

anatolia

ISSN 1300 - 4220

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ • ÜÇ AYLIK DERGİ • YIL : 6 SAYI : 1 • MART 1995

Turizm talebi ile ilgili bazı
ampirik araştırmalar

Turizmde 1994 ve sonrası

"Turizm
Bibliyografyası"ndan
"Bülent Ağaoğlu"
bibliyografyalarının
bibliyografyası"na

Turizm araştırmalarının
alanları ve temel sorunları

Kervansarayların Türk
turizm sektörüne zincir
konaklama işletmeleri
olarak kazandırılması

1974 yılı öncesinde
Kıbrıs'ta turizm sektörü

Gelişen turizm etkinlikleri
ve mavi bayrak uygulaması

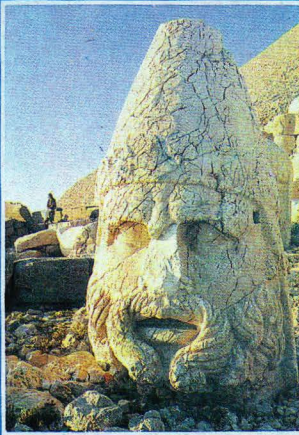
Türkiye'de yayımlanan
turizm konulu makaleler
üzerine bir inceleme

Otel işletmelerinde
uygulanan yönetim teori ve
tekniklerine bir bakış

anatolia

TURİZM VE ÇEVRE KÜLTÜRÜ DERGİSİ • MARTIS - HAZİRAN 1989 - FİYATI: 20.000 TL

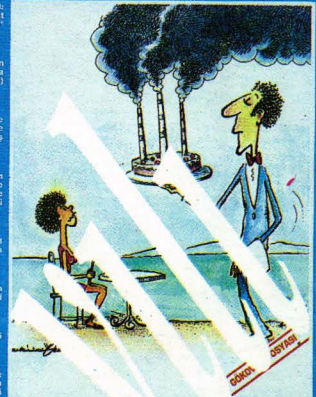
1994 yılında
Turizm talebi ile ilgili bazı
ampirik araştırmalar
Turizmde 1994 ve sonrası
"Turizm Bibliyografyası"ndan
"Bülent Ağaoğlu"
bibliyografyalarının
bibliyografyası"na
Turizm araştırmalarının
alanları ve temel sorunları
Kervansarayların Türk
turizm sektörüne zincir
konaklama işletmeleri
olarak kazandırılması
1974 yılı öncesinde
Kıbrıs'ta turizm sektörü
Gelişen turizm etkinlikleri
ve mavi bayrak uygulaması
Türkiye'de yayımlanan
turizm konulu makaleler
üzerine bir inceleme
Otel işletmelerinde
uygulanan yönetim teori ve
tekniklerine bir bakış



anatolia

TURİZM VE ÇEVRE KÜLTÜRÜ DERGİSİ

GÖKOVA DÖŞYASI:
Gökova'da Bir "Plat
Alınca"
Büyük Örtü Akşamın
İnsana ve Doğaya
Etkileri (II)
Turizm Sektöründe
1992'den 1993'e
Bakış
Turizm
İstisnasında
Hizmetçili Eğitim ve
"TURBAN" Modeli
Otel
Rezervasyonları
Radyasyonun
Biyolojik Etkisi
Çevre Eğitimi
İstanbul'da
Türk
Vakfı
Genel

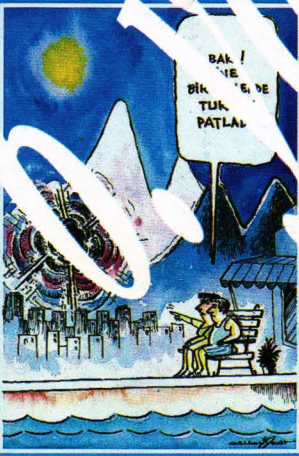


Yıl 4 Sayı 1
Ocak - Şubat 1992

anatolia

TURİZM VE ÇEVRE KÜLTÜRÜ DERGİSİ • ÜÇ AYLIK DERGİ • YIL : 6 SAYI : 1 • MART 1995

1994 yılında
Turizm talebi ile ilgili bazı
ampirik araştırmalar
Turizmde 1994 ve sonrası
"Turizm Bibliyografyası"ndan
"Bülent Ağaoğlu"
bibliyografyalarının
bibliyografyası"na
Turizm araştırmalarının
alanları ve temel sorunları
Kervansarayların Türk
turizm sektörüne zincir
konaklama işletmeleri
olarak kazandırılması
1974 yılı öncesinde
Kıbrıs'ta turizm sektörü
Gelişen turizm etkinlikleri
ve mavi bayrak uygulaması
Türkiye'de yayımlanan
turizm konulu makaleler
üzerine bir inceleme
Otel işletmelerinde
uygulanan yönetim teori ve
tekniklerine bir bakış

