin nadiren öğrencilerin eleştirel düzeyde düşünmelerine elverişli olabilmıştır.

Bu konuda geliştirilen ders programlarında, bilginin seçilmesi konusuna çok az yer verilmiştir. Kişiler ne öğrenmelidir? Konu nedir? İkinci olarak, bilgi nasıl örgütlenmelidir? Ne kadar kuram gereklidir? Ne kadar uygulama gerekli-

Özgür Özmen, Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisidir.

\* Ağırlama, "hospitality" karşılığında kullanılmıştır.

\*\* J.A. Hegarty, "Curriculum Development in Hospitality Studies", International Journal of Hospitality Management, Vol: 4, No: 3, pp. 127-128, 1985.

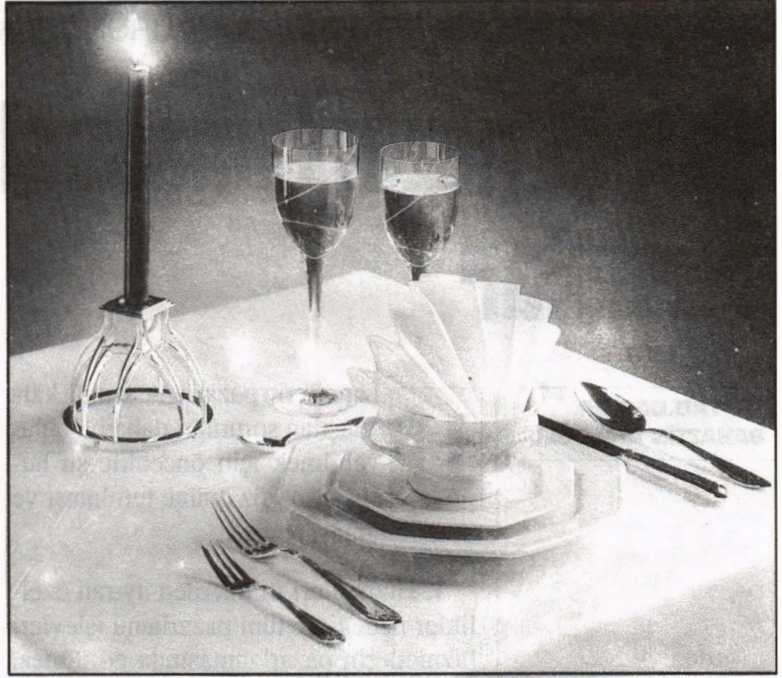
dir? karan kim verecektir? Bilginin sunuluşuna ilişkin olarak, bilgi nasıl öğretilmeli ve nasıl öğrenilmelidir?

Yeni ders programları geliştirilmesi talebindeki asıl vurgu konuyu öğretme süreci yerine öğrenme sürecine kaydırılmalıdır. Böylece, öğrencilerin sorgulanmaları ve deneyleri ders programı geliştirme çabalarına merkez oluşturmuştur. Öğrenciler, önceden belli olan sonuçları olurlamak yerine; ilgili verileri değerlendirdikten ve deneylere katıldıktan sonra otelcilik ve yiyecek üretimi ve servisi etkinliklerine ilişkin olarak kendi sonuçlarına varmak üzere yüreklendirilir. Böylece öğrenciler, kendi karşılaştıkları durumlarda kendilerine yönetici olarak algılamaya yönlendirilirler.

Ders programlarının gelişmesi; restoran işletmeciliği, yiyecek üretimi gibi bir özelleşme çizgisi izlemektedir. İlk bakışta doğal bir evrim olarak görülen bu eğilim, sektörde ve toplumda gerçekleşen gelişmeler bağlamında daha az savunulabilir bir konuma doğru çekilmektedir.

Ağırlama konulu ders programlarını geliştirenler şimdilerde canlılığı koruyacak ve yiyecek üretimi, restoran servisi, kat hizmetleri, resepsiyon ve bar gibi daha fazla bölümlere ayırmadan uzak duracak bir sistem yaklaşımı üzerinde durmaktadırlar. Bu eğilimin nedeni, tasarlanmış olan iyi tanımlanmış ders programının kabul edilen ders programına denk olmasını sağlamaktır.

Bu amaca ulaşmak için ders programlarını geliştirenler eş zamanlı ve kalıcı bir öğrenme biçimini sağlayacak koşulları yaratmak üzere ilerlemeci bir yaklaşımı benimsemek, açık bir biçimde tanımlanmış hedefler temelinde öğrenci odaklı ve etkinliğe dayalı bir program hazırlanmalıdır. Hedeflerin belirlenmesi ders programlarının içeriğinin oluşturul-



masına öngelmelidir. Ders programlarının geliştirilmesinde ders özetlerinin hazırlanması en son faktördür. Ders özetlerinin oluşturulmasının tek nedeni ise incelenebilir oluşudur.

Öğrenci çalışmalarının gerçekçi bir biçimde takdir edilerek değerlendirilmesi ve güvenilir bir geri-besleme mekanizmasının oluşturulabilmesi; öğretmenlerin çalışmalar üzerinde yorum yapabilmelerini sağlar. Bu sonuç, öğretmenlerin hedeflerin, öğrenme stratejilerinin, değerlendirme biçimlerinin, yararlanılan materyal ve ders özetlerinin belirlenmesi sürecine katılımıyla gerçekleşir. Öğretmenin restoran/ mutfak laboratuvarındaki ve derslikteki rolü bir rehberlik ya da danışmanlıktır.

İyi bir öğrenme biçimi, öğrencilerin öğrenme sürecine etkin katılımcılar olarak yerlabilmelerini sağlayacak beceri ve tutumlarını geliştirebilmelidir. Öğretmen baskın bir öğrenme ortamı yerine öğrencilerin artan katılımıyla kendi kendine öğrenme sürecini geliştiren öğretme yöntemleri aktif bir biçimde desteklenmelidir. □

**İyi bir öğrenme biçimi, öğrencilerin sürecine etkin katılımcılar olarak yerlabilmelerini sağlayacak beceri ve tutumlarını geliştirebilmelidir.**

# Hizmet pazarlamasında karşılaşılan sorunlar

YRD.DOÇ.DR.  
BAHATTİN RIZAĞLU

**H**izmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunları daha iyi anlayabilmek için öncelikle şu hususların göz önüne tutulması ve unutulmaması gerekir.

1. Hizmetleri ürünlerden ayıran özellikler nedeniyle tüm pazarlama işlevleri hizmetlerin pazarlanmasında görülmez. Örneğin, çoğu hizmetlerin pazarlanmasında taşıma, depolama, standartlaştırma, paketleme işlevleri yer almaz. Dolayısıyla çoğu hizmetlerin pazarlanmasındaki sorunlar bu işlevlerin pazarlama sürecinde uygulanmasından değil, etkin pazarlama yöntemlerinin geliştirilip kullanılmasından veya var olan yöntemlerin ihmal edilmesinden kaynaklanmaktadır. Diğer bir deyişle, hizmetlerin pazarlanmasında yer almayan pazarlama işlevleri bir sorun değil, hizmetlerin pazarlanmasında bazı önemli sorunlara kaynaklık ederler.

2. Birbirlerinden farklı ürünlerin pazarlanmasında hemen hemen tüm veya aynı pazarlama işlevlerine başvurulabilir. Halbuki hizmetlerin genel ayırıcı özellikleri ve her hizmetin kendine özgü ayırıcı özellikleri nedeniyle her hizmet farklı pazarlama işlevlerini gerektirir. Dolayısıyla her hizmetin pazarlanmasında karşılaşılan sorunun birbirine benze- mez. Diğer bir deyişle, tüm hizmetlerin pazarlanmasındaki sorunları genel sorunlar olarak değil, özel sorunlar olarak algılamak daha uygun olur.

3. Ürüne bağlı hizmetlerle ürüne bağlı olmayan hizmetlerin ayrılması, hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan

sorunların anlaşılması ve belirlenmesi açısından çok önemlidir. Nitekim, ürüne bağlı hizmetler ürünün bir parçası sayıldığından karşılaşılan sorunlar ürünlerin pazarlanması ile ilgilidir. Dolayısıyla, ürüne bağlı olmayan hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunları ürüne bağlı hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlarla karşılaştırmak gerekir.

4. Hizmetlerin pazarlanması ülkeden ülkeye farklılıklar gösterdiğinden her ülkede hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlar da birbirine benze- mez. Bu ayırıcı, özellikle gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasında ayırıcı yapılması halinde daha belirginleşmektedir. Örneğin, gelişmiş ülkelerde hizmetlerin pazarlanması daha yaygın ve daha gelişmiştir. Halbuki gelişmekte olan ülkelerde hizmetlerin pazarlanmasına, ya pek rastlanmaz ya da çok geleneksel bir biçimde yapılmaktadır.

5. Gereksinimleri giderici olarak ürünlerle aynı sosyal ve psikolojik nedenlere bağlıdır. Tüketim açısından aynı veya benzeri nedenler olmasına karşın ürünlerin ve hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlar birbirinden oldukça farklıdır.

Pazarlama işlevini uygulama ve geliştirme açısından hizmet işletmeleri, genellikle üretim işletmelerinin çok gerisinde kalmışlardır. 400 hizmet ve üretim işletmesini kapsayayan bir araştırmada, hizmet işletmelerinin pazarlama çabalarını üstlenen bir pazarlama bölümüne sahip olmak istemedikleri, genel bir sa-

## ABSTRACT

### THE PROBLEMS OF SERVICE MARKETING

The purpose of this article is to assess the potential problems which are encountered in the service marketing process. General conclusion are also drawn with respect to the underlying causes of the current problems

Dr. Bahattin Rızaoğlu, Adnan Menderes University, Aydın School of Tourism and Hotel Management, Aydın, Turkey.

Yrd. Doç. Dr. Bahattin Rızaoğlu, Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğretim üyesidir.

tış planı yapmadıkları, satış eğitim programlarını kullanmadıkları, pazarlama araştırmaları işletmelerine ve pazarlama danışmanlarına başvurmadıkları, pazarlama çabalarına pek para ayırmadıkları, bir reklam şirketi aracılığıyla reklamlarını yönetmeye gitmedikleri ortaya çıkarılmıştır. Başka bir araştırmada ise bankaların ve havayolu işletmelerinin pazarlama çabalarına kısmen yer verdikleri; sigorta, komisyonculuk ve kamu taşıma işletmelerinin pazarlama çabalarını pek az olarak uyguladıkları belirlenmiştir. Ayrıca mühendislik, mimarlık, sağlık, yönetim ve hukuk danışmanlığı hizmetlerinde de pazarlama çabalarına pek yer verilmediği görülmüştür. Hizmet örgütleri ve mesleki hizmet sahipleri tarafından pazarlama çabalarının çok az uygulanmasında çok çeşitli etkenler rol oynamıştır. Bu etkenleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Evans ve Barry 1982: 618)):

### 1. Teknik bilgi ve deneyim

Çoğu hizmetler teknik bilgi ve deneyime bağlıdır. Genellikle bu hizmetler uzmanlaşmış yetenek ve becerilere sahip olmaksızın satışa sunulamazlar. Örneğin, lojistik, avukatlık, doktorluk, danışmanlık ve onarım hizmetleri gibi.

### 2. Küçüklük

Çoğu hizmet işletmeleri ve mesleki hizmet sahipleri bir pazarlama uzmanı çalıştıramayacak kadar küçüktürler.

### 3. Katı lisans ve sözleşme gereklilikleri

Katı lisans ve sözleşme koşullarına başvurulması bazen rekabeti kısıtlamakta ve pazarlama işlevine duyulan zorunluluğu ortadan kaldırmaktadır.

### 4. Hizmet uzmanı (mesleki hizmet uzmanı, profesyonel) kullanmanın gölge yaygınlaşması

Hizmet tüketicileri özellikle doktor, avukat gibi hizmet uzmanlarına sahip olmayı bir saygınlık unsuru olarak algılamakta ve değdirmektedirler. Bu durum, bu gibi hizmetlerde pazarlama çabalarının uygulanmasını engellemektedir.

## 5. Pazarlamaya karşı isteksizlik

Halâ, çoğu mesleki hizmet sahipleri pazarlamaya karşı bir isteksizlik uymaktadırlar. Dolayısıyla pazarlama çabalarını uygulamayı pek sevmezler. Örneğin doktorlar kendi mesleki alanlarında reklama başvurmak istemezler. Çünkü, reklamın doktorlar arasındaki dayanışmayı ve işbirliğini ortadan kaldırarak rekabeti arttıracacağı ve bu hizmet alanında mesleki bilgi ve becerileri zayıflatacağı görüşü ileri sürülmektedir. Böylece doktorluk mesleğinde itibarın yok olacağı iddia edilir. Diğer bir neden de doktorluk mesleğinde kazancın azaltılacağıdır.

Hizmet pazarlamasında karşılaşılan sorunlar hizmetlerin özellikleriyle çok yakın ilişkisi bulunmaktadır. Hizmetlerin sahip olduğu özelliklerin bilinmesi hizmet pazarlamasında karşılaşılan sorunların anlaşılması açısından da çok önemlidir. Diğer yandan hizmetlerin pazarlanmasında hizmet pazarının (hizmet tüketicilerinin) özellikleri de rol oynar. (Rosemberg 1977: 312). Bu bakımdan hizmetlerin genel özelliklerinin açıklanması, hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunların belirlenmesinde yararlı olabilir. Hizmet özelliklerini genel olarak dört başlık altında toplayabiliriz.

### 1. Dokunulmazlık özelliği

Hizmetlerin fiziksel varlıkları yoktur. Hizmet satışa sunulan çabalar, eylemler ve yararlar olduğundan elle tutulamazlar. Dolayısıyla çoğu hizmetlere fiziksel olarak sahip olmak olanaksızdır.

### 2. Dayanıksızlık özelliği

Hizmetler çoğunlukla saklanabilir değildir. Kullanılmayan hizmet kapasitesi depo edilemez veya kılığı çekilen dönemler için saklanamaz.

### 3. Ayrılabilirlik özelliği

Hizmetler üretildikleri anda tüketilmeyi gerektirir. Bu açıdan çoğu hizmetler üreticisinden ayrılamaz.

**Hizmetleri ürünlerden ayıran özellikler nedeniyle tüm pazarlama işlevleri hizmetlerin pazarlanmasında görülmez. Örneğin, çoğu hizmetlerin pazarlanmasında taşıma, depolama, standartlaştırma, paketleme işlevleri yer almaz.**

## 4. Nitelikte değişme özelliği

Hizmetlerin niteliğinde zaman içinde değişmeler olabilir. Dolayısıyla, bazı hizmetlerin standartlaştırılması çok güçtür. Bu güçlük hizmetteki emeğin yoğunluğundan ve hizmet gereksinimlerinin tanınmasında hizmetten yararlanmanın ilgisinden kaynaklanır.

Tüketici doyumsuzluğunun özel nedenleri arasında işletme türleri de yer alır. Diğer bir deyişle, bazı işletme türleri diğerlerine göre daha çok tüketici yakınmalarına neden olmaktadır. 86 farklı işletme türleri arasında 15 işletme türünde tüketici yakınmalarının en yüksek (% 57) olduğu saptanmıştır.

Hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunların belirlenmesi ve açıklanması açısından uygun bir yaklaşım olarak pazarlama karmasının karar değişkenleri kullanılmış ve her bir karar değişkeni ile ilgili sorunlar kısaca açıklanmaya ve çözüm yolları verilmeye çalışılmıştır.

## A. Hizmet pazarının özellikleri ile ilgili sorunlar

### 1. Hizmet istemini hizmet sunumuna uydurmama sorunu

Çoğu hizmetlerin kısıtlı çekilen dönemlerde satılmak üzere depolanamazlığından dolayı istemi sunuya uyduramama sorunu ortaya çıkar. Örneğin, bir tiyatro salonunda 500 koltuk bulunduğunu varsayalım. Cumartesi günü matinesi için istem ne kadar fazla olursa olsun ancak 500 müşteriye bilet satılabilir. Perşembe günü matinasında boş kalan 400 koltuk cumartesi matinasına olan yüksek istem için kapasiteyi arttırmak için kullanılamaz. Talebi arza uydurmak için birçok yöntem geliştirilmiş bulunmaktadır. Bu yöntemler şunlardır (Evans ve Derman 1982: 618).

#### a) Talebin zamanlamasını dengeleme yöntemleri

— Ölü dönemlerde çekici hizmetler sunmak,

- Talebi yaymak için rezervasyon sistemlerinden yararlanmak,
- Fiyat farklılaştırması uygulamak,
- Canlı dönemlerde yarı zamanlı çalışan işgören kullanmak,
- İşgörenlere farklı beceriler ve yetenekler kazandırmak,
- Hizmetlerin tamamlanmasında tüketici katılımını sağlamak,
- Diğer hizmet üreticileri ile kapasitenin paylaşılması.

## 2. Hizmetlerin yığın üretime elverişli olmaması sorunu

Çoğu hizmetlerde yığın üretim olanaksızdır. Örneğin bir berber iki kişinin saç traşını aynı anda yapamaz. Ayrıca çoğu hizmetlerde yüksek düzeyde bilgi, beceri yeteneği gerektirdiğinden uzman eleman sıkıntısı bir önemli sorun halindedir. Yığın üretimde bu elemanları toplu olarak bulmak güçtür.

## B. Hizmetin kendisi ile ilgili sorunlar

### a) Hizmet karması unsurlarının görünmezliği sorunu

Bazı hizmetlerde hizmet karmasının sadece küçük bir bölümü tüketici tarafından görülebilir. Örneğin işyerinde bir onarım normal olarak tüketiciler tarafından görünmez. Bir televizyon onarıcısı bozulan bir televizyon üzerinde üç saatlik bir çalışma yaptığını ve fiyatı 600 bin lira olan iki parça taktığını ileri sürerek tüketiciye bir milyon liralık fatura kesebilir. Gerçekten de hizmet karmasının unsurlarının görünmezliği veya hizmet karmasının küçük bir bölümünün görünürlüğü çoğu tüketicilere kandırılma kuşkusuna yol açar.

### b) Hizmetlerde zararın karşılanmasının olanaksız olması sorunu

Çoğu hizmetlerde zararın karşılanması olanaksızdır. Örneğin sakal traşı olan bir kimsenin yüzünün berber tarafından kesilmesi, veya saç traşının iyi yapılmaması ve saçın bozulması, yokantada ödediği fiyat karşılığında iyi bir yemek yiyemeyen bir kimsenin durumu gibi.

**Hizmetlerin pazarlanması ülkeden ülkeye farklılıklar gösterdiğinden her ülkede hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlar da birbirine benzemez. Bu ayrım, özellikle gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasında ayrım yapılması halinde daha belirginleşmektedir**



### 3. Bazı hizmetlerin yan hizmetler gerektirmesi sorunu

Turistik bir otel, müşterilerine odaları pazarlarken iyi bir rezervasyon sistemi-ne, çeşitli eğlence-dinlenme tesislerine, lokanta ve bara ve ulaşım terminallerine yakınlık gibi yan hizmetlerden yararlanmak zorundadır. Bu yan hizmetler otel işletmesinin yatırım gereksinimini çoğaltabilir.

### 4. Hizmetlere yüksek maliyet ve az güvenilirlik sorunu

Hizmet işletmeleri bu sorunun üstesinden gelebilmek için katı, yumuşak ve karışık teknolojileri kullanarak hizmetlerin sanayileştirilmesi yoluna gitmeye çalışmaktadırlar. Bu yolla önemli ilerlemeler sağlanmaktadır.

Hizmete güvensizlik sorunu ise, yüksek düzeyde standartlar geliştirme, tutundurma çabalarına yönelme ve başarı (performans) düzeylerini yükseltme yoluyla önlenmeye çalışılmaktadır. Ancak bu önlemler yüksek maliyetlere yol açtığından çoğu küçük hizmet işletmeleri bu yöntemleri pek kullanmazlar.

### 4. Hizmetlerin bölünmezliği sorunu

Uçak koltukları tam olarak satılmasa bile uçaklar sefer saatinde kalkmak zorundadır. Bir otel işletmesi veya lokanta işletmesi, bir berber hizmetin verilmediği zamanlarda bile işgöreni çalıştırmak ve açık olmak zorundadır (Wilson 1972 :163). Hizmetlerin bölünmezliği aynı zamanda hizmetin parça parça sunulması anlamına da gelmektedir.

### C. Dağıtım ile ilgili sorunlar

#### 1. Hizmet satıcısı-hizmet satın alıcısı etkileşimi sorunu

Hizmetler üretildiği anda tüketilmek zorundadır.

Hizmetlerin pazarlanmasında doğrudan dağıtım söz konusudur. Dolayısı ile hizmet üreticisi ile hizmet tüketicisi arasında karşılıklı bir temas gerekmektedir. Bu temas kişilerarası yetenek ve beceri-

yi önemli yapmaktadır. Böylece hizmet satıcısının veya hizmet işgöreninin görünümü ve davranış biçimi hizmet üreticisinin üzerinde büyük bir etki yapar.

Ayrıca hizmetlerin dayanıksızlığı ve depolanamazlık özelliği de doğrudan dağıtım kanallarının kullanılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu durum çoğu hizmetler için çok yüksek düzeyde yerleştirilmiş pazarlar yaratır (Buzzell ve diğeri 1972: 217).

Hizmeti tüketmek isteyenler hizmetin üretildiği yere gitmek zorundadır. Dolayısıyla hizmet işletmelerinde tüketiciler işletmeye çekilmeye çalışılır.

### D. Hizmet fiyatlaması ile ilgili sorunlar

#### 1. Hizmetin değerini belirleyememe ve tam olarak fiyatı koyamama sorunu

Hizmetlerin görünmezlik özelliği, hizmetin değerini belirlemede güçlük yaratır. Dolayısıyla hizmetlerde fiyat düzeyleri ve fiyat uygulamaları büyük ölçüde değişiklik gösterir.

#### 2. Hizmet fiyatları üzerinde kamu kurumlarının etkisi sorunu

Hizmetlerin fiyatlandırılmasında kamu kurumlarının ve ayrıca halkın büyük etkisi olmaktadır. Hizmetlerin fiyatlandırılmasında çoğu kez kamu kurumları müdahale eder ve denetler.

#### 3. Pazar araştırması yapmadan fiyatlandırma sorunu

Fiyat kararları iyi bir pazar araştırması bilgisine dayanmaksızın verilmelidir. Fiyatlar hedef pazarlara göre ayarlanmaktadır. Özellikle hizmetlerin fiyatlandırılmasında hizmet üreticileri hizmet pazarının özelliklerini göz önüne alarak bir fiyat belirleme yerine daha çok hizmet üreticileri birbirine bakarak fiyatı belirleme eğilimindedirler.

#### 4. Maliyet muhasebesinin ihmal edilmesi sorunu

Çoğu hizmet işletmesi sundukları hizmetin maliyetini tüketicilerin bilmesini

**Hizmetlerin görünmezlik özelliği, hizmetin değerini belirlemede güçlük yaratır. Dolayısıyla hizmetlerde fiyat düzeyleri ve fiyat uygulamaları büyük ölçüde değişiklik gösterir**

**Hizmetlerin görünmezlik özelliği, hizmetlerin pazarlanmasında tutundurma çabalarının kullanılmasını güçleştirir. Ürün tutundurması, ürünün görünen özellikleri ve tüketicilerin satış öncesi denemesine ve incelemesine dayanmaktadır.**

istememezler. Bu işletmeler sürekli bir eylemi garanti etmek için faaliyetlerinin toplam karşılığına bağlanarak fiyatlarını maliyetlere göre de ayarlamazlar.

## **E. Hizmet tutundurması ile ilgili sorunlar**

Hizmetlerin görünmezlik özelliği, hizmetlerin pazarlanmasında tutundurma çabalarının kullanılmasını güçleştirir. Ürün tutundurması, ürünün görünen özellikleri ve tüketicilerin satış öncesi denemesine ve incelemesine dayanmaktadır. Halbuki hizmetlerin tutundurması ancak satış yapıldıktan sonra hizmetlerin ölçülebilir başarımlarına özelliklerine dayandırılmak zorundadır. Bir hizmeti tutundurabilmek için genelde üç yol vardır( Evans ve Berman: 1982 620-621).

- Hizmetin görünebilir bir şekilde sunulmasını geliştirme,
- Görünmez bir hizmeti tüketicinin daha kolay algılayabileceği bir görünür nesne ile ilişkilendirme,
- Hizmetin tüketicisi ile hizmetin üreticisi arasındaki ilişki üzerinde yoğunlaşma ve görünmezlikten kaçınma.

Pazarlama karmasının karar değişkenlerinden birisi olan tutundurma kişisel satış, reklam, satış geliştirme ve duyurum (publicity) olmak üzere dört unsurdan oluşturulmaktadır. Bu unsurlar açısından hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlar özet olarak aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

### **1. Hizmetlerin pazarlanmasında kişisel satış ile ilgili sorunlar**

Kişisel satış, genellikle en pahalı bir tutundurma aracı olması ve emek-yoğun olması, hizmetlerin tutundurulmasında uygulanmasını çok maliyetli yapar. Kişisel satışla ilgili olarak ortaya çıkan sorunların azaltılmasını ve kişisel satışın pazarlama karmasının diğer unsurlarından fazla kullanılması için şu koşulların var olması gerekir:

- Hizmetin bazı durumlarda yoğunlaştırılabilmesi veya sınıflandırılabilmesi halinde,
- Hizmetin kişisel gereksinimlere uyması halinde,
- Güvenin elde edilmesinde ve yüzyüze ilişkinin kurulmasında satıcının veya hizmet üreticisinin gerekli olması halinde.