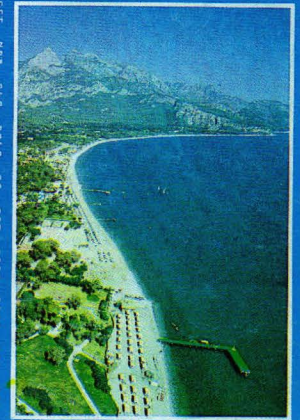


anatolia

ISSN 1300 - 4220

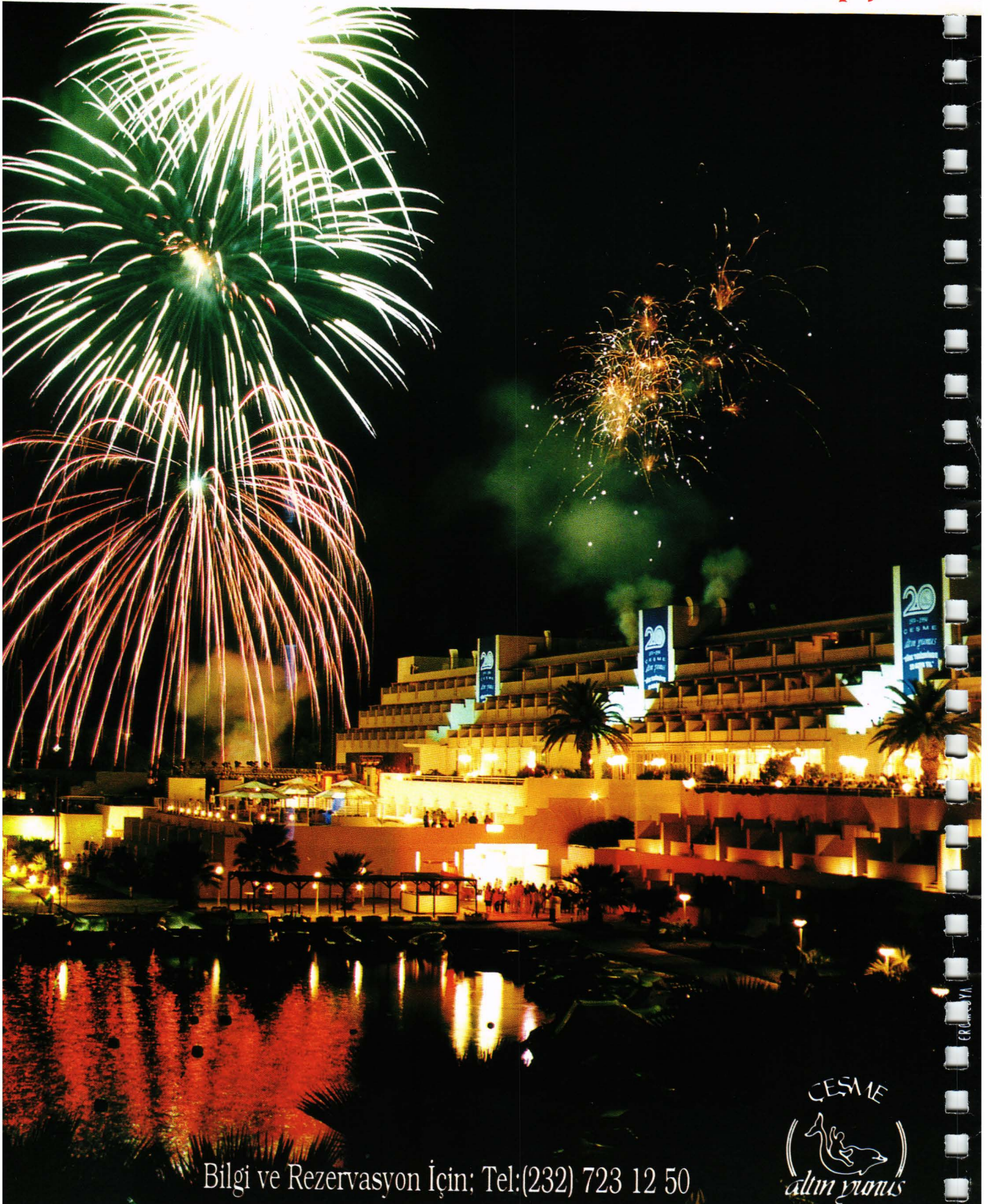
TURİZM VE ÇEVRE KÜLTÜRÜ DERGİSİ • ÜÇ AYLIK DERGİ • YIL : 6 SAYI : 1 • MART 1995

İstanbul'da
Türk
Vakfı
Genel
Dokümanların
uygulanması
Zincir
Dokümanların
Üniversitesi'de Turizm ve
Çevre Eğitimi
Anadolu'da
Yapılan
Korunma endüstrisinde
gözetim bölümleri ile
yükselen oteller üzerine bir
inceleme
Bir hizmet sektörü
olarak Turizm
"KATİ"de turizm
eğitimi, bilgi ve
yeni konuların
Turizmde
pazarlamada etkili
işletmelerin Türkiye
içindeki durumu
Otel işletmelerinde
yükselen bölümleri ile
gözetim bölümleri
Turizm in turizm
sektöründe işletme
gösterebilirlikler
Konaklama işletmelerinde
mücadele planlamasında
dikkat edilmesi gereken
Sürdürülebilir kalkınma
ve turizm



Ç E Ş M E A L T I N Y U N U S

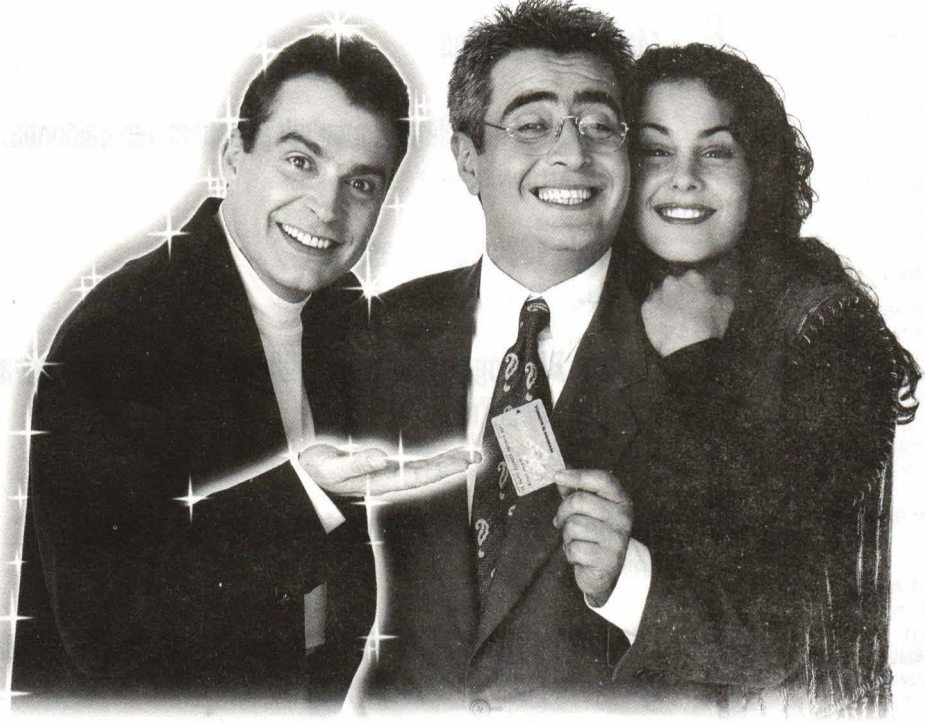
20 Yıllık Deneyimiyle '95 Sezonunda Yepyeni..



Bilgi ve Rezervasyon İçin; Tel:(232) 723 12 50



Sizin hayatınız ne zaman deęiőecek?



*A*slında bu, tamamen size,
daha doğrusu sağduyunuzun sesini dinlemenize bağlı. Tıpkı Ömer'in
yaptığı gibi. Hadi!.. İlk iş, (eğer hâlâ yoksa) bir Bankamatik kartı alarak,
hayatınızı deęiőtirmeye başlamak olsun. Sonra hemen bir "Otomatik
Ödeme Talimatı" verin ve telefon, elektrik, su, doğalgaz faturalarını
ödemek için her ay bir kuyruktan çıkıp ötekine girmekten kurtulun. Hatta
İş Bankası'na gitmişken bankonun üzerinden bir "Taşıt Kredisi" broőürü
alın ve her gün ayrı bir masraf çıkaran sevimli otomobilinizi deęiőtirin.
Tabii isterseniz bir Yatırım Hesabı açtırıp, tasarruflarınızı yatırım
dünyasında değerlendirmeye de başlayabilirsiniz. Ayrıca, vergi
ödemeleriniz için bir talimat verip, "Elektronik Vergi Ödeme
Sistemi"nden yararlanabilir, vergi kuyruklarına veda edebilirsiniz.

Bütün bu saydıklarımız yalnızca birer örnek.
İş Bankası'nda hayatınızı değiştirebilecek o kadar çok ürün ve hizmet
var ki... Hangilerinin size uygun olduğuna ancak siz (ve tabii sağduyunuz)
karar verebilirsiniz. Biz her zaman size yardımcı olmaya hazırız.

*Siz de sağduyunuzun sesini dinleyin.
Piőman olmayacaksınız.*

TÜRKİYE İŐ BANKASI

anatolia

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
a journal of tourism research

ISSN 1300 - 4220

Yıl : 6 Sayı : 1
Mart 1995
(March)

(üç ayda bir yayınlanır)
issued every three months

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

genel yayın danışmanı
general publishing consultant
DR. MEHMET ÖZDEMİR

turizm - çevre
tourism - environment
MEHMET YEŞİLTAS
MERYEM AKOĞLAN

ingilizce metin
english text
ÖZGÜR ÖZMEN

yurtiçi temsilcileri
domestic branch

İSTANBUL
BÜLENT AĞAOĞLU
TEL: (212) 523 57 96

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

AYDIN
DOÇ.DR. BAHATTİN RIZAOĞLU
TEL: (256) 225 6.09

ANTALYA
DOÇ. DR. AHMET AKTAŞ
TEL: (242) 229 06 44

NEVŞEHİR
KURTULUŞ KARAMUSTAFA
TEL: (384) 212 24 90

İZMİR
ÖZKAN TÜTÜNCÜ
TEL: (232) 420 41 80 / 2217

yurtdışı temsilcileri
foreign / abroad branch

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

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

(OXFORD) İNGİLTERE
FEVZİ OKUMUŞ
TEL: (865) 48 51 53

K.K.T.C.
ZEKAI ALTAN
TEL: (581) 53 521

YAZIŞMA ADRESİ
correspondence address

P. K. 589 06445
YENİŞEHİR - ANKARA
TEL: (0312) 479 10 84

dizgi ve sayfa düzeni
typing & designed by
anatolia dizgi merkezi

baskı / printed by
MNA OFSET
TEL: (312) 341 80 90

Dergide yer alan yazıların sorumluluğu yazarına aittir.
Yazılardan ancak kaynak göstererek alıntı yapılabilir.