### **2. Hizmet reklamı ile ilgili sorunlar**

Hizmetlerin reklamında karşılaşılan sorun, hizmetin elle tutulup gözle görülmeyen bir yarar ve değer olmasından kaynaklanır.

### **3. Hizmet duyurumu ile ilgili sorunlar**

Duyurum, bir kimsenin başkasına ait bir şey hakkında bir başkasına haber ve bilgi sağlamasıdır. Duyurum yoluyla haber ve bilgiler başkalarına kolayca aktarılabilir. Ancak tüm haber ve bilgiler duyurumdan kaynaklanmaz.

### **4. Hizmet satış geliştirilmesi ile ilgili sorunlar**

Satış geliştirilmenin özelliği, bu tekniğin kişisel satış, reklam veya duyurumla eşgüdümlü bir şekilde uygulanmasını gerektirir. Bu eşgüdüm işi hizmet işletmelerinde bir sorun olarak ortaya çıkar. □

## **Kaynakça**

- AKDOĞAN, Şükrü, **Hizmet Pazarlaması Ders Notları**, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 1983.
- BUZZEL, R.D. ve Diğerleri, **Marketing; A Contemporary Analysis**, (2th Edition) McGraw-Hill Book Co., New York, 1972.
- ENGEL J.F. ve Diğerleri, **Consumer Behavior**, (3th Edition), The Dryen Press, Illinois, 1970.
- EVANS J.R. ve B. BARRY, **Marketing**, McMillan Pub. Co., Inc., New York, 1982.
- ROSEMBERG, L.J., **Marketing**, Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs, New Jersey, 1978.
- SHIFFMAN, Leon G., **Consumer Behavior**, Prentice-Hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey, 1978.
- WILSON, A., **The Marketing of Professional Services**, McGraw-Hill Book Co., (UK) Limited, London, 1972

ÜRETİM KAYNAKLARININ ETKİN KULLANIMI İLE ÇEVRE KORUNABİLİR...

# Verimlilik ve çevre

**PROF. DR SERAP KARA  
Dr.TUNCA Y DÖĞEROĞLU**

**Ç**ağımızda açıklanması ve çözümlü güç görünen pek çok karmaşık olayın kaynağında ekonomik sorunlar yatmaktadır. Ekonomik kalkınma çabası, az gelişmiş ülkelerde yoksulluktan kurtulma, gelişmiş ülkelerde ise güçlerini koruyarak geleceklerini güvence altına alma yönünde büyük önem kazanmıştır.

Ekonomik sorunları çözümleyecek anahtar kavramlardan biri ve en önemlisi, "verimlilik"tir. En genel şekliyle, üretim sürecine sokulan çeşitli faktörler (girdiler) ile, bu sürecin sonunda elde edilen ürünler (çıkıtlar) arasındaki ilişkiyi ifade eden savurganlıktan uzak, kaynakları en iyi biçimde değerlendirerek üretmek olarak tanımlanan verimlilik, insanlara içinde yaşadığı doğayı ve toplumu kontrol etme ve bu kontrolü genişletme gücü vermektedir.

Gelişmiş ülkeler, bugünkü durumlarını sürekli kılmak ve geleceklerini garantiye almak amacıyla verimlilik artışı sağlamaya çalışırken, gelişmekte olan ülkeler için verimliliğin artırılması, önemli bir sorun olarak görülen sermaye, nitelikli işgücü, teknik bilgi gibi kaynakların yetersizliğinin, etkin kaynak kullanımıyla çözüme ulaştırılması, hızla artan nüfusa yeni iş imkânları sağlaması, yaşam düzeyinin yükseltilmesi, geleneksel düşük talep/düşük üretim çemberinin yıkılmasının sağlanması açısından önem taşımaktadır.

Verimliliği arttıran faktörler arasında;

- Üretimi kolaylaştırıcı, maliyeti düşürücü, üretim akışını hızlandırıcı ve kaynakları en aza indirici üretim teknikleri-

nin geliştirilmesi ve bu yolla az kaynak tüketimiyle, en az kayıpla üretimin gerçekleştirilmesi,

- Amaçların ve bu amaçlara hizmet edecek araçların tespiti, yerleşim düzeyinin seçimi, üretim, aktif ve pasif varlıkların yönetimi, taşımacılık ve diğer konularda etkin ve doğru planlama,

- Kapasitenin % 100'e yakın oranda kullanımı,

- Verimlilikle çok yakından ilişkili olan kalitenin artırılması; üretime girdi olarak sokulan her türlü ham/ara madde ve enerjinin kalitesinin kontrolüyle sonuçta ürün kalitesi, çevre kalitesi gibi konularda her türlü yasal standartın sağlanması ve,

- Üretime katkıda bulunan insan gücünün kalitesi; üretimin, iyi eğitilmiş, yeterli beslenen, iş kazaları ve meslek hastalıklarından gereği gibi korunan, sağlıklı, huzurlu ve temiz bir ortamda çalışan insanlarla gerçekleştirilmesi, sayılabilir.

Toplumların daha yüksek refah seviyesine ulaşmasında verimlilik artışının çok önemli rolü vardır. Verimlilik artışı sayesinde;

- İşçiler daha iyi çalışma koşullarında ve daha kısa çalışma süresinde, daha çok ücret almakta,

- İşveren, yeni yatırım imkânları yaratarak kaynak sağlamakta,

- Üretici, daha düşük maliyetle daha yüksek kazanç elde etmekte,

- Tüketici, daha ucuz ve bol mal bulma imkânına kavuşmakta,

## ABSTRACT

### PRODUCTIVITY AND ENVIRONMENT

This main line of reasoning of the author stresses the fact that it is critical to utilize new technology in order to achieve the desired level of productivity. As a result, the authors make some recommendations with regard to efficient and effective use of resources.

(Professor Serap Kara - Dr. Tuncay Döğeroğlu, Anadolu University, Environmental Studies, Yunus Emre Kampüsü, Eskişehir, Turkey.

Yazarlar, Anadolu Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Çevre Mühendisliği Bölümünde öğretim üyesidirler.

• Ülke, sağlıklı bir ekonomik büyüme ile hızla kalkınmakta ve,

• Kaynaklar israf edilmeden kullanıldığından, madde/enerji kaybı en aza indirilmekte olup, bu tasarrufun sonucunda çevre kalitesinin korunması da sağlanmaktadır.

Bazı uluslararası kuruluşlarca, verimlilik kavramının ekonomik yönünün yanı sıra toplumsal yönünü de dikkate alan tanımlar yapılmıştır. Japon Produktivite Merkezi (JPC)'nin bu konudaki yaklaşımı; verimliliğin, ulusal bir tercih olduğu, verimliliğin toplumca artırılmasının uzun vadede toplumu refaha, böyle bir çabaya girişmemesinin ise o toplumu yoksulluğa götüreceği şeklindedir.

Son yıllarda ülkemizde de üzerinde önemle durulması gereken ve dikkati çeken verimlilik ve kârlılık kavramları 24 Ocak 1980'de uygulanmaya başlanan ekonomik istikrar önlemlerinde, üzerinde önemle durulan hususlar olmuştur.

Çevre korumada verimliliğin ön planda tutulması ve halihazırda kurulu tesislerde verimliliği arttırmak üzere;

• Avusturya'dakine benzer OCO-PROFIT kavramının uygulanması ve yaygınlaştırılmasının; işyerindeki dağınıklığı önleyerek (housekeeping) ve ortamı tertipli tutarak yıllık tasarruflarla artış sağlandığının,

• ÇED şirketlerine benzer özel şirketler aracılığı ile gerçekleştirilen ve ISO-9000 uygulamalarında yapılan "auditing" işlemi ile bilançolarda düşüş tesbit edilebileceğinin; böylece daha az su ve enerji kullanılarak ve yalıtımla tasarruf sağlanarak verimliliğin artırılacağına,

• ÇEVKO faaliyetinde olduğu gibi, ortak nitelikli atıkların değişik kaynaklardan ayrılarak toplanması suretiyle değerlendirilmesi işlemlerinin yaygınlaştırılmasının, verimlilik ve maliyet açısından

dan yarar sağlayacağına topluma ve sanayiye kanıtlanması gerekir.

Verimliliğin tanımı, verimliliği arttıran faktörler, verimlilik artışıyla sağlanan olumlu gelişmeler, ana hatlarıyla ve genel olarak anlaşıldıktan sonra verimliliği arttıran faktörlere biraz daha bilimsel açıdan yaklaşılması gerekmektedir. Bu yaklaşımı sağlıklı ve verimli yapabilmek ise, üretim süreçlerini (örneğin herhangi bir tesisi) bireysel olarak ele almak ve ayrıntılı incelemeye tabi tutmak mümkün olabilir.

Seramik için böyle bir örnek durum değerlendirmesi yapıldığında; emek-yoğun bir tesis grubunu (duvar/yer karosu, sağlık gereçleri, tuğla/kiçirmit gibi) içine alan bu endüstri kolunun, hızla değişim gösteren bir teknolojik gelişim ve ilerleme içinde olduğu dikkati çekmektedir. Bu tesislerin ayakta kalabilmesi için söz konusu hızlı değişime ayak uydurmalarının gerekliliği kaçınılmazdır.

Seramik tesisi için yapılacak irdelemede, kullanılan hammaddeler ve ürünlerle, işlem türleri açısından ibir ilişki kurularak diğer tesisler için de fikir verilir. Örneğin kalıplama yoluyla şekillendirilmenin yapıldığı bir seramik endüstrisi (sağlık gereçleri üretimi gibi), özellikleri itibarıyla unlu mamüller üreten bir tesise oldukça benzemektedir.

Her ki tesis grubu da sürekli yükselen hammadde ve enerji fiyatlarını telafi etmek üzere proses metodlarını geliştirmek zorundadır. Enerji ve emek - yoğun olan bu iki tesis, eski teknolojilerin kullanılması durumunda emek-yoğun tesisler olarak da değerlendirirler.

Hamur veya çamura katılacak ham ve yardımcı malzemelerin miktarlarının otomatik kontrolla ayarlanması, vizkozite, akıcılık, donma özelliği gibi parametrelerin sürekli testi, karıştırma, depolama ve nakil işlemlerinin otomatik kontrol kullanımıyla gerçekleştirilmesi

**Madde/enerji/insan gücü tasarrufunu ön planda tutan ve kaynakların etkin kullanımını öngören teknolojilerin yaygın şekilde hayata geçirilmesi, yalnızca verimliliğin artırılmasında değil, aynı zamanda çevre kalitesinin korunmasına hizmet eden bir faktör olması nedeniyle de önem arzeden bir husustur.**

ve şekillendirme, yüzey işlemleri ve pişirim sürecinin her aşamasının kontrollü olmas.

- İşgücünden, zamandan ve maliyetten tasarruf sağlanmasına,
- En az sarfiyatla kaliteli ürün alınmasına,
- Verimliliğin artmasına,
- Malzeme ve enerjinin en az kayıpla kullanılmasına ve sonuçta
- Çevre sağlığının korunmasına hizmet etmektedir.

Tesislerdeki çalışan sayısının artırılması, üretim kapasitenin artırılabilmesi için gerekli ve yeterli şart değildir. Bu artışın sağlanması, gerekli alet, cihaz ve ekipman (tesis, üretim hattı v.b.) kapasitelerinin geliştirilmesine ve robot sistemlerinin kullanılmasına bağlıdır. Örneğin klasik bir döküm metodunda çamurun kalıp içinde kuruması için geçen yaklaşık 8-10 saat'lik süre, orta ve yüksek basınçlı hızlı döküm yapılabilmesine imkân veren seramik kalıplarının kullanımıyla 1 saatte, 40-45 saat süren klasik pişirim süreci, hızlı pişirim fırınları kullanılarak 45 dakikaya düşürülerek üretim hızı ve kapasitesini artırmak mümkün olabilmektedir. Ayrıca zamandan/enerjiden tasarruf edilmesini de sağlayacak hızlı mikrodalga fırınları kullanıma girmesiyle, gelecekteki üretim hızında/kapasitesinde ve verimlilikte olumlu yönde gelişmelerin olacağı muhakkaktır.

Yukarıda verilen örnekleri çoğaltmak ve tüm tesisleri içine alacak şekilde genelleştirmeler yapmak mümkündür. Verimlilik ölçümlerinde temel girdiler olan işçilik, sermaye, hammadde, malzeme, yakıt ve enerjinin minimum miktarda tüketimiyle istenen üretimin yapılması, üretim sırasında açığa çıkma ihtimali bulunan katı, sıvı ve gaz şeklindeki atık ve artıkların da minimuma indirilmesini sağlanacaktır. Görüldüğü gibi madde/enerji/insan gücü tasarrufunu ön planda tu-

tan ve kaynakların etkin kullanımını ön-gören teknolojilerin yaygın şekilde hayata geçirilmesi, yalnızca verimliliğin artırılmasında değil, aynı zamanda çevre kalitesinin korunmasına hizmet eden bir faktör olması nedeniyle de önem arzeden bir husustur. □

## Kaynakça

DÖĞEROĞLU, T., Seramik ve Cam Tesislerinde Hava Kirliliğini Kontrol Amacıyla Durum Tesbiti, İlgili Teknoloji Adaptasyonu ve Önlem Alternatifleri, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir, 1993.

FOURNIER, D., Continuing Role of Ceramics in Furnace Operation, *Interceram*, No. 1, p.52.

KARA, S., E. YILDIRIM, M. TURCEL, Ü. TAMER, A. ÖZDEMİR, S. KAYTAKOĞLU, B. ERGUN, T. DÖĞEROĞLU, F. VAR, N. UYGAN, Ü. TE CAN, M. LÜLE, Çevre Sağlığı (Ed. N. Varcan), Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir (Basımda).

KARACA, E., Verimlilik ve Karlılık, *Milliyet Gazetesi*, 12 Kasım 1991. s. 1

MPM, Milli Produktivite Merkezi, Ankara, 1989 (a), 18 s.

MPM, Milli Produktivite Merkezi Danışmanlık Hizmetleri, Ankara, 16 s.

STAVROLAKKIS, J., Views From Management on Remaining Comperative in the Ceramic Industry, *Interceram*, Vol. 32, pp. 44-46.

Seramik tesisi	Unlu Mamul üretim tesisi
Kalıp ustalar	Ekmek/Pasta yapan ustalar
Bağlayıcı malzemeler	Hamur katkı maddeleri kil
Un	Kil
Çakmak taşı	Şeker
Feldpar	Yumurta
Diğer katkı maddeleri ve su	Süt ürünleri ve diğer katkılar
Sırlar	Mamul üzerine sürülen soslar
Seramik fırınlar	Ekmek fırınları

**Verimlilik ölçümlerinde temel girdiler olan işçilik, sermaye, hammadde, malzeme, yakıt ve enerjiden minimum miktarda tüketiminin istenen üretimin yapılması, üretim sırasında açığa çıkma ihtimali bulunan katı, sıvı ve gaz şeklindeki atık ve artıkların da minimuma indirilmesini sağlayacaktır**

# Destinasyonun yaşam süresi ile taşıma kapasitesi arasındaki ilişki

DR.MUZAFFER UYSAL  
ŞEHMUS BALOĞLU

**T**urizm destinasyonlarının (çekim bölgesi) belli bir yaşam süresine sahip oldukları turizm literatüründe geniş ölçüde kabul edilmeye başlanmıştır. Turizm faaliyetlerinin ilk gelişim aşamalarında nisbeten destinasyonların yaşam süresi fikrine daha az karşı çıkılmaktadır. Bölgede yaşayan insanlara ekonomik kazanç sağladığından ve gelen turist sayısı az olduğundan, bu safhalarda turizmin negatif etkileri görülmemektedir. Yaşam süresi ilerledikçe, buna bağlı olarak ziyaretçilerin sayısı ve turizmin negatif etkileri görülmektedir. İdeal olanı, ziyaretçilerin sayısı, bölge insanların turizmin sağladığı yararların ve çok büyük miktardaki turist ağırlamanın yükünü ve onlarla birlikte oluşan olumsuz etkilerini artık karşılamadığının farkına varmalarından önce kısıtlanmasıdır. Böylece, turizm destinasyonlarının karşı karşıya kaldıkları merkezi soru, "ne kadar ziyaretçi yeterli?" olmaktadır ve bu da tamamen turizm destinasyonlarının taşıma kapasitesine bağlıdır.

Doxey <sup>(1)</sup>, bölge insanların gelişmekte olan turist sayısına karşı olan reaksiyonunu gösteren rahatsızlık indeksini (irritation index) deneysel olarak ortaya koymuştur. Ona göre bölge insanı rahatlık (euphoria) hissizlik (apathy), rahatsızlık (irritation) ve düşmanlık (antagonism) derecelerinden değerlendirilmesi bölgenin yaşam süresinin ve bölge halkının rahatsızlık düzeyinin kontrolüne merkez teşkil eder. Destinasyonun

yaşam süresi ve taşıma kapasitesi kavramları dinamik tarzda birbirleriyle ilişkilidir. Şayet taşıma kapasitesi konusu gözardı edilirse, kontrolsüz gelişmiş hedef bölgenin büyük olasılıkla ters etki yapması kaçınılmazdır. Bu makalenin amaçları şöyle sıralanabilir;<sup>(1)</sup> destinasyonların yaşam süresi kavramını gözden geçirmek;<sup>(2)</sup> destinasyonların taşıma kapasitesi kavramını gözden geçirmek;<sup>(3)</sup> ve bu iki kavramın nasıl birleştiğine ve bunların turizmin ters etkilerini azaltmak için nasıl kullanılacaklarına ilişkin öneride bulunmak.

## Destinasyon yaşam süresi kavramı

Turizm destinasyonların gelişimini gösteren çeşitli çalışmalar yapılmıştır<sup>(2)</sup>. Bunlardan Cohen, Plog ve Smith, çalışmalarını ziyaretçilerin kaliteyle ilgili özelliklerini; kişilik tipi, seyahat nedeni, seyahat stili veya beklenen yararları konuları üzerinde yoğunlaştırmışlardır. Buna karşın, Cristaller'in rapor ettiği ve sonradan Butler tarafından incelenen son çalışması, ziyaretçilerin miktarındaki değişiklikleri ve ev sahipliği yapan hedef bölgenin bu sayısal değişikliklere verdiği yanıtları yansıtır. Bu yanıtlar üstyapı ve ayrıca turistleri bölgeye çeken doğal ve kültürel değerlerin gelişmesi ve değerlerinin düşmesini içerir. Bir iki çalışmaya bakıldığında, hedef bölgenin değişik derecelerden geçerken değişik turist tiplerini cezbetmesi yaşam süresi kavramının tamamlayıcı bir parçası olmaktadır.

## ABSTRACT

### THE SYNERGY BETWEEN A DESTINATION'S LIFE CYCLE AND ITS CARRYING CAPACITY

The concept of a tourism life cycle for destination is widely accepted. There is likely to be relatively little opposition to tourism in the initial stages of development. As the life cycle progresses however, visitation increases and concerns over adverse impacts grow. This paper reviews the destination life cycle concept, the destination carrying capacity concept, and suggests means for integrating the two concepts so that they can be used to minimize adverse impacts from tourism.

Prof. Dr. Muzaffer Uysal, Virginia Polytechnic Institute and State University'de profesördür. Şehmus Baloğlu, aynı üniversitede doktora öğrencisidir.

Geniş ölçüde kabul edilen bu çalışma Butlere aittir ve temel şeklini deneysel olarak doğrulayan birçok alan çalışmaları rapor edilmiştir<sup>(3)</sup>. Bu çalışma, destinasyonların yaşam süresini altı dereceye ayırmakta ve yaşam süresinin her aşamasında sahip olduğu özellikleri nicelik olarak açıklamaktadır. Sözü edilen bu aşamalar şöyle sıralanabilir: Keşfetme (exploration), katılım (involvement), gelişme (development), mahafaza (consolidation), doyum ve durgunluk (saturation or stagnation) ve düşüş (decline).

Butler, keşif aşamasını bölgeyi ziyaret eden küçük miktardaki bir turist grubu ile karakterize ederek tarif eder. Prog, bu insanların genellikle maceracı, kendinden emin, meraklı, gayretli ve sürprizleri seven çevre merkezli (allocentric) tipe benzemesi gerektiğini önermektedir. Smith, bu grubu keşifçi, yüksek kalitede, ve nadir bulunan turistler olarak önerirken, Cohen de onları araştırmacılar (explorers) ya da başıboş turistler (drifters) olarak sınıflandırmaktadır. Bu aşama sırasında gelen turistlere hitap eden yerli halkla olan ilişkilerin düzeyi yüksek olmaya eğilim gösterirken, turistlerin hedef bölgeye olan fiziksel ve sosyal etkileri en alt düzeyde bulunmaktadır.

Katılım sırasında ise, destinasyon artan ziyaretçi miktarına karşı ek yapılar sağlayarak cevap verir. Turizm sezonu belirginleşmeye başlar, fakat ziyaretçiler ve yerliler arasındaki ilişki yüksek düzeyde kalır ve ziyaretçilerin özellikleri değişmez. Doxey'e göre evsahibi toplum, "rahatsızlık" düzeyinde iken turizmin oluşturduğu ekonomik potansiyelin farkındadır. Direkt ekonomik yararlarına ek olarak, ziyaretçilerin bölgeye gelmesi onların katılımı olmaksızın mali açıdan yapılabirliği olmayan ve yerli halkın da kullanabileceği sağlık, eğlence ve kültürel alanlardaki konfor yatırımlarının genişletilmesine öncülük edebilir.

Üçüncü aşama olan gelişme safhası, turizmin bir anda hızla gelişerek yörede

yaşayan insan sayısı, turistin hedef bölgeye akın etmesi şeklinde ortaya çıkar. Destinasyon popüler olduktan sonra ziyaretçilerin özellikleri değişmeye ve Smith'in kitlemsi (inceipient mass), Cohen'in "institutionalized tourist" ya da Plog'un orta merkezli "midcentrics" tanımlamalarına benzemeye başlar. Bu insanlar ne macera ararlar ne de seyahatten korkarlar. Bu aşamada yeni tesislerin büyük çoğunluğu yabancılar tarafından oluşturulduca, yerli halkın katılımı ve gelişmenin denetimi azalır. Destinasyonun fiziksel görüntüsünde değişiklik oluşur ve bu değişimler bölge halkı tarafından olumlu karşılanmaz. Ev sahipleri ve turistler arasındaki ilişki daha resmi bir hale dönüşür. Yerli halk turistleri kabul ederken, onları kâr etmenin hedefi olarak görmeye başlar.

Muhafaza aşamasında, gelen turistlerin toplam sayısının halen artıyor olmasına rağmen, bu sayıdaki artma oranı düşer. Tipik olarak, gelen turistler ruhsal merkezli (psychocentric) özellikler gösteren kitle veya charter turisti niteliğindedir<sup>(5)</sup>. Bu tür turistler risk almaktan kaçındıklarından dolayı alışık oldukları hedef bölgelere gitmeyi tercih ederler. Bu sırada hedef bölgenin ekonomisinin büyük bölümü turizme dayanmıştır ve esas pazarlama çalışmaları turizm sezonunun uzatılması çalışmalarına yönelmiştir ve değişik hedef pazarların yöreye çekilmesine hizmet eden büyük zincirler bölgede yatırım yapmışlardır. Bölge halkının büyük bir bölümü, ki bunlar büyük olasılıkla turizm endüstrisi ile ilişkisi olmayan insanlardır, Doxey'in tarif ettiği rahatsızlık düzeyine ulaştıklarında, gelen turist sayısına ve bölgedeki turizm işletmelerine tepki göstermeye başlarlar.

Bölge hitap edebileceği en yüksek rakamına, doyum veya durgunluk aşamasında ulaşır. Destinasyon, iyi kurulmuş bir imaj olmasına rağmen artık popüler değildir. Kapasite düzeyleri, yöre halkı

**Butler, destinasyonların yaşam süresini altı dereceye ayırmakta ve yaşam süresini her aşamasında sahip olduğu özellikleri nicelik olarak açıklamıştır.**

nın ters etkileri fark etmesinin artması ve rahatsızlık indeksindeki düşmanlık düzeyine erişilmesi ile birlikte sınıra varmış veya geçmiş olmaktadır. Bölge halkı, turistleri sahip oldukları pek çok sorunun kaynağı olarak görüp, turisti istismar eder ve düşmanlık göstermeye başlar.

En son olan düşüş aşamasında bazı ziyaretçilerin destir asyonu halâ ziyaret etmesine rağmen, ziyaretçi sayısı durgunluk aşamasındayken çok daha az miktardadır. Örneğin, eğer hedef bölge kalabalık şehir merkezlerine yakın ise uzun tatillerden daha çok hafta sonu tatilleri ya da günlük geziler için cazip hale gelebilir. Otellerin apartman kompleksi, emeklilik evleri ya da sağlık evlerine dönüştürülmesiyle turizm tesislerinin diğer kullanım alanları ortaya çıkar. Bölge halkının, kendi çevrelerinin değiştirilmesine kendilerinin izin verdiğini anlamaları ve şimdi de kendi çevrelerinin bir daha asla aynı olmayacağı gerçeğini öğrenerek, bu ortamda yaşamaları gerektiğini anlamalarıyla turizm rahatsızlığı en son düzeyine erişir. Bu aşamada bölgeye gelen turistler daha önceki yıllarda kabul edilenlerle karşılaştırıldığı zaman, bu turistlerin çok değişik ve genellikle daha az arzu edilen türde olduğu ortaya çıkar. Nadir durumlarda, destinasyon turizm fonksiyonunu tamamen kaybedebilir. Düşüş aşamasındaki diğer bir alternatif bölgeyi yeniden canlandırır. Bu durumda, destinasyon ya daha önce turizme entegre etmediği bozulmamış doğal kaynaklarını kullanır ya da turistleri değişik türde cezbedecek yeni alanlara yatırım yapmaya başlar.

### **Destinasyon taşıma kapasitesi kavramı**

Ulusal parkları, ormanları ve diğer halkla ya da özel açık hava eğlence yerlerini kullanan ziyaretçilerin sayısındaki süregelen artışlar, rekreasyon literatüründe taşıma kapasitesi ile ilgili olarak

çok sayıda araştırma yapılmasını teşvik etmiştir.

Rekreasyonel taşıma kapasitesinin en geniş şekilde kabul edilen ilk tanımı, Lime ve Stankey tarafından geliştirilmiştir<sup>(6)</sup>. Bu tanımlamaya göre; rekreasyonel taşıma kapasitesi, belli bir zaman içerisinde belli bir düzeyde gelişmiş bölgenin ne fiziksel ne de ziyaretçinin tecrübesine zarar vermeden kullanılma özelliğidir. Rekreasyon araştırmacıları çalışmalarını sosyal taşıma kapasitesi üzerine yoğunlaştırmışlardır. Bu nedenle, rekreasyon ile ilgili taşıma kapasitesi fikrini hedef bölgelere adapte etmek için kavrama iki yönde ilave yapmak gerekir. Birincisi, hedef bölgeler arzulanan yöresel aktivitelerden tolerans vermeden turistlerin geliş amaçlarını gerçekleştirmeleri demek olan ekonomik taşıma kapasitesi ile ilgilenmek zorundadırlar<sup>(7)</sup>. Bu durum uzun zamandan beri ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayan yöresel işyerlerinin dışarıdan gelen daha büyük organizasyonlara doğru el değiştirmesini içermesi gibi, daha yaygın olarak; "yeni yapılacak olan hediye eşya dükkanları, restoranlar, oteller ve araba park yerlerine yer bulmak için bölgeye hitap eden işyerlerinin sahip olduğu arazinin tahsis edilmesi demek olabilir<sup>(8)</sup>. Bu durum, turizmin bölge halkı üzerindeki etkisini ortaya çıkarır. Yani, taşıma kapasitesi kavramının ikinci unsuru yörede yaşayanların endişelerinin etkisini içerir. Bunun anlamı, destinasyonun taşıma kapasitesinin tesbit edilmesi, turistlerin tutumu kadar ev sahibi halkın tutumu ile de ilgilidir<sup>(9)</sup>. Anlaşıyor ki, her destinasyonun sınırlı olan arz kaynakları aynı zamanda ev sahibi halkın olumlu ve arkadaşça davranışlarını ve konukseverliğini de kapsamaktadır<sup>(10)</sup>.

Şüphesiz ki, bölge halkı arasında değişik tolerans düzeyleri olacaktır. Örneğin ticari kazançlarını tamamen gelen ziyaretçilerden elde eden yerli halkın gös-

**Ulusal parkları, ormanları ve diğer halkla ya da özel açık hava eğlence yerlerini kullanan ziyaretçilerin sayısındaki süregelen artışlar, rekreasyon literatüründe taşıma kapasitesi ile ilgili olarak çok sayıda araştırma yapılmasını teşvik etmiştir.**



terdiği hoşgörü, ekonomik açıdan onlara bağlı olmayan yerli halktan çok daha fazla olabilir <sup>(11)</sup>.

Ev sahibi halkın tutumlarıyla ilgili olarak destinasyonun taşıma kapasitesinin değerlendirilmesi konusundaki öneriler iki ayrı düşüncede toplanır <sup>(13)</sup>. Birincisine göre, destinasyonun ne kadar miktardaki ziyaretçiyi kaldırabilecek kapasitede olduğunun bölge halkı tarafından olumsuz etkileri hissedilmeden önce belirlenmesi gerekmektedir. Bu sebepten dolayı kapasite, ne kadar turist bölgeye çekilebileceğinden çok, ne kadar turistin arzu edilebileceği olarak tanımlanır. İkinci düşünce ise, destinasyonun taşıma kapasitesinin belirlenmesinin ancak ziyaretçi sayısının düşmeye başladığı düzeyden itibaren önem kazandığını savunur. Çünkü ziyaretçiler belli kapasitelerin geçildiğini algırlar ve böylece destinasyonun ziyaretçileri çekmesi ve memnun etmesi artık son bulur.

Destinasyonun taşıma kapasitesi, beklenmeyen bir kötüleşme düzeyi oluşmadan önce belli bir zaman süresince desteklenebilecek ziyaretçi miktarı olarak tanımlanabilir. Bu kötüleşme ya da ekolojik etki alanları şöyle sıralanabilir: (1) fiziksel ya da ekolojik çevre; (2) ziyaretçinin deneyimleri; ya da (3) ev sahibi halkın ziyaretçileri kabul etmesi. Beklenmeyen büyük bir miktarda ziyaretçilerin ortaya çıkmasıyla oluşan kalabalıklarla veya fiziksel ya da ekolojik çevrede meydana gelen kötüleşmesinin fark edilmesiyle birlikte bölge halkının ziyaretçilere karşı olan tutumları olumsuzlaşır. Böylece, ziyaretçiler destinasyonda daha fazla rahat edemediklerinden, deneyimlerinin düzeyi tahmin edilmeyen bir şekilde kötüye gider. Bölge halkının turistlere karşı hoşgörüsü beklenmeyen bir şekilde düşmüş olduğunu gösterir <sup>(13)</sup>. Butler'in <sup>(14)</sup> altı safhaya ayırdığı destinasyon yaşam süresi kavramı, fiziksel, ekolojik, sosyal ve ekonomik etkilerde oluşan değişikliklerle bu deği-

şikliklerin büyüklüğü, yönü ve yapısının evsahibi halkın rahatsızlık indeksi'nde ne zaman kabul edilmeyen düzeye ulaşabildiğini belirler.

### **Taşıma kapasitesi kavramının destinasyonun yaşam süresi çerçevesinde uygulanmaya konulması**

"Taşıma kapasitesi" teriminin turizm çerçevesinde kullanılmasına karşı çıkan üç önemli düşünce ve bulunmaktadır. İlk olarak Wall <sup>(15)</sup>, devir (cycle) kavramının hedef bölgelerin ve kapasitelerinin zamanla değişmeye eğilimli olduğunu ima etmesine rağmen, taşıma kapasitesine sabit bir sınırın ima edildiğine dikkat çekmiştir. İkinci olarak, taşıma kapasitesi tek yönlü bir kavrama delalet eder, halbuki bu makale taşıma kapasitesi terimi kritik dönüm noktalarının belli sayısal değerlerle tanımlanabileceğini ve ölçülebileceğini önermektedir. Fakat dikkat çekildiği üzere destinasyonların doğal bir kapasiteleri yoktur. Ziyaretçilerin miktarı, kabul edilebilen faaliyetleri ve ziyaretçilerin deneyimlerinin kalitesi yönetim ve planlama amaçlarına göre değişebilir <sup>(16)</sup>.

Kullanma haddinin rekreasyon araştırmacıları tarafından sağlam deneysel çalışmalarla araştırılmasına rağmen, literatür tarayıcıları, ne kesin çizgilerle belirlenmiş bir rakamın, ne de arzulanan bir düzeye erişmek için kesin bir rakama ulaşmayı sağlayan bir metodun şimdilik ortaya çıkmadığı sonucuna varmışlardır <sup>(17)</sup>. Sosyal taşıma kapasitesinin sonuçları belirgin değildir. Ziyaretçilerin yoğunluğunun ve kalabalığın artmasının onların deneyimlerinin azalması ve yanlış yöne kayması olduğu varsayımı üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Fakat, deneysel araştırmalar kullanma düzeyleri ile ziyaretçilerin tatmin düzeyleri arasında bir ilişki olduğunu sağlam bir şekilde doğrulayamamıştır.

Rekreasyon ortamının aksine, turizm çerçevesinde turistlerin sayısal fazlalığı

**Şüphesiz ki, bölge halkı arasında değişik tolerans düzeyleri olacaktır. Örneğin ticari kazançlarını tamamen gelen ziyaretçilerden elde eden yerli halkın gösterdiği hoşgörü, ekonomik açıdan onlara bağlı olmayan yerli halktan çok daha fazla olabilir.**

daha çok olumlu olarak algılanmasından dolayı kullanma haddinin kullanılabilirliği turizmde daha da zorlaşmaktadır. Başka insanların varlığı çevreye, atmosfere ve hedef bölgeye olan ilgiye ya da hedef bölgedeki belli çekiciliklere önemli etkilerde bulunmaktadır. Örneğin, el değmemişliği arayan bir turist, eğer bölgede başkalarını görürse deneyiminin yeterince iyi olmadığına inanabilir. Aynı zamanda, plaja giden bir insan büyük bir kalabalık görmezse deneyimi büyük miktarda beğenini yitirebilir. Yoğunlukla (bölgeye düşen kişi miktarı) kalabalık (çok fazla insanın algılanması) arasında çok büyük bir fark bulunmaktadır<sup>(18)</sup>. Buradan insanların mutlak sahipleri ve ziyaretçiler tarafından nasıl değerlendirildiğinin önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. İki durumdan biri ortaya çıktığı zaman olumsuz bir değerlendirmenin oluştuğu önerilmektedir. Şayet yoğun kalabalık (density crowding) varsa olumsuz değerlendirmenin kaynağı insan sayısı ve / veya diğer insanların kişiye olan fiziksel mesafesidir. İkinci durum, davranışsal kalabalık (behavioral crowding), başkalarının ve davranışlarının bölge halkı ve ziyaretçilerin sosyal ve psikolojik amaçlarına ulaşmalarıyla çakıştığı zaman ortaya çıkan koşulları temsil eder. Böylece diğer insanların mevcudiyetine olan anlayış azalır.

Rekreasyon araştırmalarının kapasite sınırlarını belirleyecek belli parametreleri ortaya koyamaması, iki soruya gündeme getirmektedir. İlk olarak, kullanma limitinin kavramlaştırılmasının herhangi bir yararı var mıdır? Wall<sup>(19)</sup> yararları olduğuna şu koşullar altında inanmaktadır. Şayet kavramın kullanılması turizm planlamacıları ve yöneticilerini çevresel konulara, bölge halkı ve misafirlerin deneyimlerinin kalitesine daha fazla önem vermeye ve planlamacıları ve yöneticileri daha uygun amaç ve hedef belirlemeye teşvik ediyorsa, bu kavramı yararlı bir amaca hizmet eder. Ayrıca, bu kavram sağduyuya sahiptir ve

destinasyon yaşam süresi kavramının tamamlayıcı bir parçasıdır.

Diğer taraftan, kavramın kullanılabilirliği sınırlıdır. Çünkü kavram basit olmaktan çok kompleks ve çok yönlüdür. Bu demektir ki, her yaşam süresi safhasında, kavramın farklı yönleri belirleyici unsurdur. Örneğin, keşif safhasında bölge halkının turisti kabullenmesinden daha çok yeterli tesisin olmaması belirleyici unsurdur. Çünkü ağırlanabilecek turist sayısını o belirlemektedir. Gelişme safhasında, ekonomik kullanım haddi (economic use limitation) belirleyici kriterdir, çünkü bu aşamada bölge halkı dışarıdan gelip yeni tesisler kurmak isteyenlere karşı koyabilir. Durgunluk aşamasında, bölge atıl kapasiteye sahip olabilir, fakat bölge halkının turistlere olan düşmanlığı veya ekolojik çevrenin bozulması belirleyici unsur olabilir.

Belli bir destinasyonun düşme sürecine girmesi, genellikle onun ortaya çıkan yeni bölgelerle rekabet edememesine bağlanır<sup>(20)</sup>. Bu düşüş bölgenin aşırı kullanılmasından ortaya çıkan ekolojik bozulmayı yansıtan psikolojik bir durum olabilir. Alternatif olarak, bölgenin algılanmasında ortaya çıkan değişiklikleri yansıtan psikolojik bir durum olabilir. Bu tanımlama kullanım haddinin sosyal ve ekonomik yönlerini gözardı etmektedir. Ziyaretçiler tarafından algılanan sosyal kullanım haddinin aşılması bölgenin kalabalık olduğu imajını verir; bölge halkının sosyal ve ekonomik kapasitelerinin aşılması, konuksever olmayan bir kafa yapısının ortaya çıkmasına ve rahatsızlık indeksi'nin artmasına neden olur. Her iki durumda belli bir bölgenin gözden düşmesine katkıda bulunur.

Eğer kullanım haddi kavramının yararlı olduğuna inanılıyorsa, o zaman akla ikinci soru gelmektedir: Turizm yöneticileri kullanım haddini nasıl belirleyeceklerdir? Rekreasyon literatürüne göre bu belirleme kesin parametreleri tespit etmeye çalışmaktan çok bölgede meydana gelen değişiklikleri sürekli takip

**Kullanma haddinin rekreasyon araştırmacıları tarafından sağlam deneysel çalışmalarla araştırılmasına rağmen, literatür tarayıcıları, ne kesin çizgilerle belirlenmiş bir rakamın, ne de arzulanan bir düzeye erişmek için kesin bir rakama ulaşmayı sağlayan bir metodun şimdilik ortaya çıkmadığı sonucuna varmışlardır**

etmekle yapılmalıdır. Oluşturulacak bir "izleme programı" aşağıda belirtilen hususlardaki değişiklikleri takip etmelidir:

1. Bölgede bulunan atraksiyonların ekolojik durumu;
2. Otel, motel, tatil köyü, parklar ve kültürel merkezler gibi tesislerin kapasite ve kullanım oranları;
3. Altyapının kalitesi;
4. Bölge halkı içerisindeki çeşitli grupların rahatsızlık indeksi;
5. Ziyaretçilerin tatmin düzeyleri;
6. Ziyaretçilerin profili ve para harcamaları biçimleri; ve
7. Mahalli işletmelerin dışarıdan gelen işletmelere olan oranı.

Bu faktörlerin izlenmesiyle elde edilen sonuçlar turizmin etkisini (tourism impact statement) ortaya çıkarır. Bu sonuçlar yıllık olarak gözden geçirilmeli ve rapor edilmelidir. Bu bütün içinde incelendiğinde bu faktörler, ziyaret düzeyinin bölge halkı ve ziyaretçiler tarafından kabul edilen sınırların içinde veya dışında olduğuna dair bir fikir verir. Eğer ziyaretçi sayısı arttırılmak isteniyorsa, kamu yatırımlarının, özel yatırımların teşvik edilmesi, yasal düzenlemelere başvurulabilir veya pazarlama teknikleri uygulanabilir.

Kamu yatırımlarının alt ve üstyapının zenginleştirilmesi yoluyla daha fazla ziyaretçi akımına neden olunabilir. Yine kamu yatırımı sermaye projelerinin yanı sıra turizm eğitimi, bölgenin güzelleştirilmesi veya tanıtım faaliyetlerinin artırılması şeklinde geliştirici programları da kapsayabilir. Özel yatırımlar kamu yatırımlarını destekleyebilir veya onların yerine geçebilir. Bu da hükümetlerin izlediği turizm ve teşvik politikasıyla desteklenebilir.

Eğer amaç ziyaret düzeyini aşağı çekmek ise, çeşitli yatırım programları yürütmeye konabilir. Burada hükümetin

görevi çevre ve bölgeyi koruma kanunlarının oluşturulması ve turizmi geliştirme politikalarının düzenlenmesi gibi kontrol ve yürütme faaliyetleridir.

Kanuni yoldan oluşturulan kontrol faaliyetleri pazarlama stratejileri ile desteklenebilir. Buradaki pazarlama stratejileri turist sayısını azaltmaya yöneliktir (demarketing). Bu strateji, bölgeyi teşvik etmemeyi veya bölge içindeki daha az ziyaret edilmiş alternatif alanların tanıtımını yapmayı kapsar. Dağıtım stratejisi ise charter veya planlı uçuşların sayısını azaltmak şeklinde olabilir. Ürün stratejisi, yani konaklama tesislerinin sayısını azaltmakla mümkün olabilir.

## Sonuç

Ürünün yaşam süresi geleneksel pazarlama çerçevesinde "uygun bir işletme stratejisini belirlemede en önemli faktör"<sup>(21)</sup> olarak kabul edilebilir. Bu düşünce şekli destinasyonun yaşam süresi çerçevesinde aynı ölçüde yaygın görünmektedir. Ortaya çıkan en önemli karar aşaması daha fazla veya farklı ziyaretçilerin bölgeye gelmelerini teşvik etmek şeklindedir.

Bu konuya hitap etmek şu faaliyetleri gerektirir: Birincisi, kullanım haddinin çok yönlü bir kavram olduğunu idrak etmek. İkincisi, bu yönlerin herbirinde meydana gelen değişiklikleri takip edecek kapsamlı bir izleme programını uygulamaya koymak. Üçüncüsü, bölgedeki tüm çıkar gruplarının konuyu açık bir şekilde tartışmaları için izleme programının sonuçlarını sansür etmeden bir tabana yaymak.

İzleme programının uygulamaya konulması iki nedenden ötürü kamu ve özel turizm makamlarınca onaylanmayabilir. Birincisi, kamu ve özel sektör daha çok ekonomik büyüme ve gelişmeyle ilgilendikleri için turizmin meydana getireceği negatif etkilere kayıtsız kalırlar. İkincisi, bir izleme programının ortaya konulması para ve yatırım gerekti-

**Belli bir destinasyonun düşünme sürecine girmesi genellikle onun ortaya çıkan yeni bölgelere rekabet edememesine bağlanır. Bu düşünüş bölgenin aşırı kullanılmasından ortaya çıkan ekolojik bozulmayı yansıtan psikolojik bir durum olabilir.**

rir. Halbuki, resmi turizm makamları ve özel sektör buna ayrılacak paranın tanıtıma harcanmasını onaylayabilir. Bu kısa vadeli ve reaktif bir düşünüş biçimidir. "Turizm alanlarının işletilmesinden, planlamasından ve geliştirilmesinden sorumlu insanların tavırlarında bir değişim olması gereklidir. Turizm bölgeleri sonsuz ve zamansız değildir, bu nedenle sınırlı ve yenilenmeyen kaynaklar olarak idrak edilmeli ve işlem görmelidir." (22). Turizm olayı içindeki özel ve kamu kesimi bir turizm bölgesinin kısa vadeli ekonomik kazançlardan daha çok uzun vadede istikrarının korunmasına merkez teşkil ettiklerinden, bu makalede irdelenen prensiplere sahip çıkmalıdırlar. Bilinmelidir ki, etkin ve sağlıklı bir turizm gelişimi ancak ve ancak turizmden etkilenen bütün grupların (kamu ve özel sektör, bölge insanı ve turist) katılımı ve çıkarlarının korunmasıyla mümkündür. Bu da kamu sektörü, özel sektör ve bölge halkının işbirliği ve yardımlaşması sayesinde gerçekleşir. □

## Kaynakça

- 1) G.V. Doxey, "When enough's enough: The Natives are Restless in Old Niagara", *Heritage Canada*, Sayı: 2, No: 2, 1976, s. 26-27.
- 2) E. Cohen, "Toward a Sociology of International Tourism", *Social Research*, Sayı: 39, 1972, s. 164-182; S. C. Plog, "Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity", *Cornell H.R.A. Quarterly*, Sayı: 14, No: 4, 1974, s. 55-58; V. L. Smith, *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, (Second Edition), University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1989, s. 11-16; W. Christaller, "Some Considerations of Tourism Location in Europe: The Peripheral Regions - Underdeveloped Countries - Recreation Areas", *Papers of the Regional Science Association*, Sayı: 12, 1963, s. 95-105; R. W. Butler, "The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution : Implications for Management of Resources" *Canadian Geographer*, Sayı: 24, s. 5-12, 1980.
- 3) C. Stansfield, "Atlantic City and the Resort Cycle", *Annals of Tourism Research*, Sayı: 5, 1978, s. 238-251; D. Nash, "The Rise and Fall of an Aristocratic Tourist Culture: Nice, 1763-1936", *Annals of Tourism Research*, Sayı: 6, 1979, s. 61-75; S. L. Richardson, "A Project Life Cycle Approach to Urban Waterfronts: The Recitalization of Galveston", *Coastal Zone Management Journal*, Sayı: 14, No: 1 ve 2, 1986, s. 21-45; G. R. Hovinen, "Visitor Cycles: Outlook for Tou-

rism in Lancaster Country", *Annals of Tourism Research*, Sayı: 9, No: 4, 1982, s. 565-583.

4) Butler, op. cit., Ref. 2.

5) Smith, Cohen ve Plog, op. cit., Ref. 2.

6) D. W. Lime ve G. H. Stankey, "Carrying Capacity: Maintaining Outdoor Recreation Quality" in *Recreation Symposium Proceedings*, Northeastern Forest Experiment Station USDA Forest Service, 1971, s. 174-184.

7) A. Mathieson ve G. Wall, *Tourism : Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, New York, 1982, s. 21.

8) İbid.

9) J. A. Mazanec ve W. Alkier, "Tourism Planning in Highly Developed Mountain Areas: Recommended Methodology", *Tourism Recreation Research*, Sayı: 9, No: 2, 1984, s. 7-13.

10) K. Cooke, "Guidelines for Socially Appropriate Tourism Development in British Columbia", *Journal of Travel Research*, Sayı: 21, No: 1, 1982, s. 22-28.

11) P. S. Thomason, J. L. Crompton ve B. D. Kamp, "A Study of The Attitudes of Impacted Groups Within a Hosst Community Toward Prolonged Stay Tourist Visitors", *Journal of Travel Research*, Sayı: 17, No: 3, Kış, 1978, s. 2-7.

12) A. M. O'Reilly, "Tourism Carrying Capacity-Concept and Issues", *Tourism Management*, Sayı: 7, No: 4, 1986, s. 254-258.

13) B. Martin ve M. Uysal, "An Examination of the Relationship Between Carrying Capacity and the Tourism Lifecycle: Management and Policy Implications", *Journal of Environmental Management*, 31: 327-333, 1990; Op. cit. Ref. 7.

14) Butler, op. cit., Ref. 2.

15) G. Wall, "Cycles and Capacity: A Contradiction in Terms", *Annals of Tourism Research*, Sayı: 10, No: 2, 1983, s. 268-270.

16) İbid.

17) R. H. Becker, A. Jubenville ve G. W. Bumett, "Fact and Judgment in the Search for a Social Carrying Capacity", *Lelsure Sciences*, Sayı: 2, No: 4, 1984, s. 475-486.

18) C. A. Gunn, *Tourism Planning*, Taylor and Francis, New York, 1988, s. 122.

19) Wall, op. cit., Ref. 13.

20) Butler, op. cit., Ref. 5.

21) C. W. Hofer, "Towards a Contingency Theory of Business Strategy", *Academy of Management Journal*, Sayı: 18, Aralık 1975, s. 784-810.

22) Butler, op. cit., Ref. 2.

**Ürünün yaşam süresel geleneksel pazarlama çerçevesinde "uygun bir işletme stratejisini belirlemede en önemli faktör" olarak kabul edilebilir.**

OTEL İŞLETMECİLERİ HİZMET İÇİ EĞİTİMİN ÖNEMİNİ BİLİYORLAR MI?

# Türk konaklama sektöründe personel eğitimi ve mevcut uygulamalara yönelik bir araştırma

**KURTULUŞ KARAMUSTAFA  
İBRAHİM İLHAN**

## ABSTRACT

### PERSONNEL EDUCATION IN THE HOSPITALITY OF TURKEY

This research paper examines the personnel education process in the hospitality sector of Turkey. The survey study includes upscale hotels which operate in various parts of Turkey. A questionnaire including 11 questions was mailed to upper level hotel managers of the aforementioned operations. As a result, this study found out that the upper level managers perceived the importance of personnel education; however, they did not consider to assign some part of their budget on this issue.

Kurtuluş Karamustafa - İbrahim İlhan, Erciyes University, Nevşehir School of Tourism and Hotel Management, Nevşehir, Turkey.

Kurtuluş Karamustafa ve İbrahim İlhan, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda öğretim görevlisilerolarak çalışmaktadırlar.