İÇİNDEKİLER

- 3** anatolia'dan...
NAZMİ KOZAK
- 4** ayın yorumu...
DR. MEHMET ÖZDEMİR
- 8** Mart 1995 günlüğü
- 14** Turizm talebi ile ilgili bazı ampirik araştırmalar hakkında..
DR. HASAN İŞİN DENER
- 22** Turizmde 1994 ve sonrası
ABDULLAH TEKİN
- 24** "Turizm Bibliyografyası"ndan "Bülent Ağaoglu" bibliyografyalarının
bibliyografyası"na..
BÜLENT AĞAOĞLU
- 30** Turizm araştırmalarımlın alanları ve temel sorunları
DR. ORHAN İÇÖZ
- 38** Kervansarayların Türk turizm sektörüne zincir konaklama
işletmeleri olarak kazandırılması
DR. GÜLÇİN BULUÇ
- 46** 1974 yılı öncesinde Kıbrıs'ta turizm sektörü
MEHMET KIRAL
- 56** Gelişen turizm etkinlikleri ve mavi bayrak uygulaması
DR. TURHAN İSTANBULLU - CİHAN ERDÖNMEZ
- 62** Türkiye'de yayımlanan turizm konulu makaleler üzerine bir inceleme
NAZMİ KOZAK
- 73** Otel işletmelerinde uygulanan yönetim teori ve tekniklerine bir bakış
FEVZİ OKUMUŞ
- 78** sektör'den...
HÜSNÜ GÜMÜŞ

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 Hesabı'na yatırdıktan sonra, alındı belgesinin fotokopisini P.K. 589 06445 Yenişehir/ ANKARA adresine göndermeniz yeterlidir. Abonelik için yapacağınız başvuruda adınızı, açık adresinizi, posta kodunuzu, (varsa) vergi numaranızı ve bağlı bulunduğunuz vergi dairesinin adını, telefonunuzu ve hangi sayıdan itibaren abone olmak istediğinizi lütfen belirtiniz. Bir yıllık abone tutarı 350.000 TL'dir. (Anatolia Dergisi yılda dört kez Mart, Haziran, Eylül, Aralık aylarında yayınlanır.)



Son birkaç yıl içerisinde yurtdışındaki bilimsel turizm dergilerinde Türkiye'de ikamet eden turizm araştırmacılarının da makaleleri, araştırma tanıtıcı yazıları artan bir hızla yayımlanmaya başlamıştır. Bütün bunlar Türkiye'deki turizm araştırmacılarının giderek dünyayla entegrasyona daha fazla önem vermeye başlamasından kaynaklanmaktadır. Gelişmeler, Türkiye'de yakın gelecekte turizm araştırmacılarından daha güzel çalışmaların beldenmesi gerektiğine işaret etmektedir.

**NAZMI
KOZAK**

Türkiye turizm araştırmalarının neresinde?..

Ülkemizde turizmle ilgili yapılan araştırmalarının geçmişini ancak 1960'lı yılların başlarına götürebiliyoruz. Bibliyografik araştırmalar konusuna yaşamının 15 yılını vermiş olan Bülent Ağaoglu'nun Hacettepe Üniversitesi'nde yüksek lisans tezi olarak hazırladığı ve daha sonra da Turing ve Otomobil Kurumu tarafından yayınlanan "Sistematik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası 1929-1994" adını taşıyan çalışmasına göre ülkemizde ilk turizm konulu tez, 1963 yılında değerli öğretim üyesi Hasan Olalı ve Nilüfer Ağat tarafından hazırlanmış. Bizce bu konudaki ilk çalışma, şimdilerde Cumhuriyet Gazetesi'nde çalışan Özgen Acar'ın 1960 yılında Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde hazırlanmış olduğu bitirme tezidir.

İster 1963, isterse 1960 yılı baz alınsın tez boyutunda ülkemizde hazırlanan çalışmaların geçmişi ancak 35 yıl geriye gidebilmektedir. O günden bu yana, şu an ulaştığımız rakamlara göre turizm konulu 850 tane tez (uzmanlık, yüksek lisans, doktora, doçentlik ve profesörlük takdim tezi) hazırlanmıştır. Tahminimize göre tez tarama çalışmalarımız sonuçlandığında bu rakam 900'e ulaşacaktır. Bülent Ağaoglu'nun 1929-1984 yılları arasında kapsayacak şekilde gerçekleştirdiği çalışmasında 2683 tane turizmle ilgili her türden yayının künyesinin yer aldığı düşünülürse, yalnızca turizm tezlerinde kaydedilen sayısal gelişme daha iyi anlaşılacaktır. 1979-1994 yılları arasında kapsayan turizm makaleleri bibliyografyası hazırlama çalışmalarımızda şu ana değin 3000'ü aşan bir sayıda makaleye ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular göstermektedir ki; Türkiye'de turizm konulu makale ve tezlerdeki gelişmeler, genellikle 1980 sonrası döneme aittir. Elbetteki bununla ilgili olarak kesin bulgulara her iki konudaki tarama sonuçlarının bitirilmesiyle varılabilecektir.