**B**ir hizmet sektörü olan turizm, diğer sektörlerden farklı olarak, ayrı ayrı pek çok mal ve hizmet üreten alanların katkı ve bileşiminden oluşmaktadır. Dinamik (seyahat) ve statik (konaklama) olmak üzere iki önemli boyutu olan turizm, içerisinde konaklama sektörü önemli bir konuma sahiptir. Turizm açısından konaklama sektörünün temel yapı taşı oluşturulan oteller ise, asıl fonksiyonları müşterilerinin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında yeme-içme, eğlence hizmetleri için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyesinde bulunduran tesislerdir. Otellerde mal ve hizmet üretiminin ve tüketiminin eş zamanlı olması, stok imkanlarının sınırlı olması gibi özelliklerin etkisiyle hizmet kalitesinin sağlanması ve turist ile turiste hizmet edenler ve hizmet edenler arasında ilişkilerin sağlıklı ve kaliteli olarak gerçekleşmesi, büyük ölçüde otellerde istihdam edilen personelin eğitimine bağlıdır. Bu eğitim içerisinde ise işletmede (otel) gerçekleştirilecek eğitim, daha önce formal eğitim alınmış olsa bile, "hamurun yoğurulup pişirilmesi ve yenebilecek çörek haline getirilmesi" kadar önemlidir.

Ülkemizde turizm hızla gelişmekte ve geleceğe yönelik olarak da bu sektörden beklentiler hızla artmaktadır. Ancak, oluşan arz paralelinde sektörde çalışan eğitilmiş personelin son derece ye-

tersiz olduğu ilgili kamu ve özel sektör kuruluşları yöneticileri tarafından kabul edilmektedir. Bu duruma gelinmesinin en önemli sebeplerinden birisi ise, özel sektöre sağlanan teşviklerin sadece fiziksel üstyapı yatırımlarında kullanılmış olmasıdır. Bu nedenle hizmet kalitesini yükseltme çabasına çoğu yatırımcıda rastlanmamıştır. Özellikle turizmin temel unsurlarından olan konaklama kesimi personelin uluslararası standartta servis verecek seviyeye getirebilmek için personelin eğitimine, ya hiç harcama yapılmamış, ya da yapılan harcamalar marjinal seviyede kalmıştır.

Turizm sektörünün geleceği açısından personelin yalnız sayısal anlamda değil, nitelik olarak da geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Bu çalışmada, Türk konaklama sektörü içerisinde otellerin personel eğitimine verdikleri önem ve mevcut uygulamalar araştırılmış ve elde edilen bulgulardan hareket edilerek bazı öneriler sunulmuştur.

## Araştırmanın Amacı

Turizmin bir hizmet sektörü olması, istihdamın nicel boyutu kadar nitel boyutunu da önemli kılmaktadır. Bu çalışma, otel işletmelerinde istihdam edilen personelin gerekli beceri ve deneyimi kazanmasında önemli rol oynayan işbaşı eğitimine verilen önemi tesbit etmeye yöneliktir.

**TABLO 1**  
ARAŞTIRMA KAPSAMINA ALINAN OTEL İŞLETMELERİNİN BULUNDUKLARI İLLERE VE YILDIZLARINA GÖRE DAĞILIMI

Araştırma Kapsamına Alınan iller	5 yıldızlı		4 yıldızlı		3 yıldızlı		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Adana	1	1.6	2	3.4	-	-	3	5.0
Ankara	3	5.0	4	6.6	4	6.6	11	18.3
Antalya	4	6.6	4	6.6	2	3.3	4	6.6
Çanakkale	-	-	2	3.3	2	3.3	1	1.6
Çorum	-	-	1	1.6	-	-	1	1.6
İstanbul	4	6.6	4	6.6	2	3.3	10	16.6
İzmir	1	1.6	3	5.0	4	6.6	8	13.3
Nevşehir	1	1.6	4	6.6	4	6.6	9	15.0
Rize	-	-	-	-	2	3.3	2	3.3
Trabzon	-	-	1	1.6	1	1.6	2	3.3
TOPLAM	14	23	25	41.6	21	35.0	60	100.0

### Araştırmanın Kapsamı

Araştırma; Adana, Ankara, Antalya, Çanakkale, Çorum, İstanbul, İzmir, Nevşehir, Rize ve Trabzon illerinde rastgele seçilen beş, dört ve üç yıldızlı otel işletmelerini kapsamaktadır. Araştırma kapsamına alınan otel işletmelerinin sayısal ve oransal dağılımı Tablo 1'de verilmiştir.

### Araştırmanın Tekniği

Araştırmanın amacı doğrultusunda iki sayfadan ve 11 sorudan oluşan bir anket formu düzenlenmiş ve bu anket, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencileri aracılığı ile 20 Aralık 1993 - 20 Ocak 1994 tarihleri arasında otel işletmelerinin üst düzey yöneticilerine uygulanmıştır. Özellikle bu tarihlerin seçilmesinde iki önemli sebep göz önüne alınmıştır. Bunlardan ilki, anketör olarak görevlendirilen öğ-

rencilerin ara tatil sebebiyle Nevşehir dışına çıkabilme imkânlarının olması; diğer sebep ise, turizmin mevsimsel özelliğe sahip olması ve yaz aylarında yoğun turizm mevsiminin yaşanması dolayısıyla turizm işletmelerinin anket çalışmalarına işlerini engellediği için sıcak bakmamalarıdır. Ayrıca, bu mevsim dışı zaman süreci içerisinde otellerin işbaşı eğitime ağırlık verecekleri umudu, çalışmanın bu zamanda yapılmasını gerektirmiştir.

### Araştırmada Karşılaşılan Problemler

Otel işletmelerinin üst düzey yöneticilerinin bazıları, işlerinin yoğunluğu nedeniyle anketlere cevap vermekten kaçınmışlardır; bazıları ise birbirine bağımlı olarak değerlendirilebilecek birtakım soruları cevaplandırmadıkları için bu anketler değerlendirme dışı bırakılmıştır. Bir kısım otel yöneticileri ise, pos-

**Bu çalışmada, Türk konaklama sektörü içerisinde otellerin personel eğitimine verdikleri önem ve mevcut uygulamalardan araştırılmış ve elde edilen bulgular hareket edilerek bazı öneriler sunulmuştur.**

talanmak vaadi ile anketleri almışlar, ancak bu çalışmanın değerlendirme aşamasına kadar bu kimselerden herhangi bir cevap alınamamıştır. Sonuçta, 200 adet anket formundan 60 adeti cevaplandırılmış ve bu anketler değerlendir-

meye tabi tutulmuştur. Otel işletmelerini doğrudan ilgilendiren, belki de işletmelerin çıkarları doğrultusunda önlemler alınmasında uyarıcı etkisi olabilecek bu tür çalışmalara otel işletmelerinin ilgisiz kaldıklarını göstermesi açı-

TABLO 2

ARAŞTIRMA KAPSAMINA ALINAN OTEL İŞLETMELERİNİN PERSONEL YÖNETİMİYLE İLGİLİ OLARAK ÖNEM VERDİKLERİ FAKTÖRLERİN ÖNEM DERECELERİNİN GÖRE SIRALAMASI

Faktörler	Birinci Derece		İkinci Derece		Üçüncü Derece		Cevapsız
	n	%	n	%	n	%	
1. Personel maliyetini yükselten en önemli faktördür	6	10.0	2	2.3	3	5.0	49
2. Maliyeti yükseltmesi nedeniyle sürekli kontrol edilmelidir	3	5.0	3	5.0	1	1.6	53
3. Personele işiyle ilgili yetki verilmeli	1	1.6	3	5.0	1	1.6	55
4. Personel işiyle ilgili her şeyden sorumludur	12	20.0	10	16.0	6	10.0	32
5. Personel yalnız maddi araçlarla motive edilebilir	1	1.6	1	1.6	1	1.6	57
6. Personel motivasyonunda maddi araçlar da kullanılır	6	10.0	9	15.0	10	16.6	35
7. Personel, işletme başarısının ve hizmet kalitesinin temel taşıdır	27	45.0	9	15.0	10	16.6	14
8. Müşteri tatminini sağlamada personel kalifikasyonu çok önemlidir	2	3.3	7	11.6	12	20.0	39
9. Müşteri tatminini sağlamada personel kalitesi çok hiç önemli değildir	-	-	1	1.6	-	-	59
10. Başarısız personel istençkarımalıdır	-	-	-	-	1	1.6	59
11. Başarısız personele öncelikle işbaşı eğitimi verilmelidir	1	1.6	5	8.3	3	5.0	51

**Turizmin bir hizmet sektörü olması, istihdamın nicel boyutu kadar nitel boyutu da önemli kalmaktadır. Bu çalışma, otel işletmelerinde istihdam edilen personelin gerekli beceri ve deneyimi kazanmasında önemli rol oynayan işbaşı eğitimine verilen önem tesbit etmeye yöneliktir.**

**TABLO 3**  
ARAŞTIRMA KAPSAMINA ALINAN OTEL İŞLETMELERİNİN MÜŞTERİ TATMİNİNİ SAĞLAMADA ÖNEMLİ BULDUKLARI FAKTÖRLERİN ÖNEM DERECELERİNE GÖRE DİZİLİŞİ

Faktörler	Birinci Derece		İkinci Derece		Üçüncü Derece	
	n	%	n	%	n	%
1. Eğitilmiş personel	42	78.0	8	13.3	10	16.6
2. İyi hizmet	45	75.0	4	6.6	11	18.3
3. Gülyüz	22	36.6	25	41.6	13	21.6
4. Temizlik	36	60.0	24	40.0	-	-
5. Dürüstlük	14	23.3	27	45.0	19	31.6
6. İlgisi ve anlayış	8	13.3	23	38.3	-	-
7. Personel davranışları	15	25.0	27	45.0	8	13.3
8. İyi yönetici	3	5.0	13	21.6	27	45.0
9. Kaliteli personel	49	61.6	11	18.3	-	-
10. Ciddiyet	12	20.0	23	38.3	19	31.6
11. Fiyat uygunluğu	17	28.3	5	8.3	7	11.6
12. İyi ilişki	4	6.6	8	13.3	6	10.0
13. Orijinallik	1	1.6	2	3.3	8	13.3

sından, karşılaşılan bu problemlerin vurgulanması gerekli görülmüştür.

#### Araştırma Bulguları

Anketlere verilen cevaplar değerlendirildiğinde, sunulan hizmetlerden işletmelerin müşterilerini tatmini konusunda, % 71.6'sı bir araştırma yapmasına rağmen, % 28.4'ü ise herhangi bir araştırmada bulunmamıştır. Araştırma yapan işletmelerden, araştırma sonuçlarıyla ilgili bilgi istendiğinde, birkaç işletme dışında kalanlardan cevap alınmaması nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Buna rağmen, otelin sunmuş olduğu hizmetlerden müşterilerin tatmini konusunda işletme yöneticilerinin görüşleri sorulduğunda ise, % 86.7'si müş-

terilerinin sunulan hizmetlerden tatmin olduğunu belirtirken, % 13.3'ü müşterilerinin tatmin olmadığını açıkça ifade etmişlerdir.

İşletmelerin "müşteri tatmini ile personelin ve işten aldıkları tatmin arasında doğru orantılı bir ilişki vardır" biçimindeki bir yargıya ise; otel yöneticilerinin % 1.6'sı zıt fikirde, % 3.3'ü kararsız kalırken, % 95'i de aynı fikirde olduklarını ifade etmişlerdir.

Araştırma kapsamına alınan otel işletmelerinden, personel yönetimiyle ilgili önemli gördükleri faktörlerin önem derecesine göre üç tanesini sıralaması istenmiştir. Yöneticilerin verdikleri cevaplar Tablo 2'de görülmektedir. Tablo 2

**Araştırmanın amacı doğrultusunda iki sayfadan ve 11 sorudan oluşan bir anket formu düzenlenmiş ve bu anket, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencileri aracılığı ile 20 Aralık 1993 - 20 Ocak 1994 tarihleri arasında otel işletmelerinin üst düzey yöneticilerine uygulanmıştır.**



incelendiğinde birinci, ikinci ve üçüncü derecede önemli olan faktörlerin başında "personel, işletme başarısının ve hizmet kalitesinin temel taşıdır" görüşü gelmektedir.

### Otel İşletmelerinin Müşteri Tatmininde Önemli Buldukları Faktörler

Tablo 3'de yer alan faktör, araştırma kapsamındaki otel işletmeleri tarafından bağımsız olarak belirlenmiştir (yönlendirici olmaması açısından hiçbir faktör belirtilmemiştir). Bu faktörlerin sayısal ve oransal dağılımı Tablo 3'de gösterilmiştir. Bu tablo incelenecek olursa, otel işletmelerinin yöneticileri % 70'lik bir yüzdeyle eğitilmiş personeli müşteri tatmini açısından birinci sırada önemli bulmaktadırlar. Personeli müşteri tatmininde ikinci derecede önemli bulanların oranı % 13.3, üçüncü derecede önemli bulanların oranı da % 16.6 olarak elde edilmiştir.

Bu tablo, otel işletmelerinin müşteri tatminini sağlamada sadece personel ile ilgili faktörleri önemli gördüklerini ortaya çıkarmıştır. Kuruluş yeri, otel fiziksel özellikleri vb. önemli faktörlerin bu tercihlerde yer almaması dikkat çekicidir.

### Sonuç

Anket sorularının değerlendirilmesinden sonra oluşturulan yukarıdaki tablolar incelendiğinde, otel işletmelerinin gerek personel yönetimiyle ilgili hususlarda, gerekse müşteri tatminini sağlamada önemli gördükleri faktörler arasında personel eğitiminin ve eğitilmiş personelin son derece önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak, yine elde edilen anket sonuçlarına göre araştırma kapsamına alınan otel işletmelerinin bu hususların önemini bilincinde olmalarına rağmen personel politikalarının olmayışı, işletme bütçesinden personel eğitimi

için hiçbir pay ayırmamaları büyük bir çelişki oluşturmaktadır. Aşağıdaki oransal veriler bu çelişkiyi çarpıcı bir şekilde ortaya koymaktadır:

● "İşletmenin eğitim politikası nedir?" sorusuna; sürekli, kaliteli ve yoğun eğitim diyenlerin oranı % 30, temel (okuma-yazma) eğitimi diyenler % 21.6, çalışanlarımıza eğitim vermiyoruz diyenlerin oranı da % 48.4 olarak elde edilmiştir.

● "Eğitim politikanızı kısaca açıklayabilir misiniz?" sorusuna ise, birkaç işletme hariç cevap verilmediğinden bu soru değerlendirme dışı kalmıştır. Ancak, bu soruya verilmeyen cevaplar bize, otel işletmelerinin çoğunluğunun işletme politikalarının olmadığı yönünde önemli bir ipucu vermektedir.

● "İşletme bütçenizden eğitime ayırdığınız pay ne kadardır?" sorusu da aşağıdaki gibi değişen oranlarda cevaplar almıştır.

— % 3-5 oranında pay ayıran otel işletmesi oranı % 6.6,

— % 5'den fazla pay ayıran otel işletmesi oranı % 3.3,

— Eğitime özel bir pay ayıran otel işletmesi oranı ise % 90.1'dir. □

### Kaynakça

DAVITSON, Rob, *Tourism*, Pitman Pub., London, 1991.

HOLLOWAY, J. C., *The Business of Tourism*, (4th Edition), Pitman Pub. London, 1989.

KEISER, J.R., *Principles & Practices of Management in the Hospitality*, CBI Pub. Company, Boston, 1979.

OLALI, Hasan ve Meray KORZAY, *Otel İşletmeciliği*, İ.Ü. İşletme İktisadi Yayınları, İstanbul, 1989.

YALÇIN, Selçuk, *Personel Yönetimi*, (3. Baskı), İstanbul, 1988.

**Otel işletmelerinin gerek personel yönetimiyle ilgili hususlarda, gerekse müşteri tatminini sağlamada önemli gördükleri faktörler arasında personel eğitiminin ve eğitilmiş personelin son derece önemli olduğu ortaya çıkmıştır.**

# Turizm sektöründe yönetici kadınlar

**MERYEM AKOĞLAN  
KOZAK**

**S**on zamanlarda kadınların çalışma yaşamındaki durumlarına ilişkin araştırmaların sayısında artış gözlenmektedir. Bu bağlamda turizm sektöründe çalışan kadınlara ilişkin araştırmalar da yapılmaktadır.

1980 yılında New York Üniversitesi Araştırma Merkezi'nce yapılan bir araştırmada kadınların hizmetler sektörünün sağlık, eğitim ve turizm gibi iş kollarındaki yoğunlaşmanın % 68 dolayında olduğu saptanmıştır. Bu yoğunlaşmada kadının yüklendiği geleneksel aile içi rollerin büyük ölçüde etkisi olmaktadır. Özellikle, hemşirelik, öğrenmenlik ve sekreterlik gibi mesleklerde kadınsı rollerin ağırlıklı olması, onların bu alanlarda çalışmalarını teşvik etmiştir.

Hizmet sektörü içinde yer alan turizm endüstrisinde kadınların temizlik, yatak yapımı, düzeltme, karşılama, yemek servisi, yemek hazırlama vb. konulara daha yatkın olmaları nedeniyle, kadın çalışanların toplam çalışanlar içindeki oranı % 40'lara ulaşmaktadır. Ülkemizde ise bu oran yaklaşık olarak % 20 dolayındadır.

Ancak, "üst düzey yöneticilik ve turizm sektöründe kadın" denildiğinde kadın-yoğun alanda üst düzey yöneticiliğin kadına sektörel koşullar (uzun çalışma saatleri, tatillerde çalışma, vardiyalı çalışmalar, cinsel tacize uygun çalışma ortamları, yapılan seyahatler sıklık vb. konular) nedeniyle ne derece uygun ortamı sağladığı gündeme gelmektedir.

Yukarıda söz edilen 63 yiyecek-içecek işletmesindeki yönetici düzeyinde görev alanlar içerisinde gerçekleştirdiği araştırmanın bulgularını kısaca şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Üst düzey yönetici olarak çalışan kadın ve erkek yöneticiler otoriter bir tutum göstermektedirler.

- Kadın yöneticilerin % 81'i en az üç yıllık bir iş deneyimine sahiptir.

- Kadın yöneticilerin % 50'si sektörel yeterlilikte erkeklerin gerisinde olduklarını beyan etmişlerdir.

- Üst düzey yöneticilerin % 18'inin kadınlardan oluştuğu orta çıkmıştır.

- Yönetici kadınların % 12'si, aynı zamanda işletmenin sahibidir.

- Üst düzey yönetici sayısı son on yılda % 5 oranında artış göstermiştir.

- Sektörde orta düzeyde yönetici olarak çalışan kadınların oranı, % 67'dir.

- Sektörde orta düzey yönetici olarak çalışan kadınlar, beslenme ilkelerini öğrenmek, yemek sanatı hakkında bilgi sahibi olmak, mutfağı tanımak için bu alanı seçtiklerini belirtmişlerdir.

- Üst düzey yönetici kadınlar ise, para kazanmaya elverişli bir sektör olduğu için bu alanda çalıştıklarını belirtmişlerdir.

Görüldüğü gibi bu sektörde üst düzey yönetici düzeyinde görev alan kadınlar oldukça azınlıktadır. Kadınların

## ABSTRACT

### WOMEN MANAGERS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

In this paper the argument is based upon the problems of women managers. The author questions the reasons of women's not being equally employed in the hospitality industry in comparison to their men counterparts.

Meryem Akoğlan Kozak, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisidir.

Meryem Akoğlan Kozak, Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu'nda öğretim görevlisidir.

üst yönetimdeki bu sayısal azlığının nedenlerini araştıran Rosebeth Kanter, konuyu şöyle özetlemektedir:

- Yönetim düzeylerine ilk ulaşanlar erkekler olmuştur. Daha sonra görevlerinin devredilmesi söz konusu olduğunda da bunlar kendilerine benzeyenleri (erkekleri) bu işe uygun görmüşler ve öncelikle onların yetiştirilmelerine destek olmuşturlardır.

- Çalışma gruplarının iş saatlerinin dışında birlikte olunan sosyal saatlerin kadınlar için uygun olmaması veya kadınların ailesel rolleri nedeniyle buna vakit ayıramadıkları onların erkek-yoğun yönetsel ağa girmelerini engellemiştir.

- Erkeklerin ailede, toplumdaki rolleri nedeniyle baştan beri kabullenilmiş liderlik titri kadın için söz konusu olmadığından kadınlar bu seviyelere gelmek ve kendilerini kabul ettirmek için daha çok çalışmak ve katı bir tutum sergilemek zorunda kalmaktadır.

- Özellikle yöneticilikte yeni olan kadınların belli bir yöneticilik stili oluşturmamış olmaları, onların erkek meslektaşlarının yönetsel davranış kalıplarını almalarına neden olmuştur.

- Dış görünüş ve vitrinin oldukça önemli olduğu bu sektörde cazibe, sempaticlik vb. unsurlarla yöneticilik seviyelerini elde eden kadın yöneticiler, kendileriyle çalışan kadınların dayanışmasını sağlayamamaktadır.

- Sektörde kadın yöneticilerin yeni olması nedeniyle erkekler arasında görülen yönetici dayanışması kültürlü kadınlar arasında pek oluşturulmamıştır.

Turizm sektörünün diğer sekreterlere göre çok fazla geçmişinin olmaması yanında kadınların yönetici olarak algılanmaları konusunun da yenildiği bu sektörde, kadınların üst düzey yönetici olarak kabul edilmelerini zorlaştırmaktadır.

Ancak, 1981 yılında "Annual Job Report"un yaptığı bir araştırmanın sonuçları turizm sektöründe gelecekte kadınların erkekler kadar başarılı ve üst düzeyde temsil edilebileceklerini, esnek çalışma saatleri veya part-time çalışmalarla ailesel rollerini de ihmal etmeyeceklerini, aile ve kariyer arasında bir denge sağlayarak istedikleri yerlere gelececeklerini göstermektedir.

Bu araştırmalar, yalnızca yiyecek-içecek sektörü ile sınırlı kalmamış, daha sonraki yıllarda konaklama sektörü ile ilgili araştırmalarla desteklenmiştir. Ancak ülkemizde kadınların bu sektördeki sayıları, yönetici olarak çalıştıkları düzeyler, sektörü tercih nedenleri, yöneticilik kariyerlerinde karşılaştıkları sektörel sorunlarla ilgili hiçbir araştırma bulgusuna rastlanılmamıştır.□

## Kaynakça

KANTER, Rosebeth, *Men and Women of the Cooperation*, Basic Book, New York, 1980.

JENENE, G. Geray, "Women in Hospitality Management", *Introduction to Hotel and Restaurant Management*, New York, 1981.

WYNDHOUN, Robertson, "Women M.B.A.'s Howard", *Fortune*, August 28, 1980.

## Otel İşletmelerinde Kat Hizmetleri Yönetimi

MERYEM AKOĞLAN

128 Sayfa, Ankara, 1993.

Fiyatı : 70.000

İsteme adresi:

Anatolia Dergisi  
P.K. 589 06425 Kızılay-ANKARA

TEL: (312) 479 10 84

1981 yılında "Annual Job Report"un yaptığı bir araştırmanın sonuçları, turizm sektöründe gelecekte kadınların erkekler kadar başarılı ve üst düzeyde temsil edilebileceklerini, esnek çalışma saatleri veya part-time çalışmalarla ailesel rollerini de ihmal etmeyeceklerini, aile ve kariyer arasında bir denge sağlayarak istedikleri yerlere gelececeklerini göstermektedir.

## KKTC'de turizmin sosyo- ekonomik ve çevresel etkileri

MEHMET KIRAL

### Giriş

Turizm dünya üzerinde gittikçe yükselen bir grafik izleyerek artmakta ve tüm dünya ülkelerini hem ekonomik, hem de sosyal yönden etkilemektedir. Ekonomik olarak turizm büyük bir pasta olmasıyla tüm dünya ülkelerinin ilgisini çekmektedir. Özellikle yeni kalkınmakta olan dünya ülkeleri için önem taşımaktadır.

Turizmi sadece ekonomik bir olay olarak nitelendirmek hatalı olur. Turizmi değerlendirirken ekonomik yönü yanında sosyal yönünü ve dolayısıyla toplumlar üzerindeki etkisini gözardı etmemek gerekir.

Sosyal bağlamda turizm, kapsamı farklı coğrafik koşulların insanları arasındaki iletişim, ilişkiler ve hareketlilik olarak değerlendirilebilir. Bu değerlendirmenin dört ana başlık altında toplanmasında yarar vardır.

1. Normal şartlarda karşılaşmayacak insanların turizm vasıtasıyla karşılıklı aralarında iletişim kurmaları,

2. Farklı kültür yapılarına sahip insanların, örf ve adetleri, gelenekleri, hayat tarzları farklı insanların kaynaşması,

3. Günlük yaşamın ekonomik ve sosyal sınıflandırmalarından uzaklaşan insanların davranış biçimleri,

4. Turistleri ağırlayan yerli halkın ekonomik kazanç ve çıkarlarına karşılıklı yabancılarla yaşamlarının bedeli.

Turizmin sosyo-kültürel etkileri negatif veya pozitif sonuçlar doğurabilir. Herhangi bir turizm bölgesi yerli kül-

türüyle yabancıları çekiyorsa ve onlara ayrıcalıklı, farklı bir ortam sağlıyorsa, bu o bölgenin kültürünün yaşatılması yönünde olumlu katkılar sağlar.

Bazı ülkelerde geleneksel örfler veya adetler yeniden canlandırılır. Çünkü turistler bunu sağlarlar ve o kültürün yaşamasına etki ederler. Panama örneğinde olduğu gibi geleneksel Panama kıyafetleri turizm amaçlı olarak dikilir ve turistleri çekmek için yaşatılır.