Öte yandan Anatolia'nın önceki sayısında, Anatolia Dergisi'nde yayımlanan yazılarla ve bu sayısında da Türkiye'de 1979-1994 yılları arasında turizmle ilgili yayımlanmış 491 adet makalenin incelenmesi ile ilgili çalışmalar, ülkemizdeki turizm araştırmaları hakkında birtakım önemli sayılabilecek bulguları taşımaktadır. Her iki çalışmanın bulguları, Türkiye'de turizm konulu makalelerin giderek daha özgün alanlarda yazıldığını ortaya koymaktadır.

Öte yandan son birkaç yıl içerisinde yurtdışındaki bilimsel turizm dergilerinde Türkiye'de ikamet eden turizm araştırmacılarının da makaleleri, araştırma tanıtıcı yazıları artan bir hızla yayımlanmaya başlamıştır. Bütün bunlar Türkiye'deki turizm araştırmacılarının giderek dünyayla entegrasyona daha fazla önem vermeye başlamasından kaynaklanmaktadır. Gelişmeler, Türkiye'de yakın gelecekte turizm araştırmacılarından daha güzel çalışmaların beklenmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Önümüzdeki günlerde bitirmeyi hedeflediğimiz "Türkiye Turizm Konulu Makalelerde Atıf Analizi" çalışmasının da, makalelerin hazırlanması sırasında yararlanılan kaynakların dökümünü yıl, makale-dergi-tez, yerli-yabancı yayın biçiminde ortaya koyması ile, Türkiye'deki turizm araştırmalarının gelişimi ve bugünkü durumu hakkında önemli sayılabilecek bulgulara sahip olacağız.

Bitirilmesi biraz daha geniş zamana bağlı olan, ancak araştırmacılara oldukça yararlı olacağını düşündüğümüz bir çalışmadan daha söz etmek istiyoruz. Halen sürdürülen bu çalışma ile turizm araştırmacılarına hangi bilgiyi nereden ve nasıl alabileceği hakkında bir rehber oluşturmak istiyoruz. Böylelikle turizm araştırmacıları aradıkları bir derginin herhangi bir sayısını veya herhangi bir konudaki yayınları nereden bulabileceğini öğrenebileceği gibi, bu bilgi merkezinin çalışma saatleri, okuyucu hizmetleri ve bilgi merkezine ulaşımına ilgili konularda ayrıntılı bilgilere bu rehber (veya makale biçiminde de hazırlanması düşünülmektedir) yardımıyla sahip olacaktır.

ayın yorumu...



Bu yıl fuara katılan sektörün çeşitli kesimlerinden turizmcilerimizin 1991 yılından bu yana ilk defa yüzleri güllüyordu. Hele 1985-1991 yılları arasındaki dönemin moda deyimleri "short", "overbooking" gibi adeta tılsımlı sözcüklerin kullanılmaya başlaması, keyifleri büsbütün artırıyordu. Eski ve tecrübeli turizmciler, yenilere bu deyimleri izah ediyorlardı, sanki meslek dersi veriyorlardı.

**Dr. MEHMET
ÖZDEMİR**

Berlin'den Türkiye güzel görünüyor (du)..

Her yıl olduğu gibi, 4-8 Mart 1995 tarihleri arasında Türk turizmcileri ITB - Berlin Fuarı'nda buluştu. Berlin Fuarı, turizm borsası işlemlerinin yanı sıra, zannedirim bu "buluşma" işlevi açısından da yararlı oluyor. Çeşitli kent ve bölgelerdeki turizmcilerimizin biraraya gelmesi için bir vesile teşkil ediyor.

Bu yıl fuara katılan sektörün çeşitli kesimlerinden turizmcilerimizin 1991 yılından bu yana ilk defa yüzleri güllüyordu. Hele 1985-1991 yılları arasındaki dönemin moda deyimleri "short", "overbooking" gibi adeta tılsımlı sözcüklerin kullanılmaya başlaması, keyifleri büsbütün artırıyordu. Eski ve tecrübeli turizmciler, yenilere bu deyimleri izah ediyorlardı, sanki meslek dersi veriyorlardı.

Uzun zamandır hasret kaldığımız sevinçli yüzler görmek, mutlu yorumlar işitmek bizi neşelendirdi. "Bu sefer Berlin'den dönünce güzel, iyimser bir yazı yazayım" dedim. Hem de bazılarının serzenişlerinden kurtulurum. Zira maalesef bazı yazılarım "biraz fazla kötümser" olarak da algılanıyordu. Allaha çok şükür bu hiç de pesimist bir insan değilim. Hatta özel hayatımızın çoğu devresi "Polyannacılık oynamak-mutluluk oyunu oynamakla" geçti, geçiyor. Ancak bazı şeyleri iyi görebilmek için de "şişeyi dolu görebilmek" için de; bazı şeylerin iyi olabilmesi gerekiyor, şişenin hiç olmazsa yarısının dolu olması gerekiyor. O zaman karar verdim: Ankara'ya dönünce iyimser, umutlu bir yazı yazacaktım. Başlığı da "Berlin'den Türkiye güzel görünüyor" olacaktı.

Almanya'da geçirdiğim bir hafta içinde mutlu, sevinçli, umutlu olan yalnızca turizmcilerimiz değildi. Bu pırıltılı hava basına da yansıyor. Ankara'ya dönerken uçakta dağıtılan Dünya Gazetesi'nin 11 Mart 1995 tarihli nüshasında beş sütun üzerine manşet atılmıştı: "Turizm bu kez gerçekten patlıyor. Turizmde patlama: Yıldızlı otel ve tesislerdeki yatakların 15 Mayıs - 15 Ekim arası doluluk oranı şimdiden yüzde 100'e ulaştı. Ucuz ve kaliteli hizmet nedeniyle, yabancılar bu yıl Türkiye'ye tercih ediyor. Turizmcilerimizin korkusu 'çifte rezervasyon'..."

İblis, iblisliğini yapıyor..

Bu duygularla, bu izlenimlerle, bu havalarla döndüm Türkiye'ye. Eşime, dostlarıma daha önce telefonda bahsettiklerimi, bu sefer coşkunlukla anlattım yeniden. Artık yırtmıştık. Körfez Krizi'nden bu yana olay artık yeniden rayına oturacaktı. Yalnız bir noktayı unutmuştuk. Belki de sevinç ve umut özlemimiz bize "iblis"i unutturmuştu. Elbette benim, bizim gördüklerimizi iblis de görmüştü. Ve Türkiye'ye döndükten sonra ancak bir o Cumartesi gecesini huzurlu geçirebildik. Pazar gününün gecesi (12 Mart 1995) önce televizyonlar yayınları arasında şerit geçerek verdiler, Gaziosmanpaşa olaylarını...

Daha sonra televizyon kanalları, gazeteler, yabancı medya... İnsan elle tutulacak nitelikteki provakasyonu işte ancak böyle yaşayarak tüm berraklığıyla görebilir. Oyun o kadar açık ki!..

Daha sonra, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin bu oyunun maşalarının köküne vurmak istediği darbe. Bu operasyonun bir kısmı olan Irak Harekatı. Başta Almanya olmak üzere Avrupa'nın kuyruğu kapana sıkışmış kedi feryatları...

"Efendim demokratlaşın, yasalarınızdan fikir suçlarını kaldırın, kürtlere siyasal haklar tanıyın." "Yoksa sizi Avrupa'dan dışlayacağız." Ve içimizde de birtakım sapıklar, mahutlar ve gaffiller: Düşünce özgürlüğü olmazsa, böyle olur.

Yok! Hafızamızı kaybedersek böyle olur!.

İblis, iblisliğini yapacak..

Bize unutturulmak istenilen hafızamızı tazelemekte, belki ilginç bir esere göz atmamız faydalı olur. İsmi; "Türkiye'yi Parçalamak İçin Plân" (*) olan ve Paris'te 1914'lerde basılan, Romen diplomat ve yazarı T.G. Djuvara'nın bu eserinde, Osmanlı Devleti'nin kuruluş yıllarından başlayarak 1912'ye kadar oynanan oyunlar anlatılmaktadır. Avrupa'dan çeşitli yazar, din adamı, politikacı, asker, gazeteci, devlet adamı gibi çevrelerin Türkleri Avrupa'dan sürmek, kutsal yerleri (Kudus'ü) ele geçirmek, Osmanlı topraklarını parçalamak ve paylaşmak gibi hususlarda ortaya attıkları fikir ve projeler özetlenmektedir. Böylece 13. yüzyıl ile 20. yüzyıl arasındaki 600 yıl boyunca 100 projenin geliştirilmiş olduğunu görüyoruz.

Bunların 101'incisinin de parçaladığımız kara belge Sevr Antlaşması olduğunu söyleyebiliriz. Lozan sonrasında bile hainlik planları ile uğraşıldığını geçen sayımızda yazmıştım: (İngiliz Dış İşleri Bakanı Lord Curzon'dan İsmet Paşa'ya) " *Ama ne reddederseniz, cebimizde saklıyoruz. ... Bu cebimize koyduklarımızdan her birini birer birer çıkarıp size vereceğim...*"

Demek ki artık ellerini ceplerinden çıkartmaya başladılar.

Hem de eski usullerini kullanmak suretiyle...

İblis, bunu daha önce de yapmıştı..