İngiltere'de birçok tiyatronun yaşama sebebi turistlerdir. Çünkü onları çeken eski tarihi ortamın ve o günleri yaşatabilmesidir. Bazı bölgelerde ise turistleri çeken festivaller düzenlenmektedir. Dolayısıyla bu tür faaliyetler kültürlerin yaşatılmasında önemli rol oynamaktadır.

Turizmin bir diğer avantajı ise endüstri gelişirken, aynı zamanda o ülkenin el sanatlarının ve antikacılığının da yok olmasını engellemesidir.

### KKTC'de turizmin sosyal etkileri

KKTC'de turizm, gerek ekonomik gerekse sosyal açılarından çok önemli bir yer tutmaktadır. Yeraltı zenginlikleri olmayan, ulaşımı hava ve deniz yolu ile kısıtlı, az nüfuslu, küçük bir tipik ada ekonomisine sahip KKTC'nin turizm dışındaki ekonomik sektörlerinin gelişme şansı çok azdır. Bu sektörler işlevlerini yerine getirebilmek için gereksinim duydukları hammaddeleri dışarıdan karşılamak zorunda kalmaktadır. Turizm sektörü ise, tam aksine ihtiyaç duyduğu hammaddeleri KKTC'de bulabilmektedir. Güneş, kum, sahil, tarihi zenginlik,

### ABSTRACT

#### IMPACT OF TOURISM ON ENVIRONMENTAL AND SOCIOECONOMIC ISSUES IN NORTHERN CYPRUS ECONOMY

The purpose of this article is to discuss the socioeconomic and environmental impacts of tourism industry in Northern Cyprus Turkish Republic which follow a rapid development trend in recent years. In this context, the article also presents the impact of tourism expenditures on employment, sales and household income. In addition the article investigates both the positive and negative impact of educational tourism on domestic people.

Mehmet Kiral, East Meditterean University, Magosa, Northern Cyprus Turkish Republic.

Mehmet Kiral, Cybrus Prestige Travel Genel Müdürü olup, Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde öğretim görevlisidir.

doğal güzellikler ve misafirperver insanı turizm için hammadde niteliği taşımaktadır.

Turizm çok dallı bir ağaç gibi birçok sektöre de hayat vermektedir. Örneğin, turizme bağlı olarak ülkede tarım, ulaştırma, sanayi ve ticaret sektörleriyle birlikte lokantalar, eğlence yerleri, taksiciler ve bunlar gibi daha birçok yan kuruluşlar birlikte kalkınmakta ve zenginleşmektedir. Turizmin bir diğer katkısı da kalkınmakta olan ülkelerin ödemeler dengesi için gereken döviz ihtiyaçlarını gidermesidir.

Turizm diğer sektörlerden farklı olarak ülkenin sosyal yapısını da ağırlıklı olarak etkilemektedir. Turizm amaçlı olarak ülkeye gelen yabancıların KKTC'ye kendi kültürlerini taşımaları neticesinde zaman içerisinde ülkemizin kültürü, bu kültürlerin etkisinde kalarak değişik bir boyut kazanmaktadır. Turizm ülke içerisindeki tüm sektörlerin uluslararası düzeyde düşünmesine, yani düşünce yapısının değişmesine yol açmaktadır. Turizm, ülkemizin gelir seviyesini dolayısıyla hayat standartını yükselten önemli bir sektördür. Geliri yükselen insanlar yaşam standartlarının iyileşmesinden dolayı daha iyi bir hayat yaşamağa başlarlar. Tüketimleri ve davranışları maddiyatın tanıdığı olanaklar çerçevesinde değişiklik göstermeye başlar. Bu da toplumda yeni arayışların oluşmasına ve sosyal yapının değişiklikler göstermesine yol açar.

### **Turizmin gelir seviyesine etkileri**

Turizm ülkenin millî hasılasına büyük katkı sağlamaktadır. Bazı ülkelerde bu katkı gayri safi millî hasılanın % 32'sine kadar ulayabilmektedir. Bu da turizmin bir ülkenin insanların gelirini ve refah düzeyini ne denli etkileyebileceğinin açık bir göstergesidir.

KKTC'de turizm sektörünün gayri safi millî hasılaya katkısı artan bir trend göstermektedir. Ülkemizdeki birçok kişi

turizm sayesinde para kazanmakta ve gelir seviyelerinin yükselmesiyle yaşam şekillerini değiştirerek sosyal değişim geçirmektedir. Bu da toplumsal olarak kültürel değişikliklere yol açmakta ve daha farklı bir sosyal yaşantı ile entegre olmuş bir kültürün oluşmasına sebep olmaktadır.

### **Turizmin istihdama etkisi**

Bugün dünyada yaşayan toplumlarda işsizlik en önemli sorunlardan birini teşkil etmektedir. Kaynak yetersizliği nedeniyle işsizliğin giderek artış gösterdiği KKTC'de turizm çok kapsamlı iş alanları açarak istihdama büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Turizmde istihdam olayını sadece otellerde çalışan işçiler olarak değerlendirmek yanlıştır. Turizm sayesinde otellerle birlikte daha önce değinmiş olduğumuz gibi diğer ana sektörlerle turizmin yan kuruluşları da bu pastadan payını almaktadır. Turizmin istihdama katkısı neticesinde işsizlik azalmakta, hayat standartı yükselmekte ve bunun sonucu olarak sosyal ve kültürel yozlaşma engellenmektedir. İşsiz insanlar kazançları olmaması nedeniyle toplum içerisinde olumsuz şartlar altında yaşamakta, yeterli eğitimi ve sosyal güvenceli olamadıkları için başıboş bir kesim olarak yetişmekte veya yaşamlarını sürdürmektedirler. Ayrıca aşırı boş zamanın ve maddi problemlerin bu kesimi umutsuzluğa ittiği ve bunun doğal bir neticesi olarak uyuşturucunun ve alkol bağımlılığının bu insanlar arasında yaygınlaşmasına neden olduğu bilinmektedir. Bazı aşırı hallerde bu kesimin yaşamlarını sürdürecekleri bir konuttan dahi yoksun oldukları ve devletin verdiği sosyal yardımların yetersiz olması nedeniyle aç kaldıkları bile görülmektedir. Turizmin sosyal yapı üzerindeki bir diğer etkisi de artan refah düzeyinin neticesi olarak suç oranlarının artmasına engel olmasıdır. Ayrıca turizm aile yapısını da korumakta ve aile içerisinde iyi bir eğitim alarak yetişen insanların suç işlemelerini önlemektedir.

**Turizmi sadece ekonomik bir olay olarak nitelendirmek hatalı olur. Turizmi değerlendirirken ekonomik yönü yanında sosyal yönünü ve dolayısıyla toplumlar üzerindeki etkisini gözardı etmemek gerekir.**

## KKTC'de eğitim turizmi

KKTC'de yaklaşık on yıl önce temelleri atılan eğitim turizmi, her geçen gün gelişmekte ve bu sayede ülkede hiç de küçümsenemeyecek miktarlarda gelir ve döviz girdisi sağlamaktadır. Özellikle üniversitelerin kurulduğu bölgelerde meydana gelen talep artışıyla bütün ülke ekonomik bir canlılık yaşamaktadır. Üniversitelerin kurulduğu Gazi Magosa, Lefkoşe, Girne ve Lefke bölgeleri, yaklaşık olarak yedibin TC ve yabancı uyruklu talebeyi barındırmakta ve bu sayede bir kalkınma içerisine girdikleri gözlemlenmektedir. Eğitim turizminin olumlu ekonomik yönleri yanında sosyo-kültürel yapı üzerinde de olumlu ve olumsuz etkileri olmaktadır. Özellikle anavatana yönelik talebe turizmi sayesinde Türk gençliği birbirini daha iyi tanıyarak ve KKTC'yi tanıtarak, kaynaşma imkânı bulmuş ve dünyadaki Türk devletlerinin sosyal, kültürel ve siyasi entegrasyonuna katkı sağlayabilecek güzel bir örnek teşkil etmişlerdir. Eğitim amacıyla buldukları bölgedeki insanlarla, özellikle de aynı yaş grubundaki KKTC'li gençlerle kaynaşan bu grup, buralarda uzun süreler kalmaları nedeniyle sosyal ve kültürel bir kaynaşma yaşamakta ve yaşatmaktadırlar. Böylece o bölgede yaşayan insanların sosyo-kültürel yapılarını, yaşam görüşlerini yavaş yavaş değiştirmelerine etken olmaktadır. Örneğin Gazi Magosa ve Lefke bölgelerindeki öğrencilerin etkisiyle bölge halkının şivesi, kelime dağarcığı, toplumsal olaylara yaklaşımları, eğlence anlayışı, şehirin imar yapısı, belediye ve devlet hizmetleri önemli bir iyileşme göstermekte ve bölge halkı yeni bir anlayış ve farklı bir sosyo-kültürel yapı içerisinde yaşamlarını sürdürmekte ve yetişmektedirler. Böyle bir turizm hareketinin Türkiye ile diğer Türk devletleri arasında da etkin bir şekilde yer alması, Türk Milleti'ne Türk milliyetçiliğine ve Türklerin dünya üzerindeki etkinliğine büyük yararlar sağlayacağı kesindir.

**Özellikle anavatana yönelik talebe turizmi sayesinde Türk gençliği birbirini daha iyi tanıyarak ve KKTC'yi tanıtarak, kaynaşma imkânı bulmuş ve dünyadaki Türk devletlerinin sosyal, kültürel ve siyasi entegrasyonuna katkı sağlayabilecek güzel bir örnek teşkil etmişlerdir.**

Bu arada trafik kazalarının artan süratli arabalar sayısına paralel olarak yükselmesi, sosyal ve kültürel yapı üzerinde olumsuz bir faktör olarak değerlendirilebilir.

## Turizmin çevre üzerindeki etkileri

Turizmin çevre üzerinde de olumlu veya olumsuz etkileri olabilir. Turistlerin doğaya duydukları ilgi, KKTC'deki doğal güzelliklerin turizmi geliştiren bir faktör olarak gözetilmesine ve sanayinin tehditinden korunmasına yardımcı olmaktadır. Doğanın el değememişliğinden sağlayacağımız bu maddi kazanç, insanımızın ve devletimizin çevre korunmasına olan duyarlılığını artıracaktır. Bu da bilinçli ve eğitilmiş insanların gelişmesini sağlayacaktır. Bugün doğa, sahip olduğu zenginliklerin sağladığı maddi kazançlar nedeniyle maalesef katledilmektedir. Buna örnek olarak ormanların kereste ihtiyacı için, nesilleri tükenme tehditiyle karşı karşıya olan kuşların zevk için, plajların inşaat sektöründe kullanılmak üzere kumu için katletilmesi gösterilebilir.

Birçok ülkede turizme olan talep artışlarına paralel olarak el değmemiş doğa köşeleri gelişigüzel turistik tesislerle beton yığınlarına dönüştürülmüştür. Henüz el değmemişliğini yitirmemiş olan ülkemizin bu şekilde korunmasına ve artan talebi karşılamak için bölgenin doğasına uygun turistik tesislerin inşasına çok önem gösterilmelidir. Hükümetin imar planlarıyla bunu sağlaması gerekmektedir.

Turizmin doğa üzerindeki diğer bir olumsuz etkisi ise turistlerin sorumsuz davranışlarından kaynaklanmaktadır.

Yerli halkın korumaya çalıştığı doğa, turistlerin bilinçsiz davranışlarıyla zarar görebilmektedir. Tarihi ve turistik yerleri ziyaret eden turistler, buraları kirletebilmektedirler. Ülkemizin el değmemiş doğasını korumakta en büyük görev yine halka düşmektedir. □

TÜRKİYE'DE MİLLÎ PARKLARIN TARİHİ VE GÜNÜMÜZDEKİ UYGULAMALARI...

# Milli parklar ve Türkiye açısından önemi, alınması gerekli önlemler(II)

M. ZEKAI BAYER

## VI. Türkiye'de millî park kuruluşu ve gelişmesi

### A) Birinci Devre ( 1958-1976)

Türkiye'de İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi profesörlerinden Dr. Selahattin İnal'ın 1948 yıllarında yayınladığı "Tabiatı Koruma Karşısında Biz ve Ormancılığımız" adlı eseri ile kullanılmaya başlayan "Millî Park" deyi mi giderek güncellik kazanmış ve 1956 yılında yürürlüğe giren 6831 sayılı Orman Kanunu'nun 25. maddesi ile kanunî bir uygulama alanı bulmuştur.

Bu arada Uludağ'ı Sevenler Derneği'nin öncülüğünde 1952 yılında Bursa'da Uludağ'ın millî park olması konusunda Orman Fakültesi öğretim üyeleri ile birlikte millî parklar konusunda bir bilimsel toplantı düzenlenmiştir.

Orman Genel Müdürlüğü'nün bünyesinde bulunan 6. Şube (Neşriyat Şubesi) millî park tesisleri görevini üstlenmiş ve şube müdürü M. Zekai Bayer'in öncülüğünde 1958 yılından itibaren millî parklar kurulmaya başlanmıştır.

Bu arada Türkiye Tabiatını Koruma Derneği, 1966 yılında Türkiye'de ilk defa millî park semineri düzenlemiştir.

Bu çalışma devresini iki bölümde etüd etmek gerekmektedir.

a) Millî Parklar Dairesi'nce kurulan edilen millî parklar;

- Yozgat Çamlığı-1958,
- Karatepe-Aslantaş Millî Parkı 1958,

- Soğuksu-1959,
- Manyas Kuş Cenneti Millî Parkı-1959,
- Uludağ Millî Parkı-1961,
- Yedi Göller Millî Parkı-1965,
- Dilek Yarımadası Millî Parkı-1966,
- Spil Dağı Millî Parkı-1968,
- Kızıldağ Millî Parkı-1969.

b) 1967 yılında DPT Müsteşarlığı koordinatörlüğünde Millî Parklar Dairesi Başkanlığı'nca planlanan ve bakanlıklar arasında kurulan Millî Park Planlama Heyeti tarafından master plana bağlanan millî parklar. Bu heyet, 8 Amerikalı uzmanla birlikte Millî Parklar Dairesi'nde çalışan elemanlardan ve üniversite öğretim üyelerinden teşekkül etmiştir.

Bu kuruluş çalışmaları, ülkemizde uluslararası standartlara uygun ve orman rejimi dışında bulunan sahalarda Millî Park Master Planları'nı yapmıştır.

Planlama kurulumu bu devrede yapılan millî park master planları şunlardır:

- Pamukkale,
- Hattuşaş,
- Beydağları (Olimpos),
- Termososs,
- Truva,
- Beşkonak (Köprülü Kanyon),
- Efes,
- Halikarnas (Bodrum),
- Bergama,
- Kovada Gölü-1970.

Yukarıda belirtilen bu planlama ne-

### ABSTRACT

#### NATIONAL PARKS IN TURKEY

This second sections of the article reviews the development process of national parks in Turkey. In the last parts of the article precautions to be taken to preserve national parks are broadly discussed.

Zekai Bayer, Türkiye Otelciler ve İşletmeciler Birliği, İstanbul, Turkey.

ticesinde orman rejimine giren alanlardaki aşağıdaki milli parklar tefrik edilmiştir:

- Termossos (Güllük Dağı)-1970,
- Beydağları-1970,

Bu devrede Orman Genel Müdürlüğü'nce kurulan millî parklar şunlardır;

- Manzur Vadisi Millî Parkı-1971
- Gelibolu Yanması Millî Parkı-1973
- Köprülü Kanyon (Beşkonak) Millî Parkı-1973.

## B) İkinci Devre (1979-1980)

### Millî Parklar ve Avcılık Genel Müdürlüğü

Millî Parklar ve Avcılık Genel Genel Müdürlüğü, 1595 sayılı Orman Bakanlığı Kuruluş ve Görevleri hakkındaki kanunun 3. maddesinin 25. ve 26. fıkralarının ve aynı kanunun 12. maddesine dayanılarak Orman Bakanlığı'na bağlı olarak 17.02.1976 tarihinde Millî Parklar ve Avcılık Genel Müdürlüğü kurulmuştur.

**Amacı:** Biyolojik, jeolojik, morfolojik özellik ve doğal güzellik taşıyan tabiat alanlarında, ilmi araştırmalara imkân vermek ve halkın dinlenme eğlenme ihtiyaçlarını karşılamak, yurdumuzun av kaynaklarını çok yönlü, düzenli, sürekli, etkili ve verimli bir faydalanmaya tabi kılmak için geliştirmek, bilimsel araştırmalara yardımcı olmak, av turizminin inkişafına imkân hazırlamak ve böylece millî gelirimize katkıda bulunmaktır.

### Görevleri

1. Millî parkların planlamasında, tefriki ve işletilmesine ait esasları hazırlamak bu esaslara göre envanter yaparak tefriklerini, tekniklerine göre planlamalarını, planların uygulamaya konulmalarını, işletilmelerini, tanıtım ve denetim, bu konularda diğer kurum ve kuruluşlarla işbirliği ve koordinasyon iş ve işlemlerini yapmak.

Millî parklarda kurulacak kamu ve

özel sektör tesislerinin genel plana uygunluğunu, işletilmelerini; bu alanlarda vaki olacak izin ve irtifak tesis taleplerinin millî park genel planına uygun olarak sonuçlandırılması iş ve işlemlerini yapmak.

2. Orman içi dinlenme yerleri ile benzeri rekreasyonel alanların plan ve projelerini tesis etmek, işletmek ve denetlemek.

3. Yurdumuzda bütün avlakların planlanması, kurulması ve işletilmelerine ait esasları tesbit etmek. Ülkemiz av kaynaklarının envanterini yapmak, avlakolarak ayrılan alanların avlanma planlarını hazırlamak.

Bu devrede kurulan millî park: Ilgaz Dağı Millî Parkı-1976'dır.

## C) Üçüncü Devre ( 1980 - 1983)

Orman Bakanlığı kaldırıldıktan sonra bu konulardaki görevler tekrar Orman Genel Genel Müdürlüğü'ne bağlı Millî Parklar Dairesi çerçevesinde yürütülmeye çalışılmıştır.

Bu devrede tesis edilen millî parklar:

- Başkomutanlık Millî Parkı - 1981.

## D) Dördüncü Devre ( 1983 - 1991 )

09.08.1993 tarihinde yürürlüğe giren Millî Parklar Kanunu ve bu kanunun 6. maddesi millî parklar konusunda aşağıdaki şekilde yeni bir sistem getirmiştir:

**Madde 6 -** Millî Park, Tabiat Parkı, Tabiat Anıtı ve Tabiatı Koruma Alanı içinde kalıpta, bu kanunun uygulanması için gerekli olanlardan;

a) Hazineye ait taşınmaz mallar Tarım ve Orman Bakanlığı'nın talebi üzerine,

b) Devletin hüküm ve tasarrufu altında bulunan yerler re'sen Hazine adında tescilini takiben,

c) Yukarıdaki "a" ve "b" bentlerinde belirlenenler dışında kamu idareleri ile

**Millî parklar yasası da özünde topium hizmetine türlü amaçlarla yönelik bazı alanları korumaya aldığından, bu yönü ile çevre yasasına yakın ve benzer hizmetler üretmektedir. Bu bakımdan benzerlik taşıyan fonksiyonlar sözü geçen yasaların birbirine karşı değil, uyumlu olmaları gerektiği kanısındayız.**



kamu kurum ve kuruluşlarına ait taşınmaz mallar ve irtifak hakları 6830 sayılı istimlak kanununun 30. maddesi uyarınca belirlenecek bedelin ödenmesi şartıyla,

d) 189 sayılı Millî Savunma Bakanlığı iskan ihtiyaçları için sarfiyat icrası ve bu bakanlıkça kullanılan gayri menkullerden lüzumu kalmayanların satılmasına selahiyet verilmesi hakkında kanun hükümlerine tabi olan taşınmaz malların devrinde, Millî Savunma Bakanlığı'nın olumlu görüşü de alınarak Millî Parklar Fonu'ndan anılan kanun eseslarına göre ödenmesi şartıyla tahsis edilir.

Bu devrede tesis edilen millî parklar:

- Göreme Millî Parkı - 1986.
- Maçka Altındere Vadisi Millî Parkı - 1987.
- Boğazköy Alacahöyük Millî Parkı (Hattuşaş) - 1988.
- Nemrut Dağı Millî Parkı - 1988.

#### **E) Beşinci Devre ( 1991 - 1993 )**

1991 yılında yeniden Orman Bakanlığı kurulmuştur. Bu kuruluşa bağlı olarak (Millî Parklar ve Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü) kurulmuş ve bu genel müdürlük içerisinde millî parklar bir müstakil daire olarak, Millî Parklar Kanunu uygulaması ile görevlendirilmiştir.

Bu devrede kurulan millî parklar;

- Kapı Dağı Yanımadası Millî Parkı - 1993.

### **VII. Türkiye'de kanunlar bakımından milli park tesis ve uygulamalarının değerlendirilmesi**

#### **A) 56631 Sayılı Orman Kanunu ve Eklere**

1956 yılında yürürlüğe giren Orman Kanunu ve eklerinin hükümlerine göre (1993 yılına kadar) millî park tesisi orman sahaları için kanununun 25. maddesi-

ne göre, orman dışındaki millî parklar 3. maddeye göre saha orman rejimine alındıktan sonra tesis edilmiştir.

Millî Park karakteri gösteren sahaların tetkikinde esas gaye, muhafaza olarak ele alınmakta ve kısıtlı bir şekilde rekreasyon ve turizme açılmaktadır.

Bazı üniversite öğretim üyeleri ve Orman Genel Müdürlüğü mensupları millî parkları istihsal ormanı gibi düşünmekte ise de; millî parklar içinde master planın belirttiği sahalarda bakım ve onarım gayeli ve restorasyon için ormana müdahale edilebilir.

#### **B) İmar Kanunları ve Uygulamaları Bakımından Millî Parklar**

İmar Kanunları, kırsal ve çevre planları hususunda millî parklar tesis master planları ile planda birer kabul noktaları olması gerekmektedir. Kırsal planlarda belirtilen millî planların fiziksel planlanması ve kısıtlı rekreasyon ve turizm gayeli planlama çalışmaları da Millî Parklar Teşkilatı tarafından yapılmalıdır.

Kırsal planlarda ormanlık sahalarda tesis edilen millî parklar ve rekreasyon sahalarının orman rejimi içinde bulunmaları dolayısıyla yeniden imar kanunu uygulaması yönünden bir izine tabi tutulması gerekmektedir.

Uludağ Millî Parkı'nda olduğu gibi kırsal alan turizm planlaması yapılması, bu bakımdan milli park ilke ve prensipleri bakımından yanlış bir uygulamadır.

#### **C) 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu Karşısında Millî Park Uygulamaları**

Turizmi Teşvik Kanunu, turizm gayeli fiziksel planların yapılmasını ve bu planların turizm alan ve merkezlerinde uygulanması prensibini ortaya koymuştur. Bu planlar turizm yerleşme planları karakterindedir.

Millî park master planları ise turizme açılacak kısıtlı sahaları belirtmekte ve

**Uludağ Millî Parkı'nda olduğu gibi kırsal alan turizm planlaması yapılması, bu bakımdan milli park ilke ve prensipleri bakımından yanlış bir uygulamadır.**

bu sahalardaki turizm ünitelerinde yumuşak turizme uygun olması esas alınmaktadır.

Bu bakımdan 2634 sayılı kanundan sonra yürürlüğe giren Millî Parklar Kanunu'ndaki tesis ve planlama esasları ele alınması gerektiği halde Turizm Bakanlığı'nca millî park sahalalarının turizm gagesine göre planlanması için Millî Parklar Kanunu'na aykırı müdahaleler yapılması yanlış bir uygulamadır.

Bu konuda en güzel örnek, Beydağları Millî Parkı'ndaki yerleşmelerdir.. Millî park planına göre koruma-kullanma dengesi göz önünde tutularak turizme açılan sahada 27.000 yatak hesap edildiği halde, Turizm Bakanlığı bu yatak potansiyelini 45.000 yatağa çıkarmış ve neticede planın uygulanmasını yanlış yönlere çevirmiştir.

Öğrendiğimize göre Turizm Bakanlığı'nca yeniden yatak ilavesi düşünülmekte olduğu ve hatta rekreasyon sahalalarının turizme açılarak yeri oteller için izin verilmesi konusunda planlama yapıldığı öğrenilmiştir.

Bu uygulamaların bölgenin millî park planına göre durdurulması gerekmektedir.

Bu bakımdan millî parkların kuruluş ve tesis esasları dışında yapılacak müdahalelerin milli parklar konusundaki kurallara göre Orman Bakanlığı'nca itiraz edilmesi gerektiği düşüncesindeyiz.

Ülkemizde planlama yetkisi millî parklar için kanundaki esaslara göre yalnız Orman Bakanlığı'na aittir.

#### **D) Kültür Varlıklarını Koruma Kanunu Uygulaması Konusunda Millî Parklar**

Millî parklar kuruluş esasları içinde tarihi ve kültürel değerler de bulunmaktadır. Bu bakımdan tarihi sahalaların karakterini muhafaza ve korunması ilgili kanunda esas alınan cihetle, millî park

master planlarını bu kanunun esasına göre düzenlenmesi gerekmektedir.