Bilindiği gibi, Osmanlı siyasetinin gerileme ve çökme sürecinde önemli bir uygulaması bazı reformlara (ıslahat) girilişi olmuştur. Bunların bir kısmı iç ihtiyaçlar yüzünden askerî ve idarî alanda yapılırken, **bir kısmı da dış baskılar sonucu, Balkanlılar, azınlıklar ve gayri müslimlerin durumunun islâhı, düzeltilmesi ile ilgili olmuştur.** O zamanlar da devrin büyük devletleri Osmanlı devletini sürekli baskı altında tutarak bir nevi "demokratikleşme" önermişler, Devleti tehdit altında tutmuşlardır.

Osmanlı da bu unsurlara verilecek haklarla; yani bugünkü deyimle "demokratikleşme" suretiyle dış baskıların azaltılacağını, dış yarıdımın sağlanabileceğini sanmıştır.

Ancak bütün bu çaba ve değişiklikler, Devlete çok pahalıya mal olmuş, hayırdan çok zarar getirmiştir.

Anlattığımız durumun bazı önemli örnekleri şunlardır: Yeniçeri Ocağı'nın kaldırılması (1826) ve yeni bir ordu düzenlemesi yapıldığında, bu zayıf intikal dönemi mağlubiyetlere yol açmış, 1827 Navarin olayı ile 1828 Rus Savaşları, Yunan istiklâlinin tamamlanması, 1830'da Fransızların Cezayir'i işgali birbirini kovalamıştır.

Tanzimat Fermanı (1839) ve İslahat Fermanı (1856) gibi reform düzenlemelerini

Artık yırtmıştık. Körfez Krizi'nden bu yana olay artık yeniden rayma oturacaktı. Yalnız bir noktayı unutmuştu. Belki de sevinç ve umut özlemimiz bize "İblis'i unutturmuştu. Elbette benim, bizim gördüklerimizi İblis de görmüştü. Ve Türkiye'ye döndükten sonra ancak bir o Cumartesi gecesini huzurlu geçirebildik. Pazar gününün gecesi (12 Mart 1995) önce televizyonlar yayımları arasında şerit geçerek verdiler, Gaziosmanpaşa olaylarını...

ayın yorumu...

Adamlar 1912 yılına kadar, Türkiye'yi parçalamak için, tesbit edilebilmiş 100 plan yapmışlar. Sözkonusu 100 projenin 30 tanesinin 1600 yılına kadar ve 70 tanesinin de Osmanlı İmparatorluğu'nun duraklama, gerileme ve çökme dönemlerine ait olduğunu görüyoruz.

Dr. MEHMET ÖZDEMİR

takiben de içerde Ermeni hareketleri uç vermeye başlamış, Balkanlarda da kıpırdanmalar ve bağımsızlık cereyanları artmış, 1876 Kanuni Esasi'sini takiben 1877 (Doksanüç) Türk-Rus Harbi ve ardındaki 1878 Berlin Andlaşması yeni kayıplar ve ağır hükümler getirmiştir.

İkinci Meşrutiyet (1908) de yeni kaynaşma ve bazı kayıplara yol açmış, 1911'de İtalyanlar Trablusgarb'ı almış, 1912'de de Balkan Harbi felaketi ile yeni toprak ve insan kayıpları ile Rumeli'den göçler yaşanmış, öz Türk yurtları, ecdad-ı fatihan ocakları terkedilmiştir.

Hemen sonra 1914'de patlak veren I. Dünya Savaşı da felaketlerle dolu olmuş ve İmparatorluk sonunda 1918 yılında mağlup olarak dağılıp, çökmüştür.

İşte hazmedemedikleri bu mağlup ve dağılmış imparatorluktan güçlü Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ni çıkartmamız olmuştur. Kafa larında halâ Sevr vardır ve onu tekrar uygulayabilmenin hesaplarını yapmaktadırlar.

İblis, her zaman maşalar yaratır..

İşi böylece kozmik tarih metodolojisi içerisinde değerlendirdiğimizde, bazı gerçekler pırıl pırıl ortaya çıkmaktadır. Nedir bu PKK, kimdir Apo? Bu iş Devlet bursuyla Mülkiye'de okurken, birinci sınıftan atılan Abdullah Öcalan efendinin harcı değildir. O dönem kafasıyla, tek başına kaybolmadan Dikmen'den Cebeci'ye gidemez.

Akla, Sultanahmet'te patlatılmak istenilen bombalı arabaların, masum aile çay bahçelerinde düzenlenen sabotajların gerisinde başka ihtimaller gelmiyor mu?

Geçen sayımızdaki yazımızda (*Anatolia, Aralık 1994, s. 5*) işlediğimiz ünlü istihbaratçının sözlerini bir daha düşünün, değerlendirin lütfen.

"...Ünlü bir istihbaratçı kendisiyle yapılan uzun söyleşide "Türkiye'deki terör olayları turizmi baltalayacak boyutta mıdır? sorusuna şu cevabı veriyor. "Değildir. Ama zaten batılılar, Türkiye'ye turist göndermemek istiyorlar. Bu, onun bir bahanesi. Pekalâ, Türkiye'ye turist gönderen ülkeler, kendi turistleri gitmesin diye bu bombayı koymuş olabilirler. Türkiye'nin turizm gelirlerini azaltmak veya yok etmek için bu yol denenir..."