Yukarıda Orman Kanunu dışında diğer kanunlarla millî parklar ilişkileri açıklanırken Uluslararası Millî Parklar Komisyonu'nun kuralları göz önünde tutularak değerlendirmeler yapılmıştır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde milli park planlama ve uygulamaları bu değerlendirmelerde dikkate alınmıştır.

#### **E) Çevre Yasası ve Millî Parklar**

Çevre Yasası özünde tüm kaynakları, sürdürülebilir kalkınma ilkelerini gözeterek korumaya yöneliktir. Bu kaynaklar canlı ve cansız olarak sınıflandırılmaktadır. Doğal kaynaklar başta ormanlar olmak üzere çevre konusu içerisine girmektedir.

Milli parklar yasası da özünde toplum hizmetine türlü amaçlarla yönelik bazı alanları korumaya aldığından bu yönü ile çevre yasasına yakın ve benzer hizmetler üretmektedir. Bu bakımdan benzerlik taşıyan fonksiyonlar sözü geçen yasaların birbirine karşı değil, uyumlu olmaları gerektiği kanısındayız.

#### **VIII. 2000 yılında millî parkçılık**

Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı, korunan alanlar için dünya düzeyinde turizmin yarattığı fırsatlar ve tehlikeler üzerine düzenlenen bir rapor yayımlamıştır. Bu rapor, koruma için gelir sağlayarak, koruma alanlarının himayesinde turizmin bir rolü olacağını göstermektedir. Ancak bu olumlu etki turizmin düzeyi, türü ve yönetiminin uygun olmasına ve bölgenin ağırlama kapasitesine saygı gösterilmesine bağlı kalacağına da işaret edilmektedir.

Bu kurala göre ülkemizde millî parkları turizm bakımından değerlendirilmesinde önemle göz önünde tutulacak hu-

**Millî parklar, kurulu amaçlarına uygun olarak rezerv koruma sahası ve açık hava müzeleridir. Bu rezervler kuşkusuz geleceğe yönelik ve özellikleri dolayısıyla çok önemlidirler.**

susların yeniden tesbiti gerektiği kanındayız.

Dünya turizminde korunan sahalarda büyük önem kazanmaktadır. Nitekim 1982 yılından günümüze kadar dünya yüzeyinin % 5'ini kaplayan 8500 çevre bakımından söz konusu hale gelmiştir.

### Sonuç ve öneriler

Dünyadaki uygulamalarla karşılaştığımızda millî parkçılıkta bulunduğumuz yer ve bu yönde uygulamada yapılabilecek düzeltmeler ve değişiklikleri aşağıda açıklıyoruz.

Millî parkların taşıdığı özelliklerin başlıcaları; biyolojik, jeolojik, tarihi, kültürel gibi.

Ayrımlar dikkate alınarak hem araştırma ve hem de tanıtım bakımından ayrı ayrı ele alınmak ve bu amaçla devamlı olarak bilim kuruluşları ile işbirliği yapılmak suretiyle konu hiçbir ihmale uğratılmamalıdır.

Millî parklar, kurulu amaçlarına uygun olarak rezerv koruma sahası ve açık hava müzeleridir. Bu rezervler kuşkusuz geleceğe geleceğe yönelik ve özellikleri dolayısıyla çok önemlidirler.

Millî parklarda nesli azalan bitki ve hayvan türlerinin de korunması ve araştırılması esas alınmalıdır. Bu yönde üniversitelerle sıkı bir işbirliğine girilmelidir.

Bu amaca uygun olarak millî parklara yabancı hayvan ve bitki türlerinin sokulmaması gereklidir.

Ülkemizdeki millî park çalışmaları bakımından öneri olarak sunduğumuz hususlar da şunlardır:

a) Her millî parkı özel kanuna dayandırılmalı ve en kısa sürede uluslararası standartlara uyumlu master detay planlara bağlanmalıdır.

b) Bu planların bölgesel ve çevre

düzenleme planlarında ve turizmin fiziksel planlarında kesin kabul noktası olarak yer alması suretiyle uygulamaya, arazi kullanma kararlarındaki karışmanın önlenmesi gerekmektedir.

c) Millî parkların ayrış özellik ve niteliklerine göre doğayı koruma alanları ile rekreasyona açılacak bölümlerin kesin sınırlarla belirlenmesi ve değişmezliği sağlanmalıdır.

d) Millî parkların özellikleri dikkate alınarak biyolojik (Bitkisel ve hayvansal), jeolojik, morfolojik, tarihi ve kültürel özelliklerini her millî park için bilimsel araştırma kurumları ile birlikte etüd edilmesi ilke haline getirilmesi ve müzeler tesisi ile ziyaretçilerin bilgisine sunulmalıdır.

e) Ülkemizde millî parkların kuruluşu ormancılar tarafından yapılmıştır. Örnek aldığımız Amerika'da ve Avrupa (Almanya'da) millî parklar ormancılar tarafından kurulmakta ve yönetilmektedir. Ancak, millî parkçılık peyzaj mimarı, tarihçi, biyolog, zoolog, arkeolog, mimar, ziraatçı gibi meslek temsilcilerinden oluşan bir ekibin yaratacağı ve uygulayacağı çalışma grubu faaliyetlerinin bütünü ile ortaya konabilir.

Bu bakımdan ülkemizde millî parkçılığın aynı ilke etrafında toplanan yukarıdaki meslek grupları ile birlikte devamlı bir ihtiyaç gösterdiği bir gerçektir. Bu eğitimlerin üniversitedeki öğretim üyeleri ile birlikte genel müdürlüğün uzmanları ve imkân olursa 30 yıldan beri millî parkçılığa gönül vermiş emekli arkadaşlarımızla birlikte, en az yılda bir defa yapılmasını gerçek bir ihtiyaç olarak görmekteyim.

f) Her millî parkın çevre halkıyla ilgisini kurmak üzere millî parkların amaçlarına uygun faaliyetlerinde yardımcı olacak gönüllü kuruluşlarla işbirliği yapılması gerekmektedir. □

**Millî parkçılık peyzaj mimarı, tarihçi, biyolog, zoolog, arkeolog, mimar, ziraatçı gibi meslek temsilcilerinden oluşan bir ekibin yaratacağı ve uygulayacağı çalışma grubu faaliyetlerinin bütünü ile ortaya konabilir.**

# Suç, şiddet, terörizm ve turizm

ÇEV.  
H. AYNUR PEHLIVAN

**S**iddet ve suç, hem turistik merkezler hem de birey olarak turistler açısından ciddi derecede önem taşımaktadır. Bir turist sadece soyulmakla kalmaz, aynı zamanda öldürülme tehlikesiyle de karşı karşıya kalabilir. Turistlerin yoğun olarak görüldüğü ülkelerde tanınmış gazetecilerin olayları rapor etmeleri, özellikle bu olaylar rezervasyon zamanlarına denk geliyorsa, turistik yörelerdeki iş düzeyini, doluluk oranlarını düşürmekte ve etkilemektedir. Peru'daki Sendero Luminoso eylemleri örneğinde olduğu gibi, ya da savaş hali gibi aşırı durumlarda şiddet, bir ülkenin turizm endüstrisini kısa ya da uzun dönemlerde baltalayabilir. Daha da aşırı şiddet ve sürekli tekrarlanan küçük suç eylemlerinde, müşterinin can güvenliğinin sağlanması durumu tur operatörlerinin kafalarında soru işaretleri doğurmaktadır.

Bu çalışma, suç ve şiddet eylemlerinin ayrıntılarını araştırmak için değil, ama daha çok turist yerleşim beldelerindeki suç ve rekreasyon arasındaki bağlantıyı analiz etmek için yapılmıştır. Bu da bir sınıflandırma yapılmasıyla, yani, turizm ve suç arasındaki ilişkiyi daha iyi açıklayabilen bir matriks önerilmesiyle ve de aynı zamanda tur operatörleri için bazı pratik uygulamaları içermesiyle başlamaktadır.

## Suç eylemlerinin sınıflandırılması

Şiddet ve turizm arasındaki ilişki şu noktalar arasında görülmektedir. Bir taraftan turistin gittiği yer tesadüfen suç bölgesi oluştururken, diğer taraftan tu-

ristlerin turistik faaliyetlerinde de terörist eylemlerinde olduğu gibi kasıt aranabilir. Aşağıda verilen sınıflandırmada bu noktalar incelenmektedir. Bundan dolayıdır ki, savaş hali ya da hükümetlerce kendi vatandaşlarına karşı şiddetin kullanıldığı turizmin yasak olduğu belde-lerde olduğu gibi diğer benzeri ilişkileri kapsamaktadır. Daha sonra gelişme gösteren durumlardaki örneklemeler çok daha yenidir. Örneğin; katılımcı olmasına rağmen, Ürdün, Körfez Savaşı sırasında turizmde önemli derecede azalma olduğundan yakınmıştır. Tianmen Meydanı'nda ya da Doğu Timor'daki güvenlik güçlerinin göstericiler üzerine ateş açmaları turizmi caydıran nedenler olmuştur. Her nedense, aşağıdaki sınıflandırmanın amacında, bu olayların daha önceden açıklanan çeşitlerinden farklı olduğu dünücesi yatmaktadır. Dolayısıyla, suç ve turizm arasındaki bağlantı çeşitliliği şöyle sınıflandırılabilir:

**1. Tür :** Turistler, gidilecek turistik yörelerin bağımsız doğasında olan bu suç eylemlerinin tesadüfi kurbanlarıdır. Böylelikle çoğu suç, yöre halkına karşı ve da turistin olmadığı beldelerdeki uyum içinde bulunan doğaya karşı yöneltilmiştir.

**2. Tür :** Suçlular tarafından kullanılan eylem yeri (turist yerleşiminin doğasından dolayı), kurbanları her zaman turistler olmamışlardır.

**3. Tür :** Suç eylemini arttıran bir yerleşim biriminden dolayı turistler kolaylıkla kurban olabilmektedirler. Bu durumda turistler sadece kurban değil, ay-

**Bu çalışma, suç ve şiddet eylemlerinin ayrıntılarını araştırmak için değil, ama daha çok turist yerleşim beldelerindeki suç ve rekreasyon arasındaki bağlantıyı analiz etmek için yapılmıştır.**

Hacer Aynur (Keservuran) Pehlivan, Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otelcilik Programı'nda öğretim görevlisidir. Chris Ryan, "Crime, Violence, Terrorism, and Tourism", Tourism Management, June 1993, vol. 14, No. 2.

nı zamanda saldırganlıklar da. Her iki durumda da suç karşılaştırılması yapıldığında, her nedense organize edilmiş olduğu görülmüştür, bir başka anlatımla, çoğu suçların bireyler ya da küçük guruplar tarafından işlendiği gözlenmiştir.

**4. Tür :** Suç eylemi, turist talebinin belirli türlerini karşılamak için organize edilir.

**5. Tür :** Organize olmuş terörist ve suçlu guruplar, belirli şiddet hareketlerini turist ve turist olanaklarına karşı işlerler.

Bu yazının amacında "suç" basit anlamda, hem turistin bulunduğu hem de gittiği ülkedeki yazılı ya da sözlü olarak verilen dava konusu olmuş, bir eylem olarak tanımlanmaktadır. Bir ülkede yasal olmayan, diğer ülkede de yasal değildir, anlamına gelmez. Bu da kısmen, turizm ile suç arasında bir bağlantısı olduğunun örneğidir. İngiltere'de genelev yasal değilken, Amerika'nın bazı bölgelerinde, Avusturalya'da durum aynı değildir. Bununla birlikte, turizm ve suç arasındaki ilişkiden yola çıkarak, turist seyahatlerinin yasal ya da yasal olmayan işlevliğinde değişkenlik olabileceği görülmektedir.

### Her bir türün analizi

#### 1. Tür: tesadüfen kurban olan turistler

Daha önceden de belirtildiği gibi, bu daha çok suçun direkt olarak yerli halka yöneltildiği durumlarda görülür.

Yankesici, hırsız ve benzeri suçluların, ya dikkatine maruz kalmış ya da fiziksel saldırısına uğramış turistlerin sayısı bölge halkının maruz kaldığının sayısından daha fazla değildir. Dolayısıyla turizm, özellikle suçluları harekete geçiren bir unsur olarak ele alınmamalıdır. Bu da, o yerleşim bölgesinde turizmin önemsiz olduğunu gösterir. Young ve

Butler'in açıkladığı gibi turist in yaşam tarzı ele alındığında seçilen turistik yer, gelişmesinin orta safhasındadır. Konvansiyonel olarak turist in gelişme gösteren bölgelere ilgi duyduğu varsayılır. Plog ise turizmin hedef alınan turistik bölgenin ekonomik faaliyetine önemsiz olduğunu varsayar. Diğer taraftan Davison'ın Miami örneğinde de değindiği gibi turistik olmayan bölgelerde de turistlere yönelik suçların işlendiği savunulur. Pearse'nin Kenya çalışmasında olduğu gibi, normalde turistlerin ziyaret edeceği belde olarak beklenmeyen zaman zaman günöbirlikçilerin ve tesadüfen avlanmaya gelen turistlerin ziyaret ettiği esnada gelişen kazalardır. Bu da demektir ki turistler bu suçlama durumunda, tesadüfi kurbanlardır, ve de bu durumda suç bölgesi, kısmen de olsa, turizm tarafından desteklenir.

#### 2. Tür: Suç bölgesi olarak turist in yerleşim yeri

Pearce, Mathieson, Wall ve Ryan turistik bölgenin özelliklerini belirleyen turist kültürüne değinmişlerdir. Bu özellikler şöyle açıklanabilir:

- Kısa süre kalan çok sayıdaki turistler,
- Mevsime göre çalışan çok sayıdaki işçiler,
- Ziyaretçi ile ziyaretçi, ziyaretçi ile işçi, ve de turist ile acenteler arasındaki geçici ilişkiler,
- Boş zaman ögesi temel motivasyon aktivitesidir,
- Turistler, normal yaşam tarzlarından daha özgürce yaşarlar,
- Para harcamada nisbeten sınır yoktur,
- İş kapasitesi yani çalışma turizmin önemini ortaya koyar,
- Olağanüstü ya da önemsiz ilişkiler.

**Şiddet ve turizm arasındaki ilişki şu noktalar arasında görölmektedir. Bir taraftan turist in gittiği yer tesadüfen suç bölgesi oluştururken, diğer taraftan turistlerin turistik faaliyetlerinde de terörist eylemlerinde olduğu gibi kasıt aranabilir.**

Turist faaliyetleri suç eylemlerinin doğmasına zemin hazırlar. Örneğin, Mafya babası Francisco Di Carlo otel, döviz bürosu, seyahat acentesi ve uyuşturucu ticareti amacıyla İngiltere'nin güneyinde açılan bir bardan oluşan işletmelere sahiptir. Uyuşturucu ticareti, Felixstowe'deki gümrük memurlarının ihraç edilmekte olan büro mobilyalarının içine saklanmış uyuşturucuyu 1985 yılında bulmalarıyla keşfedilmiştir. İspanya yakası Kuzey Amerika pazarı için, hem Kuzey Afrika, hem de Güney Amerika tarafından merkez seçilmiştir. 1989'da, Senidorm'da bir ambar baskının da polis 100 milyon doların üzerinde, 7.7 tonluk haşhaş buldu. Hem yasal olarak hem de yasadışı faaliyetlerde olmak üzere otel odaları amaç doğrultusunda kullanılmıştır. Bazen de otel işletmeleri tarafından sağlanan konferans çalışmaları terörist organizasyonları tarafından açıkça kullanılır. 1990 ve 1991 yılında Liberal Korsika milliyetçi cephesi, IRA gibi örgütlerden katılan delegelere bir konferans vermiştir. Diğer taraftan Sax ise, şehirlerdeki sorunları, yani; kuyruklar, gürül-

tü ve trafik gibi ciddi sorunları kırsal bölgelere taşıyarak turist gelişimine işaret etmektedir.

### 3. Tür: Şiddetli hazırlayan bir faktör olarak turizm

Honolulu'da, şehir ve köylerdeki polis kayıtlarının dökümüne bakıldığında ortalama yıllık suç oranları; adam soyma, hırsızlık, ev soyma gibi hırsızlık ve suç işleme oranlarının turistik bölgelerde daha yüksek olduğu tesbit edilmiştir.

Bununla birlikte, turistik ya da turistik olmayan bölgeler arasında suça yönelik faaliyetlerde farklılıklar olduğu görülmüştür. Avusturalya'da yapılan bazı çalışmalarda, sosyo-ekonomik anlamda şiddeti tanımlayacak olursak; turistik bölgelerin turistik olmayan bölgelerden farklılıklar gösterdiği görülür. Yüksek ya da orta düzeydeki statülerde beklenilenden daha çok şiddet olayları yaşanırken, daha düşük statülü ortamlarda beklenilenden daha az şiddet olayları yaşanmıştır.

Tur operatörlerinin sorunları açısından, turizm ve suç arasındaki ilişki kavramını incelediğimizde bir riske girmeksizin seyahatlerini sağlıklı geçirmelerini sağlamak, birinci maddayı oluşturmalıdır. Bu anlamda seçilen tatil bölgesi kendi başına bir tehlike oluşturabilir.

**Yunanistan'ın çirkin vuruşu**

■ TÜRK turizmini baltalamak amacıyla... legal ve illegal tün... a işbirliği yapıyor. Çir... Kürdistan Kurtulus Par... Jalarda billboardlara astı.

■ Yunanistan'ın dört bir yanında bulunan... Türk turizmini baltalamaya yönelik PKK... afişlerinin fotoğrafını çeken ve adının ya... zılmasını istemeyen bir Alman turist

**Stern Dergisi Türkiye'yi savaş ülkesi gösterdi!**

■ Alman Stern Dergisi, tehlikeli ülkeler sıralamasında Bosna ile aynı kategoriye koydu Türkiye'yi, savaş olan ülkeler arasında'nin yayını ektöründe

**Atina'nın ihaneti**

Kapalıcarsı... olarak bir turistin ölüm... idi. Teröristle...

**Kıbrıs'taki sok itiraflar**

**Stern'den turizme darbe**

**itiraflar**

**evlem hattını" anlattı**

**TURİZM**, Türkiye'de geleceği olan en önem... ve İspanya, İtalya, Portekiz gibi ülkelerine...

Suçta neden olan davranış biçimlerini ele aldığımızda, turistik ya da turistik olmayan merkezler arasında çok sayıda farklılıklar olduğu görülür. Bunlar neler olabilir: Şöyle ki, bazı uyuşturucu suçları, zaman zaman seks saldırıları, ya da günlük suç eylemlerinde (dükkân soy-mak, ya da benzeri hırsızlıklar gibi) kurbanlar ve genç suçlular arasında daha çok yöre halkı görülür. İstenilen suçun zamanı ve suçlunun tutuklanması arasında büyük ölçüde bir mesafe ve düşük oranda da temizlenme görülmektedir.

#### 4. Tür: Suç eyleminde turistlerin durumu

Turistlerin suç eylemi ile karşı karşıya kaldıkları durum anti-sosyal ya da kendi kendini yok eden davranış biçimleri şeklinde ortaya çıkabilir. Bu da en azından iki seviyede, yani, bireysel ve kurumsal olarak görülebilir.

**1. Bireysel Davranış:** Yasal ya da yasal olmayan davranış biçimi şeklindedir. Uyuşturucu alanlar ile hayat kadınları bu grubun içine girerler. Uyuşturucu ya da hayat kadınlığı gibi yasal olmayan yolların kullanımını sosyal açıdan kabul edilemez. Diğer bir taraftan gelişigüzel seks yaşantısı olan, barlara gidip aşırı derecede içki içip soyunan, uyuşturucu kullanan ya da benzeri yasal olmayan eylemlerde bulunan bireyler, sosyal açıdan bakıldığında da kabul edilemezler.

**2. Kurumsal Davranış:** Görevlilerin, satın aldıkları kara parçalarını ya da turistik yerleşim merkezlerini, çok uluslu otel organizasyonlarını oluşturmak için Türk hükümetlerinden izin alarak, turistik merkezleri meydana getirmede büyük ölçüde farklı değere tabii tutulmuştur, ve yasal olmayan yollara başvurulmuştur.

İkinci durumda tur operatörleri turistlerin turistik bölgelerdeki can güvenliği ve sağlıklarını koruyarak onlara o bölgede kalma olanaklarını sağlama durumunda kalabilirler.

**3. Tür: Terörizm :** Özel amaçlı (suç eyleminde turistler ve turist kaynakları) terörizm eylemlerine karşı turistlerin 1980 ortalarına doğru deneyim kazanmaları sonucunda; 1985-1987 süresinde İspanya'yı ziyaret eden İngiliz turistlerin sayıları % 18 artış göstermiştir. Bu da daha önceden uyarıda bulunulduğunu ve can kaybı olmadığını gösterir. Böylece, İspanya otoriteleri ve İngiliz tur operatörleri, İspanya'yı ziyaret etmenin güvenli olduğu kanısına varmışlardır.

Çok sayıdaki terörist eylemlerinde (1985'de Achill Laura'ya saldırılması; 1986'da ETA'nın pek çok oteli bombalaması; 1991'de Catalunca'da 100'ün üzerinde küçük çapta bombalama eylemlerinin gerçekleşmesi; 1990-1991'de Cosicana üzerine yapılan saldırılar; Ocak 1991'de 30 teröristin bir düzine turisti saatlerce rehin almaları; aynı ay, Anghone ve Porto Vecchio'da evlerin yakılması eylemleri; ayrıca, 1992'de gerçekleştirilen benzeri teröristik eylemler) İtalya'nın mafya örgütünün rolü olduğu düşünülmektedir.

Diğer taraftan turizme dönük tesisleri basarak, sörf dükkanlarını yakarak terörist eylemlerinde bulunan milliyetçi grupların turizm üzerindeki saldırıları da göz ardı edilmemelidir.

Turizme karşı yapılan terörist eylemlerden 1989 yılında Peru ciddi boyutlarda zarar görmüştür. 1990 ve 1991 yıllarında bu zarar yavaş yavaş kaybolmaya başlamış olup Sendero Luminass eylemleri etkisini kaybetmiştir.

Kapitalizme saldıran maoist felsefeci Abumael Guzman, turizme karşı yapılan eylemleri şöyle yorumlar:

1. Turizm, kapitalizmin simgesidir.
2. Turistlerin genelde varlıklı ülkelerden geldikleri kabul edilir.
3. Devlet destekli turizm, hükümetlerin simgesidir; bir başka anlatımla, turizme karşı yapılan saldırılar hükümete karşı yapılmış demektir.

**Başka bir açıdan bakıldığında; hem turizme hem de istenilen suçta, daha gelişmiş toplumlarda farklı oranlarda hoşgörü gösterildiğinde, davranış biçimlerinde sosyal açıdan mkabullenebilirlik derecesinde farklı yapılanmalar meydana gelmiştir.**

## Tur Operatörlerinin terörizmle ilgili sorunları

Tur operatörlerinin sorunları açısından, turizm ve suç arasındaki ilişki kavramını incelediğimizde bir riske girmeksizin seyahatlerini sağlıklı geçirmelerini sağlamak, birinci maddeyi oluşturmaktadır. Bu anlamda seçilen tatil bölgesi kendi başına bir tehlike oluşturabilir.

Bu durumda, tur operatörlerinin müşterilerini uyarmaları sınırlı olmakla birlikte, elbette ki kaçınılmazdır.

Bu uyarılar neler olabilir:

- Broşürde verilen ayrıntılı bilgiler,
- Seyahat acentesi aracılığıyla yer ayırtan müşteriye verilen ayrıntılı bilgiler,
- Müşterinin son ödemeyi yapması sırasında verilen ayrıntılı bilgiler,
- Biletlerin satıldığı anda sunulan açıklamalar, ve
- Gidilecek yere varıldığında verilen briefing vasıtasıyla müşteriler tur operatörleri tarafından uyarılmış olurlar.

Broşür vasıtasıyla belirtilen uyarı niyetleri zaman zaman yanlış anlamalara neden olduğundan; tur operatörünün bilet gönderme ya da hoş geldin partisi sırasında müşterilere gerekli uyarılarda bulunulmasının daha doğru olacağı kanısına varılmıştır.

Diğer bir boyutu ele alındığında ise, yaşanan durumların zaman zaman değişkenlik gösterdiği gözlenmiştir. Yer ayırtma ya da ayrılış zamanlarında aynı şeyler aynı uygunluğu göstermeyebilir. Dolayısıyla en sağlıklı, tur operatörü ile müşteri arasındaki en son konuşma, biletin satıldığı anda olmalıdır.

Tur operatörleri turistlere gidilecek yerle ilgili yaşanmış sıkıntı ve zorlukları anlatarak yalnızca kendileri için de-

ğil, aynı zamanda oteller, acenteciler ve benzeri sorumlulukları yüklenen departmanlar adına bir iş kaybı olsun korkusunu yaşamak istemezler. Olası tehlikelere karşı, müşterilerini uyararak tur operatörleri turistlerin gidilecek yere karşı isteksizlik içinde olduklarını görmüşlerdir.

## Sonuç

Kısaca bu çalışmanın sonucunu bağlayacak olursak; suç ve turizm arasında bir ilişki var mıdır yoksa yok mudur? sorusunu sormak doğru olmayabilir. Her ikisi de daha çok kent yaşam biçiminde artış gösteren, daha da önemlisi sosyal patlamaların göstergesidir. Turizmin sosyal ve psikolojik motivasyonları aile ve gruplar içindeki kompleks yapılanmalardan oluşmaktadır. Bu, aynı zamanda suç kavramı için de geçerlidir. Turizm ve suç arasındaki ilişki kavramı; her ikisinde de, sosyal daha da çok kültürel ve ekonomik sistemler tarafından formüle edilen türetilmiş eylem modelleri olduğunu açıkça göstermektedir.

Bu durum ise, gerçek olandan kaçma talebi olduğunu gösterir. Başka bir açıdan bakıldığında; hem turizme hem de işlenen suça, daha gelişmiş toplumlar da farklı oranlarda hoşgörü gösterildiğinde, davranış biçimlerinde sosyal açıdan kabullenebilirlik derecesinde farklı yapılanmalar meydana gelmiştir.

Eğer olaya daha geniş açıdan, yani sosyal bağlamda bakacak olursak, turizmin doğasında olan talep oranı turizmin gelişmesi açısından anlam kazanmaktadır.

Sonuç olarak, tur operatörlerinin müşterilerini turistik bölgenin doğası ile ilgili aydınlatmaları, gerekli bilgileri vermeleri şarttır. Paket turlara katılan müşterilerine kadar kaliteli serviste bulunurlarsa, müşteri açısından tatil olarak o paket o paket tur, eğlence anlamında da o kadar güvenli bir tatil, bir başka anlatımla para değerinde bir bütün olarak anlam kazanacaklardır. □

**Peru'daki Sendoro Luminoso eylemleri örneğinde olduğu gibi, yada savaş hali gibi aşırı durumlarda şiddet, bir ülkenin turizm endüstrisini kısa ya da uzun dönemlerde baltalayabilir.**



# Beşinci sayısında Anatolia Dergisi yazar indeksi

1990 yılının başından itibaren yayınlanan olan Anatolia Dergisi'nin bu sayısında dört yıllık yayın indeksi, yazar soyadına göre yayınlanmaktadır. Bu indeksin açıklaması aşağıdaki örnekte gibidir:

Ağaoğlu, O. Kemal: Türk turizminin en büyük sorunu ve çözümüne ilişkin bir öneri, 2/15-16, 1991, 19-21.

Burada;

(Ağaoğlu, O. Kemal) = yazar soyadı-adı  
(Türk turizminin en büyük sorunu ve çözümüne ilişkin bir öneri) = yazının başlığı,

(2/15-16) = yazının cilt / sayı numarası,

(1991) = yayınlandığı yıl, ve

(19-21) = sayfa numarasıdır.

## A

Ağaoğlu, O. Kemal: Türk turizminin en büyük sorunu ve çözümüne ilişkin bir öneri, 2/15-16, 1991, 19-21.

Ağaoğlu, O. Kemal çev. : Yerel yönetimler ve turizm, 23/31-32, 1992, 18-23.

Akdeniz, Semra : Çevre eğitimi, 4/1, 1993, 39-40.

Akkaya, Albatros: Terörizm ve turizm, 2/19-20, 1991, 28-31.

Akmel, Jale : Turizm hizmeti veren işletmeler ve belediyeler, 3/31-32, 1992, 14-15.

Akoğlan, Meryem, Otellerde kat hizmetleri (housekeeping) departmanının önemi ve görev alanları üzerine bir tartışma, 1/3-4, 1990, 43-44.

Akoğlan, Meryem - Okumuş, Fevzi : Stajyer öğrenci sorunları ve bu konuda bir anket çalışması, 2/19-20, 1991, 32-33 .

Akoğlan, Meryem : Turistik tesislerdeki personelin uyması gereken görgü kuralları, 4/3, 1993, 34-35.

Akoğlan, Meryem, çev. : Otel işletmelerinde housekeeping departmanının ekonomik denetimi, 4/6, 1993, 9-11.

Arasıl, Tansu: Termal suların sağlık alanında kullanımı, 2/17-18, 1991, 45-48.

Ataol, Alpay - Özmen (Timurçanbay), Ömür - Katrinli (Ergenç), Alev: Türkiye'nin tanıtılmasında turizm görevlilerinin rollerini algılamaları, 1/10-11-12, 1990, 4-12.

Ateş, Abdülkadir (röportaj) : Turistik arz kaynaklarını çeşitlendireceğiz, 3/25-26, 1992, 20-24.

Aydın, Ayşegül, çev ( Bratlie, Klaus ),: İş amaçlı seyahatler için havayolu taşımacılığını geliştirme, 1/6-7, 1990, 35-38.

Aydın, M. Erol, çev (Goodrich, Jonathan N) : Bir Amerikan turizm pazarlaması çalışması: Körfez Saşvaşı'nın etkisi, 3/29-30, 1992, 12-15.

Aydın, M. Erol, çev. (Monteson, Patricia): Doluluk oranlarının artırılmasında otellerde kür merkezlerinin önemi, 4/4, 1993, 27-30.

## B

Bakar, İsmail : Turizm ve dokümantasyon, 4/5, 1993, 16-17.

Bas, Daniela (çev. A. Aytuğ Şentürk): Sosyal ve kültürel turizm, 4/4, 1993, 13-14.

Başçı, Engin: Günümüzde kültür-sanat değerleri ve etkinliklerinin turizmle etkileşiminin düşündürdükleri, 1/1, 1990, 11-14.

Anatolia Dergisi'nin ilk sayısı Ocak 1990 tarihinde yayınlanmıştır. Bu indeks, ilk sayıdan itibaren ilk dört yıllık dönemde yayımlanan yazdaları içermektedir.

Başçı, Engin, Zamanımızın midas'ları, 1/3-4, 1990, 46-47.

Başçı, Engin: Başka dünyalara gerek yok, 2/15-16, 1991, 13-14.

Bayer, M. Zekai, Turizm - çevre ilişkileri, 1/8-9, 1990, 38-44..

Bayer, Zekai M.: 1990 yılında turistik konaklama tesislerindeki gelişmeler, sorunlar ve çözüm önerileri, 2/15-16, 1991, 15-18.

Bayer, M. Zekai : Turizm planlaması ve eko-sistem ilişkileri, 2/21-22, 1991, 34-36.

Bayer, M. Zekai : Millî parklar ve Türkiye açısından önemi ve alınması gerekli önlemler(1), 4/6, 1993, 22-25.

Betuyab: Çevreye duyarlı bir turizm, 2/21-22, 1991, 32-33.

Bilgi Merkezleri : Enfo Bilgi Erişim, 3/35-36, 1992, 4-5.

Bilgi Merkezleri : Türkiye Çevre Vakfı Dokümantasyon Merkezi, 4/1, 1993, 7.

Bilgi Merkezleri : TUGEV Dokümantasyon Merkezi, 4/2, 1993, 16.

Bilgi Merkezleri : Turizm Bakanlığı Kütüphanesi, 4/3, 1993, 26-27.

Bilgi Merkezleri : Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Bankası, 4/6, 1993, 20-21.

Bratlie, Klaus (çev. Ayşegül Aydın): İş amaçlı seyahatler için havayolu taşımacılığını geliştirme, 1/6-7, 1990, 35-38.

## C - Ç

Condrad, Karl-Var, Turgut: Johnson uzay merkezine olan talebin ve ekonomik etkilerinin belirlenmesi, 2/13-14, 1991, 4-9.

Cook, Raymond, Howell, Ricnard L. (çev. İlhan Koçer-Günay Yeşildoruk): Olimpiyatlar ve turizm, 1/2, 1990, 22-25.

Çağlav, Ali Tekin : Eber gölü sempozyumu, 3/31-32, 1992, 9-13.

Çağlav, Ali Tekin : Eber gölü bataklık olmamalı, 3/31-32, 1992, 28-29.

Çavdar, Ülker, çev (Miller, Stephen G.) : Masa üstü yayıncılığı ile menü oluşturma, 2/23-24, 12-14.

Çekirge, Nevin: Kaplıca mimarlığı ve kaplıcalarımız, 2/17-18, 1991, 40-44.

Çelebi, Hüseyin : Hoşrif şifalı suyunun özellikleri ve jeohidrokimyasal incelenmesi, 4/5, 1993, 18-21.

Çetiner, Ertuğrul, Konaklama işletmelerinde yenden değerlendirilme, 1/8-9, 1990, 27-30.

Çıldır, Nermin: Fuar çalışmalarının turizm açısından değerlendirilmesi, 2/13-14, 1991, 16-18.

Çıraklar, Nurcan, çev. (Stein, Bob) :Müşterilerinize ulaşmada özel ilgi dergilerinin önemi, 1/2, 1990, 29-30.

Çıraklar, Nurcan, çev. (Maas, Jane) : İyi bir broşür nasıl olmalıdır?, 1/5, 1990, 27-30.

Çolakoğlu, Osman E.: Uluslararası turizm talebine etki eden faktörler ve 1990'larda Türk turizmi, 1/3-4, 1990, 35-40.

## D

Dağdeviren, Saffet: İstanbul'un fethi üzerine, 2/15-16, 1991, 30-39.

Dağdeviren, Saffet: İlhan Koman; Anadolu heykeltraş, 2/19-20, 1991, 9-10.

Dağdeviren, Saffet: Anadolu'nun ilk çağları, 2/21-22, 1991, 4-7.

Dilek, Esra: Dostum Georgios'un mavi-beyaz ülkesi hakkında, 1/6-7, 1990, 45-48.

Demiray, Uğur, çev. (Leighefield, Margaret) : 2001 yılında boş zaman: "boş zaman toplumu" için bilgi, 1/3-4, 1990, 7-10.

Demiray, Uğur, çev. (Martin, Bill-Mason, Sandra): Boş zamanların değerlendirilmesi açısından geleceğin turizmi ve toplumsal yönelişler, 1/5, 1990, 3-6

Demiray, Uğur: Turizm konusunda temel bir kaynak: LRTA; leisure, recreation and tourism abstract, 1/8-9, 1990, 4-5

Demiray, Uğur: Kültürel iletişim bağlamında turizm madalyonunun öteki yüzü, 2/13-14, 1991, 43-48.

Demiray, Uğur : Aswan - Gap ama biraz da ekoloji, 3/31-32, 1992, 5-6.

Demiray, Uğur: Üniversitelerde boş zaman etkinliklerinin doğal hayatı korumaya yönlendirilmesi, 3/33-34, 1992, 15-20.

Demircioğlu, Güzin: Kırsal turizm nedir?, 4/5, 1993, 8-10.

Demirhan, Gıyasettin, Doğa turizmi ve düşündürdükleri, 1/8-9, 1990, 35-37.

Demirhan, Gıyasettin : Dağcılıkta spor-turizm-çevre ilişkisi, 3/33-34, 1992, 25-29.

Demirtaş, Halet - Özer, Nurten-Yüzbaşıoğlu, Nergis - Yamen, Ali : Türkiye'de kaplıca kullanımının bugünkü durumu, 3/31-32, 1992, 7-8.

Denizer, Dünder: Konaklama işletmelerinde fiyatın önemi ve fiyat farklılaştırması, 2/21-22, 1991, 23-25.

Döğeroğlu, Tuncay - Kara, Serap : Bazı özel atıkların insana ve doğaya etkileri (I), 3/35-36, 1992, 19-22.

Döğeroğlu, Tuncay - Kara, Serap : Bazı özel atıkların insana ve doğaya etkileri (II), 4/1, 1993, 19-21.

Döğeroğlu, Tuncay - Kara, Serap : Bazı özel atıkların insana ve doğaya etkileri (III), 4/2, 1993, 36-38.

Dressler, Peter : Doğayla birlikte yaşayabiliyor muyuz?, 3/31-32, 1992, 24-25.

## E

Eber gölü sempozyumu'nun ardından, 4/5, 1993, 28-30.

Ediz, Abdülaziz : Bir kongrenin ardından, 2/23-24, 1991, 30-31.

Emre, Cengiz : Gençlik turizmi konferans / workshop'u, 3/29-30, 1992, 26-28.

Ercenk, Giray : Turist rehberliği mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri, 3/25-26, 14-16.

Ergün, Esat : Eski yapılara yeni fonksiyonlar ve turizm alanında kullanımı, 1/3-4, 1990, 45.

Ergün, Esat, Türkiye'de sosyal ve kültürel bütünleşme faktörlerinden halk müziğinin önemi, 1/10-11-12, 1990, 30-35.

Ertekin, Ahmet, çev.(Seitz, Erwin): İmaj reklamının turizm pazarlamasındaki önemi, 1/1, 1990, 25-26.

Ertekin, Ahmet, çev. (Ficsher, Daniel) : SEP planlaması: turizm sektöründe başarıya ulaştıran strateji, 1/3-4, 1990, 41-42.

Evirgen, Muzaffer M.: Turizmin neresindeyiz?, 2/15-16, 1991, 8-9.

Evirgen, Muzaffer M. - Orhon, Rona : Turizm ve çevre değerleri açısından sulakalanların ülkemiz için önemi ve Eber gölü, 3/25-26, 1992, 30--31.

Evirgen, Muzaffer : Gökova'yı kim kurtaracak?, 4/2, 1993, 10-11.

Evliyaoğlu, Sait : Turizm ve halk kültürleri, 3/31-32, 1992, 37-38.

Evliyaoğlu, Sait : Folklor, tarım ve oyun, 4/5, 1993, 22-23.

Evyapan, Rafet: Turizm ambargosu konaklama tesislerinin fiyat indirimiyle delinebilir mi?, 2/19-20, 1991, 36-10.

## F

Ferrero, Daria de Bernardi (çev. N. Meral Doğu): Pamukkale'nin korunması üzerine düşünceler, 1/8-9, 1990, 17-18.

Ficsher, Daniel (çev. Ahmet Ertekin): SEP planlaması: turizm sektöründe başarıya ulaştıran strateji, 1/3-4, 1990, 41-42.

## G

Goodrich, Jonathan N. (çev. M. Erol Aydın) : Bir Amerikan turizm pazarlaması çalışması: Körfez Savaşı'nın etkisi, 3/29-30, 1992, 12-15.

Gelendost, Saynur : 8 Mayıs "Gökova çıkartması" ve sonrası, 4/3, 1993, 18-19.

Gökdeniz, Ayhan, Paket turlar ve üretim safhaları, 1/10-11-12, 1990, 44-48.

Gökdeniz, Ülkemize düzenlenen paket turlarda tur operatörlerine ve bölgelere göre fiyat karşılaştırma analizleri, 2/13-14, 1991, 39-42.

Gökdeniz, Ayhan: Turizm eğitimi sempozyumu, 2/19-20, 1991, 25-27.

Güler, Deniz : Çocuk ve çevre ilişkisi, 3/33-34, 1992, 32-33.

Güler, Deniz : Çizgi filmlerin kültürel işlevleri, 3/35-36, 1992, 14-16.

Gülersoy, Çelik: Turizm manifestosu, 1/3-4, 1990, 3-6.

## H

Adnan Hastürk, çev. (M. Schwaninger) : 2000-2010 yılları için boş zaman yaklaşımları ve turizm, 1/1, 1990, 15-18.

Hastürk, Adnan: Turizm pazarlamasında halkbilimin yeri ve önemi, 1/2, 1990, 11-13

Hatfield, Doris - Winter, Crisme (Çev. Meryem Akoğlan - Gökçe Şahin) : Otel işletmelerinde housekeeping departmanının ekonomik denetimi, 4/6, 1993, 9-11.

Higgins, Gary J. (çev. Ayşegül Aydın): Başarılı bir yiyecek-içecek yöneticisinin kişilik özellikleri, 1/1, 1990, 31-32.

## I - İ

İçöz, Orhan: Enflasyonun turizm sektörüne etkileri, 2/13-14, 1991, 19-21.

İçöz, Orhan : Turizm sektörünün gelişmesinde insan unsurunun önemi, 2/23-24, 1991, 15-18.

## K

- Kahraman, Nüzhet: Turizm yatırımları ve teşvikler, 1/2, 1990, 5-7.
- Kahraman, Nüzhet: Kıyı yoğunlaşması, 1/5, 1990, 11-12
- Kahraman, Nüzhet: Sağlık turizmi kapsamında kaplıcalarımızın yeri ve önemi, 2/15-16, 1991, 10-12.
- Kahraman, Nüzhet : Dünya turizmi ve Türkiye, 4/2, 19/93., 32-33.
- Kapadokya'nın koruma, geliştirme ve tanıtması "workshop" sonuç raporu, 1/6-7, 1990, 39-42.
- Kara, Serap : Tehlikeli ve toksik atıklar, 3/31-32, 1992, 33-36.
- Kara, Serap : Eskişehir'de kollokyum/panel ve çevre, 3/33-34, 1992, 23-24.
- Kara, Serap-Döğeroğlu, Tuncay : Bazı özel atıkların insana ve doğaya etkileri (i), 3/35-36, 1992, 19-22.
- Kara, Serap - Döğeroğlu, Tuncay : Bazı özel atıkların insana ve doğaya etkileri(ii), 4/1, 1993, 19-21.
- Kara, Serap : Bazı özel atıkların insana ve doğaya etkileri (iii), 4/2, 1993, 36-38.
- Karasu, Tanju, Kongre turizmi üzerinde düşünceler, 1/6-7, 1990, 32-34.
- Karasu, Tanju, Turizmde tanıtma üzerine, 1/8-9, 1990, 31-36.
- Kartarı, Asker, Türk folklorunun turizme entegrasyonu ve halkbilim eğitimi, 2/13-14, 1991, 10-15.
- Kartarı, Asker, çev. (Gerhard Th. Ongyerth) : Kültürel ilişki olarak turizm, 2/19-20, 1991, 11-13.
- Kartarı, Asker : Alman halkbiliminde gelenek araştırmaları üzerine, 4/4, 1993, 18-21.
- Katrinli(Ergenç), Alev- Ataol, Alpay-Özmen (Timurçanbay), Ömür: Türkiye'nin tanıtılmasında turizm görevlilerinin rollerini algılamaları, 1/10-11-12, 1990, 4-12.
- Kaya, Bayram: Tanıtma yöntemi olarak lobcilik, 1/3-4, 1990, 24-29.
- Kaya, Bayram : Tanıtmanın tanımları, boyutları ve amaçları, 2/27-28, 1992, 4-10.
- Kavafoğlu, Meryem, çev. (Kreul, Lee M):Menü planlamasının psikolojik boyutları, 1/1, 1990, 19-24.
- Kılıç, A. Yavuz : Doğa tarihi müzeleri ve önemi, 3/35-36, 1992, 35-37.
- Kıraç, Sühendan (Karasuz)-Sezer, G. Aslı : Doğanın uçan süslü canlıları: kuşlar, 3/31-32, 1992, 16-17.
- Kıvanç, Merih : Çevre kirliliğinin giderilmesinde mikroorganizmalar, 4/2, 1993, 14-15.65.

- Knutson Bonnie J. (çev. Metin Kozak): Müşteriyi tatmin etmenin on kuralı, 1/2, 1990, 26-28.
- Koçak, Nilüfer, çev. ( Lewis, Robert C.) : Konaklama pazarlaması: bir içsel yaklaşım, 2/21-22, 1991, 11-15.
- Kozak, Metin, Mersin'de İçel ve turizm konulu panel..., 1/8-9, 1990, 47.
- Kozak, Metin , çev. (Zafar, Ahmad) : Bir pazarlama faaliyeti olarak olumsuz bir imajın düzeltilmesi, 3/29-30, 1992, 8-11.
- Kozak, Metin : Çevre kirliliğinin oluşum nedenleri, 3/31-32, 1992, 30-32.
- Kozak, Nazmi: Turizm: barış endüstrisi, 1/1, 1990, 6-10.
- Kozak, Nazmi: 1980-1986 yılları arasında "eğlence, gezi, ziyaret" amacıyla Türkiye'ye gelen yabancıların kalış süreleri ve bu sürelerde oluşan değişimler, 1/2, 1990, 8-10.
- Kozak, Nazmi-Hastürk Adnan: Mustafa Türkmen; "Her isteyen otel müdürü olamayacak" (Turizm Bakanlığı müşteşarı Mustafa Türkmen ile röportaj), 1/2, 1990, 16-21.
- Kozak, Nazmi:Türkiye turizminde koruma - kullanma dengesini oluşturmanın zamanı gelmedi mi?, 1/3-4, 1990, 11-13.
- Kozak, Nazmi- Başçı, Engin: 2000'li yıllara doğru Türk turizminin durumu ve AT olayı sempozyumu yapıldı, 1/3-4, 1990, 14-23.
- Kozak, Nazmi: Turban Turizm A.Ş. Genel Müdürü Mehmet Özdemir; Turizm dünya barışını getirecektir (röportaj), 1/3-4, 1990, 30-34.
- Kozak, Nazmi: Türkiye'de üniversite düzeyi mesleki turizm eğitimi ve sektörle uyumsuzluğunun neden olduğu sorunlar, 1/5, 1990, 21-26.
- Kozak, Nazmi: TÜRSAB Başkanı Bahattin Yücel; "Seyahat acenteleri Türkiye'de turizm sektörünün motorudur" (röportaj), 1/8-9, 1990, 19-26.
- Kozak, Nazmi: Saffet Yatağan; "Seyahat acentaları Türkiye'de turizmi öldürüyor" (röportaj), 1/6-7, 1990, 21-31.
- Kozak, Nazmi: Prof.Dr. Turgut Var: Turizmde arz talebi yaratacaktır diye bir kural yoktur" (röportaj), 1/10-11-12, 1990, 23-29.
- Kozak, Nazmi: 1. ulusal turizm kongresi'nin ardından, 1/10-11-12, 1990, 36-40.
- Kozak, Nazmi: Mukadder Sezin; Yabancı tur operatörlerinin yıllardır Türk turizmi üzerinden oynadıkları oyunlara artık son verilmelidir" (röportaj), 2/13-14, 1991, 22-30.

Kozak, Nazmi: Özgen Acar; "Ekonomik önlemler getirilmeden eski eser kaçakçılığı durdurulamaz" (röportaj), 2/15-16, 1991, 22-29.

Kozak, Nazmi :Engin Ural; Çevre Bakanlığı'ndan kısa sürede çok şeyleri başarması beklenmemeli (röportaj), 2/19-20, 1991, 14-9.

Kozak, Nazmi: Doç.Dr. Muzafeer Evirgen; Gökova'da termik santral yapımının tutarlı bir gerekçesi yoktur (röportaj), 2/21-22, 1991, 16-22.

Kozak, Nazmi: Turizmde bir krizin ardından, 2/21-22, 1991, 37-40.

Kozak, Nazmi-Yeşiltaş Mehmet : II. ulusal turizm kongresi, 2/23-24, 1991, 9-11.

Kozak, Nazmi : Başaran Ulusoy; Turizmde ekonomik ve siyasal istikrar önemlidir (röportaj) , 2/23-24, 1991, 23-26.

Kozak, Nazmi : Bodrum ve yöresindeki mevsimlik otel işgörenlerinin sorunları, 2/23-24, 1991, 32-38.

Kozak, Nazmi : 1. tanıtma şurası'nın ardından, 2/27-28, 1992, 20-24.

Kozak, Nazmi : Haymana'daki termal turizmi paneli'nden çıkan sonuç: "termal turizmi teşvik edilmelidir", 3/29-30, 1992, 18-20.

Kozak, Nazmi : Termal turizmi işletmeciliği ve önemi, 3/29-30, 1992, 33-38.

Kozak, Nazmi : Türkiye'de termal turizmi sempozyumu yapıldı, 3/33-34, 1992, 9-13.

Kozak, Nazmi : II. Afyon balneoloji sempozyumu, 3/35-36, 1992, 11-13.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Turban, 3/35-36, 1992, 3.

Kozak, Nazmi : Gökova'da bir "inat abidesi", 4/2,1993, 8-18.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Gökova, 4/2, 1993, 3.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Türkiye turizmi nereye gidiyor?, 4/2, 1993, 3.

Kozak, Nazmi : Artun Çağlayan; Yat turizmi 1992 yılında 1 milyar dolar döviz kazandırdı (ropörtaj), 4/3, 1993, 12-14.

Kozak, Nazmi : OECD kaynaklı turistlerin sayısı giderek azalıyor, 4/3, 1993, 20-21.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Akıntıya kürek çekmek, 4/3, 1993, 3.

Kozak, Nazmi : Bırakın bazı güzellikler de bizden sonrakilere kalsın, 4/4, 1993, 16-17.

Kozak, Nazmi : Anatolia'dan: Turizmcilerin eski eserlere bakışı, 4/4, 1993, 3.

Kozak, Nazmi : IV. ulusal turizm kongresi'nin ardından, 4/5, 1993, 24-26.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Günü kurtarmak, 4/5, 1993, 3.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Anatolia 4. yayın yılını doldururken, 4/6, 1993, 3.

Kozak, Sabah : Otel rezervasyonları (otel yönetiminde rezervasyonunun yeri ve önemi), 4/1, 1993, 33-36.

Kozlu, Cem: Türk Hava Yolları'nın Türk turizmi içindeki yeri ve önemi, 1/6-7, 1990, 14-17.

Körükçü, Nazım, Turizmin Türkiye ekonomisi içindeki yeri ne olmalıdır?, 1/1, 1990, 33-34.

Körükçü, Nazım, Bodrum notları..., 1/6-7, 1990, 17-20.

Körükçü, Nazım: Türkiye turizmi üzerine notlar, 2/19-20, 1991, 34-35.

Körükçü, Nazım : Pamukkaleler kurtarılmalı, 2/23-24, 1991, 27-29.

Kıral, Mehmet : Kıbrıs'a yerleşen Türk uyruklular, 4/6, 1993, 26-27.

Kreul, Lee M. (çev. Meryem Kavafoğlu): Menü planlamasının psikolojik boyutları, 1/1, 1990, 19-24.

Küçüktopuzlu, Faik, Turizm ve rekreasyon olgusunun geleceği, 1/8-9, 1990, 45-46.

Külahçı, Mehmet : GAP bölgesinde turizm potansiyeli : Yesemek taşocağı ve heykel atelyesi, 4/3, 1993, 28-30.

Künar, Arif : Nükleer enerji nedir, ne değildir?, 4/2, 1993, 18-22.

## L

Leighefield, Margaret (çev. Uğur Demiray): 2001 yılında boş zaman: "boş zaman toplumu" için bilgi, 1/3-4, 1990, 7-10.

Lewis Robert C. (çev. Nilüfer Koçak) : Konaklama pazarlaması: bir içsel yaklaşım, 2/21-22, 1991, 11-15.

## M - N

Maas, Jane (çev. Nurcan Çıraklar): İyi bir broşür nasıl olmalıdır?, 1/5, 1990, 27-30.

Martin, Bill-Mason, Sandra (çev. Uğur Demiray): Boş zamanların değerlendirilmesi açısından geleceğin turizmi ve toplumsal yönelişler, 1/5, 1990, 3-6.

Maviş, Fermani : Otel reklamcılığının ABD'deki gelişimi, 4/6, 1993, 14-18.

Mertoğlu, Orhan: Jeotermal kaynakların değerlendirilmesi, 2/17-18, 1991, 33-34.

Miller, Stephen G. (çev. Ülker Çavdar) : Masa üstü yayıncılığı ile menü oluşturma, 2/23-24, 12-14.

Miller, Stephen G. (çev. Özgür Uysal) : Basitleştirilmiş menü maliyetleri kutuçizimi, 4/6, 1993, 28-31.

Monteson, Patricia ( çev. M. Erol Aydın) : Doluluk oranlarının artırılmasında otellerde kür merkezlerinin önemi, 4/4, 1993, 27-30.

Nazlıoğlu, Meral Dinçer: Çevre duyarlılığı ve turizm, 2/19-20, 1991, 6-8.

## O - Ö

Okumuş, Fevzi - Akoğlan, Meryem: Stajyer öğrenci sorunları ve bu konuda bir anket çalışması, 2/19-20, 1991, 32-33.

Ongyerth, Gerhard Th. (çev. Asker Kartarı): Kültürel ilişki olarak turizm, 2/19-20, 1991, 11-13.

Orhon, Rona- Evirgen, Muzaffer M.: Turizm ve çevre değerleri açısından sulakalanların ülkemiz için önemi ve Eber gölü, 3/25-26, 1992, 30--31

Ömürgönülşen, Uğur: Turizm ve çevre ilişkileri üzerine eleştirel bir bakış, 1/2, 1990, 31-34.

Ömürgönülşen, Uğur: Turizm ve çevre konferansı'nın ardından, 1/8-9, 1990, 6-10.

Önce, Günal : Turizm pazarlamasında tanıtma ve imaj geliştirme, 2/27-28, 1992, 31-33.

Özbek, Toros: Dünyada ve Türkiye'de termal turizmin önemi, 2/17-18, 1991, 15-29.

Özdemir, Mehmet, Turizm, Avrupa Topluluğu ve turizm, Avrupa Topluluğu, turizm ve Türkiye, 1/5, 7-10.

Özdemir, Mehmet, Endüstri ihtilali ile sosyoloji ve turizm ilişkisi, 1/6-7, 1990, 4-9.

Özdemir, Mehmet : Turizmde balayı dönemi ne zaman bitti?, 3/25-26, 1992, 11-13.

Özdemir, Mehmet : Görüşmeler sırasında Kıbrıs Türklerinin sosyal tepkileri ve KKTC turizmi, 3/29-30, 199,21-25.

Özdemir, Mehmet : Talih oyunları salonları, 3/33-34, 1992, 34-37.

Özdemir, Mehmet : Turban dosyası: Türk turizm tarihi içinde Turban'ın yeri ve önemi, 3/35-36, 1992, 23-34.

Özdemir, Mehmet : Turizm işletmelerinde hizmetiçi eğitim modeli ve "Turban" modeli, 4/1, 1993, 24-32.

Özdemir, Mehmet : Kıbrıs sorununda kamuoyu üzerindeki dış faktörler, 4/2, 1993, 28-31.

Özdemir, Mehmet : Cumhuriyetin 70. yılında Türk turizmi (1923-1993), 4/3, 1993, 8-11.

Özdemir, Mehmet : Ayın Yorumu: Turizm, Türkiye'nin millî bir meselesidir, 4/3, 1993, 40.

Özdemir, Mehmet : Turizm tarihinden : iki makale, 4/4, 1993, 8-12.

Özdemir, Mehmet: Ayın Yorumu: Turizmimizde de "birleşik kaplar" kaderi kaçınılmaz mı olacak?, 4/4, 1993, 40.

Özdemir, Mehmet : Turizmle ilgili sosyal yapı araştırmalarında metodoloji denemesi, 4/5, 1993, 11-14.

Özdemir, Mehmet: Ayın Yorumu: İnsan, ille de insan, 4/5, 1993, 32.

Özdemir, Mehmet : Dostum Hasan Zafer Doğan'ın ardından, 4/6, 1993, 6-8.

Özdemir, Mehmet: Ayın Yorumu: ITB Berlin-1994 ve Türk Turizmi, 4/6, 1993, 32.

Özer, Atilla : Turizm kuruluşlarının sanata katkısı sorumlulukları, 3/33-34, 1992, 21-22.

Özer, Nurten: Kaplıca hekimliğinin çağdaş gelişimi, 2/17-18, 1991, 35-39.

Özer, Nurten : XI. uluslararası dünya termalizm kongresi'nin değerlendirilmesi, 3/29-30, 18992, 4-8.

Özer, Nurten-Yüzbaşıoğlu, Nergis - Yamen, Ali - Demirtaş, Halet:Türkiye'de kaplıca kullanımının bugünkü durumu, 3/31-32, 1992, 7-8.

Özmen, Remzi : Çevre; yine devlet için, devletle, 4/2, 1993, 23-24.

Özmen (Timurçanbay), Ömür- Katrinli(Ergenç), Alev- Ataoğ, Alpay: Türkiye'nin tanıtılmasında turizm görevlilerinin rollerini algılamaları, 1/10-11-12, 1990, 4-12.

Özülker, Uluç, Tanıtma ve Türkiye'nin tanıtılması, 1/8-9, 1990, 11-16.

## P

Pehlivan, Yasemin : Üçüncü yaş turizmi ve Türkiye açısından önemi, 4/4, 1993, 24-26.

Peser, M. Kemal, çev.(Sheldon, Pauline J.): Tur operatörlüğü endüstrisi, 1/1, 1990, 27-30.

Pınar, İge : Uluslararası turizm pazarlamasında tanıtım planı geliştirme teknikleri ve ulusal tanıtım, 2/27-28, 1992, 25-30.

Pınar, İge : Turizmin doğal çevreye etkileri ve çevrenin korunması, 4/3, 1993, 15-17.

"Pamukkale'yi koruyalım, yaşatalım sempozyumu" sonuç bildirgesi "Barışa ve geleceğe uzanan köprüde Pamukkale", 1/6-7, 1990, 11-13.

## R

Rızaoğlu, Bahattin, Ülkemizde zaman bölüşümlü tatil konutlarının sosyal ve psikolojik işlevselliği üzerine, 2/13-14, 1991, 35-38.

Rızaoğlu, Bahattin: Gezi esnasında sağlık açısından menünün önemi, 2/15-16, 1991, 40-46.

Rızaoğlu, Bahattin: Menü planlama ve geliştiriminin amaçları, 2/19-20, 1991, 20-24.

Rızaoğlu, Bahattin: Menü'nün işlevleri, 2/21-22, 1991, 8-10.

Rızaoğlu, Bahattin: Menü planlama ve geliştirmede önemli sorunlar, 2/21-22, 1991, 28-31.

Rızaoğlu, Bahattin : Turizmde tanıtma ve hatalarımız, 3/27-28, 1992, 34-40.

Rızaoğlu, Bahattin : Menü planlaması ve yiyecek-içecek tesislerinin mimarı tasarımı üzerine, 3/25-26, 1992, 17-19.

## S - Ş

Şahin, Gökçe - Akoğlan, Meryem, çev. (D. Hatfield-C. Winter) : Otel işletmelerinde housekeeping departmanının ekonomik denetimi, 4/6, 1993, 9-11.

Saraç, Salih : Konaklama işletmelerinde stokların denetimi, 2/23-24, 1991, 19-21.

Saraç, Salih : Konaklama işletmelerinde günlük hasılat raporunun oluşumu (satışların muhasebe kayıtları için esas verinin elde edilmesi), 3/25-26, 1992, 28-29.

Schwaninger, M. ( çev. Adnan Hastürk ) : 2000-2010 yılları için boş zaman yaklaşımları ve turizm, 1/1, 1990, 15-18.

Seitz, Erwin (çev. Ahmet Ertekin): İmaj reklamının turizm pazarlamasındaki önemi, 1/1, 1990, 25-26.

Sektöre yeni bir finansman yapısı getirilmelidir (Beylan Öz ile yapılan röportaj), 4/2, 1993, 34-35.

Sheldon, Pauline J. (çev. M. Kemal Peser): Tur operatörlüğü endüstrisi, 1/1, 1990, 27-30.

Susar, Filiz : Turizm ve toplumsal yapı: Kaş yöresinin değerlendirilmesi, 3/25-26, 8-10.

Stein, Bob (Çev. Nurcan Çıraklar) : Müşterilerinize ulaşmada özel ilgi dergilerinin önemi, 1/2, 1990, 29-30.

Şahin, Yalçın : Türkiye'nin biyolojik zenginlikleri ve turizm, 3/31-32, 1992, 26-27.

Şahin, Yalçın : Doğada çirkin-güzel ayırımı yapılmamalı, 3/35-36, 1992, 8-10.

Şahin, Yalçın - Zeytinoğlu, Melih : Radyasyonun biyolojik etkisi, 4/1, 1993, 37-38.

Şentürk, A. Aytuğ, çev. (Bas, Daniela): Sosyal ve kültürel turizm, 4/4, 1993, 13-14.

Şimşek, Mustafa Yaşar - Yeşiltaş, Mehmet : Turizm sektöründe entegrasyon ve ülkemiz turizm işletmeciliği açısından önemi, 3/25-26, 1992, 25-27.

Şimşek, Mustafa Yaşar : Türkiye'de turizm kooperatifçiliği, 3/25-26, 1992, 33-34.

Şimşek, Şakir: Türkiye'de termal kaynaklarının potansiyeli ve genel özellikleri, 2/17-18, 1991, 5-12.

Şener, Burhan : Modern otel işletmelerinde planlama kavramı ve stratejik planlama, 3/25-26, 1992, 35-40.

Şentürk, Nizamettin: Ülkemizin madensuyu potansiyeli, 2/17-18, 1991, 1314.

## T

Taner, Bahar : Beş yıldızlı otellerde çalışanların iş tatmininin değerlendirilmesi, 4/3, 1993, 22-24.

Tekeli, İlhan, Kapadokya turizm geliştirme bölgesinde planlama üzerine düşünceler, 1/6-7, 1990, 43-45.

Tekin, Abdullah, Doğal değerlerin turizm amaçlı kullanımı, 1/10-11-12, 1990, 41-43.

Tekin, Abdullah: Tarihsel değerlerimizin korunması ve işlevselliği üzerine, 2/15-16, 1991, 5-7.

Tekin, Abdullah: Antalya'da uygulanan kitle turizmi politikası değiştirilmelidir, 2/19-20, 1991, 4-5.

Tekin, Abdullah : Turizm üzerine bazı saptamalar, 3/35-36, 1992, 6-7.

Tekin, Abdullah : Turizm sektöründe 1992'den 1993'e bakış, 4/1, 22-22.

Tekin, Abdullah : Doğa ve kültür yağması önlenmeli, 4/2, 1993, 12-13.

Tekin, Abdullah: Sektör'den: Seyahat acenteleri yeniden yapılandırılmalıdır, 4/2, 1993, 40.

Tekin, Abdullah : Macar turistlerin düşündürdükleri, 4/3, 1993, 32-33.

Tekin, Abdullah: Sektör'den: Turizmde eğitim sorunu, 4/3, 1993, 25.

Tekin, Abdullah: Sektörden: Şekero kardeşler usulü dış politika ve turizm, 4/4, 1993, 15.

Tekin, Abdullah: Sektör'den: Turizmci ve politika, 4/5, 1993, 15.

Tekin, Abdullah: Sektör'den: Yerel seçimlerin önemi, 4/6, 18993, 19.

Termal turizm alanında örnek bir kuruluş: Turban Yalova Termal, 2/17-18, 1991, 30-32.

Terzibaşoğlu, Esen: Otelcilik ikram ve turizm eğitim politikası, 1/5, 1990, 17-18.

Tolungüç, Ahmet: Çağdaş turizm ve barış, 2/13-14, 1991, 31-34.

Tolungüç, Ahmet : Tanıtım ve imaj, 2/27-28, 1992, 11-19.

Turizm alan ve merkezlerinin ilanına ve buralardaki teşviklere ilişkin esaslar, 3/33-34, 1992, 30-31.

Turizmin ana politikası henüz belirlenmemiştir (Hacettepe Üniversitesi Ankara Meslek Yüksekokulu Müdürü Prof.Dr. Doğan Tuncer ile röportaj), 1/5, 1990, 13-16.

Turizmde balayı dönemi bitti, 2/21-22, 1991, 26-27.

Türkiye'de nükleer enerji sorgulanıyor, 4/2, 1993, 17-22.

Türkiye turizm eğitiminde çağ atladı, 4/3, 1993, 31.

Türksoy, Adnan : Turizm işletmelerinde imaj nasıl geliştirilir?, 4/4, 993, 22-23.

Tütüncü, Özkan : Yiyecek-içecek işletmelerinde standart maliyetleme, 4/3, 1993, 36-38 .

## U - Ü

Ulutak, Nazmi : "Tatilde" görüntüleme üzerine bir yazı, 4/6, 1993, 12-13.

Usal, Alpaslan: Turizmin sosyo-kültürel etkisi ve bir araştırma, 1/10-11-12, 1990, 13-22.

Usal, Alpaslan : Ulusal rekreasyon işletmesi, 3/29-30, 1992, 29-32.

Uysal, Özgür , çev. (S. G. Miller) : Basitleştirilmiş menü maliyetleri kutuçizimi, 4/6, 1 993; 28-31.

Ülkemizde turizm eğitimi ters duran bir piramit gibi(Anadolu Otelciler Birliği Başkanı Beylan Ö. ile yapılan röportaj), 1/5, 1990, 19-20.

Ülkü, Hakkı: Aliğa'da çevre sorunları ve nedenleri 2/23-24, 1991, 6-8.

Ünal, O levent: İnsanoğlu kendi sonunu mu hazırlıyor?, 1/2, 1990, 14-15.

Ünal, Tankut : Yerel yönetimler ve turizm, 3/25-26, 1992, 5-7.

## V

Var, Turgut-Conrad, Karl: Johnson uzay merkezine olan talebin ve ekonomik etkilerinin belirlenmesi, 2/13-14, 1991, 4-9.

Yamen, Ali - Demirtaş, Halet - Özer, Nurten-Yüzbaşıoğlu, Nergis : Türkiye'de kaplıca kullanımının bugünkü durumu, 3/31-32, 1992, 7-8.

## Y

Yeşiltaş, Mehmet - Kozak, Nazmi : II. ulusal turizm kongresi, 2/23-24, 1991, 9-11.

Yeşiltaş, Mehmet - Şimşek, Mustafa Yaşar : Turizm sektöründe entegrasyon ve ülkemiz turizm işletmeciliği açısından önemi, 3/25-26, 1992, 25-27.

Yeter, Enis : Yerel yönetimler açısından turizmde denetim boyutu, 4/2, 1993, 25-27.

Yılmaz, Hasan, çev (Greenpeca'den çevrilmiştir) Dünyadaki en güzel deniz üzerine, 4/5, 1993, 6-7.

Yüksel, Ahmet Halûk : Doğal hayatı koruma etkinliklerinde kamuoyu yaratma stratejilerinin önemi ve kitle iletişim araçlarının kullanımı, 3/33-34, 1992 5-8.

Yüzbaşıoğlu, Nergis - Yamen, Ali - Demirtaş, Halet - Özer, Nurten : Türkiye'de kaplıca kullanımının bugünkü durumu, 3/31-32, 1992, 7-8.

## Z

Zafar, Ahmad (çev. Metin Kozak) : Bir pazarlama faaliyeti olarak olumsuz bir imajın düzeltilmesi, 3/29-30, 1992, 8-11.

Zeytinoğlu, Melih : Ozon dramı, 3/35-36, 1992, 17-18.

Zeytinoğlu, Melih- Şahin, Yalçın : Radyasyonun biyolojik etkisi, 4/1, 1993, 37-38.



# Genç otel yöneticileri için öneriler

YRD. DOÇ. DR. FERMANI MAVİŞ

- ◆ Üstünüzü memnun eden iyi bir çalışmanın, başarının temeli olduğunu unutmayın. Ancak her iyi çalışmanın kolaylıkla ölçülemediğini de bilin. Değerlendirilmenizde esas alınan standartları belirleyen ve kendi çalışmanızı bu standartlarla karşılaştırırken kesinlikle dürüst davranın.
- ◆ Mesleğinize ve yaptığınız işe sahip çıkın; sizinle ilgili kararları etkilemeye çalışın, çünkü sadece çaba göstermek ödüllendirilmek için iyi bir neden değildir.
- ◆ Bir kahraman olarak göze çarpacağınız ve üst düzey yöneticileri tarafından fark edebileceğiniz, görünürlülüğü ve gösterişi fazla olan mevkiler için gayret gösterin. Görev yaptığınız otel işletmesinde genç yöneticileri değerlendirmek için yapısal bir sistem olup olmadığını araştırın. Yüksek riskli yöneticilik görevlerinin kurmay pozisyonlarına oranla fazla görünürlük sağladığını unutmayın. Ancak, bazı işletme dışı sosyal ilişkilerle de görünürlük elde edebileceğinizi aklınızdan çıkarmayın.
- ◆ Yükselen bir yöneticinin desteğini sağlayın. Üstünüzün eksikliklerini dolduracak yetenekler geliştirmek tamamlayıcı ve vazgeçilmez bir ast olun.
- ◆ İşinizi mümkün olduğu kadar çabuk öğrenin ve yerinize geçebilecek bir kişiyi yetiştirin. Böylece yükselmeye aday olur ve yükselirken de çeşitli fonksiyonlar ile ilgili bilgilerinizi arttırma olanaklarına sahip olursunuz.

- ◆ Başka mevkilere talip olun, alçak gönüllülük bir meziyet değildir. Yalnızca statü ve ücret için değil, daha fazla güç ve etkinlik kazanmak için işinizi değiştirin. Güç ve etkinlik insanın kendini kanıtlamasına olanak sağlar.
- ◆ Bir işi kabul etmeden önce kuvvetli ve zayıf yönlerinizi, nelerden hoşlanıp hoşlanmadığınızı tespit edin. Eğer, söz konusu iş, zayıf yönlerinizi açığa vuruyor ve hoşlanmadığınız işleri yapmanızı gerektiyorsa, önerilen teklifi geri çevirin.
- ◆ Size uygun gelen zamanda şirketten ayrılın, fakat ayrılırken iyi bir intiba bırakmaya ve eleştiri almamaya dikkat edin. Son beş yıl içinde terfi ettirilmemiş bir yöneticiye bağlanmayın.
- ◆ Katı, dar kapsamlı iş tanımları tarafından kapana kısıtılmayın. Bunların dışına çıkıp etki alanınızın sınırlarını araştırın.
- ◆ Sorumluluğun her zaman yetkiyi aşabileceği ve örgüt politikalarının kaçınılmaz olduğu gerçeklerini kabul edin. ittifaklar oluşturun ve gerekirse mücadele edin.
- ◆ Başkalarına bağlı olmaya ve başkalarının size bağlı olmasına katlanamıyorsanız yöneticiliği bırakın.
- ◆ Üstünüze bağlılığını kanıtlayacağınız ve ödüllendirileceğiniz umuduyla yanlışlığına inandığınız bir iş yapmayın. Bazen yönetici sizi ödüllendirir, ancak işletme eleştiri almaya başladığı zaman ilk gözden çıkaracağı kişi de siz olursunuz.

\* Ross A. Webber, *To be A Manager Essentials of Management (Homewood III. : Richard D. Irwin, Inc., 1981), s. 488-489'dan uyarlanmıştır.*

# anatolia

## DOKÜMANTASYON & VERİ TARAMA MERKEZİ

Türkiye'deki ve Dünya'daki Bilgileri Masanıza Getiriyor

### SUNDUĞUMUZ HİZMETLER

- Turizm alanında baskısı tükenmiş yerli ve yabancı dokümanların fotokopisi temini ile ihtiyaç duyulan konularda enformasyon hizmeti verilir .
- Turizm alanında istenen konularda yerli ve yabancı kaynaklar için tarama yapılır ve tarama sonucunda elde edilen dokümanların fotokopileri sağlanır.
- Tarama ücreti ilk 25 kaynak için 300.000 TL, daha sonraki her 10 adet kaynakçanın ücreti de 200.000 TL'dir. Bu tutarlara ilgili dokümanların fotokopi ücretleri dahil değildir.
- Turizm ile ilgili alanlardaki araştırmalara bilgi ve danışmanlık hizmeti verilir (Bu tür hizmetlerin ücreti karşılıklı görüşme ile saptanır) İstatistiksel veriler ile ilgili olarak yapılan bilgi taleplerinde, sayfa başına 50.00 TL. alınır.
- Fotokopi ücreti her bir sayfa için 4000 TL olup, fotokopi isteğinde bulunulan makale, araştırma, rapor v.b. dokümanların toplam sayfa sayısı 100'den az olması durumunda, fotokopi ücreti olarak 400.000 TL alınır
- Gerçekleştirdiğimiz hizmetlerimizle ilgili fotokopi ve diğer dokümanlar posta ile ödemeli gönderilir. Postalama giderleri alıcıya aittir.

### YAZIŞMA ADRESİ

ANATOLIA DERGİSİ P. K. 589 06425 Kızılay, ANKARA

Tel: (312) 479 10 84

# Zaman İş Zamanı

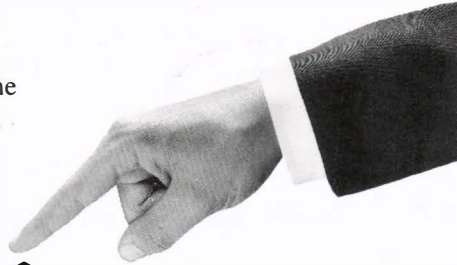
26 Ağustos 1924. “Zaman iş zamanıdır” ilkesiyle yola çıkan ve geleceğe güvenle bakan bir avuç insanın çabalarıyla “ilk” ulusal bankamız kuruldu. İlk günden itibaren, Türkiye’de bankacılığın bir sektör olarak gelişmesine öncülük eden, halkımıza hep “ilk”leri sunan bir banka.

Ülkemizde tasarruf kavramının filizlenmesine neden olan “ilk” kumbarayı bu banka sundu. Bu banka, İskenderiye’deki şubesiyle bankacılık hizmetlerini yurtdışına taşıyan “ilk” Türk Bankası. Türkiye, elektronik bankacılık kavramı ile bu banka sayesinde tanıştı. İnsanımız “ilk” ATM’yi (Bankamatik) bu bankada gördü, “ilk” elektronik işlemi bu bankada yaptı. Telefon bankacılığını “ilk” uygulayan bu banka oldu. Bu banka, Yatırım Hesabı’nı Bankamatik kolaylığıyla sunan “ilk” ve bugüne kadar tek banka. Çağdaş bir yatırım aracı olan

gelir ortaklığı senetleri ve yatırım fonları da, bankacılık sistemimize ve halkımızın yararına “ilk” kez bu banka tarafından sunuldu. Bu banka, Avrupa’da %100 Türk Sermayeli “ilk” bankayı, İşbank GmbH’yi kurdu.

Bu banka, ilk günkü duyarlılık ve inanca bugün de işbaşında. Yaşı, uğraşı, uzmanlığı ne olursa olsun, çalışan, üreten ve tasarrufun değerini bilen halkımıza, çağdaş bankacılığın tüm hizmetlerini sunmaya devam ediyor. Ve bu banka, nesiller boyu olduğu gibi bugün de “paranızın, istikbalinizin emniyeti”.

Şimdi zaman, yine iş zamanı.



## TÜRKİYE İŞ BANKASI

“70 yıldır bankacılıkta öncü”



**GÜZEL BİR DÜNYANIN İÇECEĞİ**