Yukarıda değindik, adamlar 1912 yılına kadar, Türkiye'yi parçalamak için, tesbit edilebilmiş 100 plân yapmışlar. Sözkonusu 100 projenin 30 tanesinin 1600 yılına kadar ve 70 tanesinin de Osmanlı İmparatorluğu'nun duraklama, gerileme ve çökme dönemlerine ait olduğunu görüyoruz.

Acaba daha sonra kaç tane proje geliştirdiler. Acaba şimdi hangi proje uygulama safhasında?

Düşman çiçek göndermez.

Biz de adam olalım da, tedbirini alalım.

(*) T.G. Djuvara, Emir Şekip, *Türkiye'yi Parçalamak için 100 Plân* (Tercüme: Yakup Üstün), Semih Ofset Matbaası, Ankara, 1978.

ANATOLIA OKUR VE YAZARLARININ DİKKATİNE

Derginiz **Anatolia**, uluslararası platformda sesini duyurmak üzere birkaç yıldır bir dizi ilişki ve iletişim içindedir. Özellikle **Anatolia** yazarlarını çok yazından ilgilendiren bu gelişme ile ilgili olarak dergimizde yayımlanacak yazıların (makale, araştırma) İngilizce özetlerine özlerine (abstract) yazının başlığı ile yazının ilk cümlesi arasında yer vermektir. Derginizde yer alan bu özetler, uluslararası bir abstract dergisi olan "**Leisure, Recreation and Tourism Abstract**" (LRTA)ta yer almaktadır.

Böylelikle derginiz **Anatolia**, yazarlarının uluslararası literatürde yer alarak meslektaşlarıyla ileride olası iletişimin başlamasına, var olan iletişimin de genişlemesine katkıda bulunmakla okurlarının yanında yazarları için de işlevsel olma yolunda önemli bir aşamayı yerine getirmektedir. 1990 yılından bu yana LRTA ile sürdürülen iletişimle, şimdiye kadar **Anatolia**'da yayımlanan 45'i aşan sayıda yazının 'abstract'ı uluslararası literatüre girmiştir.

LRTA ile oluşturulan bu ilişki çerçevesinde, dergimize gönderilecek yazılarda aşağıdaki özelliklerin bulunması uygun bulunmaktadır.

- ◆ **Anatolia**, üç aylık olarak turizm ve yakın alanlarla ilgili her türden konuları içererek yayınlanır.
- ◆ Göndereceğiniz yazınızla ilgili 80 - 85 sözcükten oluşan en az bir, en çok üç paragraflık Türkçe/İngilizce özet (abstract) olmalı ve yazınıza özgeçmişinizin yazılı olduğu bilgilerle birlikte eklenmelidir. Yazıların, olanaklar dahilinde macintosh'ta RSG 4, RSG 4.5, Rag Time veya PC bilgisayarların Windows programında yazılmış olarak diskette gönderilme yolu tercih edilmelidir.

Özetinizde aşağıdaki hususlarda açıklayıcı bilgiler bulunmalıdır.

- Çalışmanın (yazının) amacı nedir?
- Bu çalışmayla hangi özel kitleye seslenilmek isteniyor?
- Bu çalışmanın özgün, orijinal ya da sizce önemli yönü nedir?
- Çalışmanın (yazının) hazırlanma yöntemi nedir?
- Bu çalışma sonuçta neyi anlatıyor? Bir başka deyişle çalışmanın en önemli bulgusu nedir?
- ◆ Yazılar en çok çift aralıklı, tek yüze daktilo edilmiş olmalı ve 10 sayfayı geçmemelidir.
- ◆ Her daktilo sayfasında sağdan 2.5 cm., soldan 3 cm. ve alttan 3.5 cm. boşluk bırakılmalıdır.
- ◆ Yazılar içerisindeki alıntılar parantez içerisinde yazar adı, yıl, sayfa numarası; örneğin (Özdemir 1992, 115); kaynakçanız ise:

Kitaplar için

ÖZDEMİR, Mehmet, Turizmin Türkiye'nin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri, Kök-Sav Yayınları, Ankara, 1992.

Makaleler için

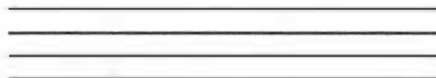
VAR, Turgut, K. CONDRAD, "Johnson Uzay Merkezi'ne Olan Talebin ve Ekonomik Etkilerinin Belirlenmesi", Anatolia Deroisi, Ocak-Şubat 1991, ss. 4 - 9.

Çeviri için

LEIGFIELD, Margaret, "Leisure 2001: Information for a leisure Society", European Journal of Education (Çev. Uğur DEMİRAY), Vol. 22, No. 5, 3364, pp. 321 - 325.

şeklinde olmalıdır.

- ◆ Yazıların her türden içerik sorunu ve sorumluluğu yazarlarına aittir.
- ◆ **Anatolia**'ya gönderilen yazılar çok gerekmedikçe kısaltılmayacak, ancak **çok çok zorunlu** olduğunda **Anatolia** yazarları bu işi yapmakta peşinen yetkili kılınmış olacaktır.
- ◆ Yazılarınızda çizelge, grafik, şekil, fotoğraf vb. görsel anlatım malzemesi yer alıyorsa, bu malzemeler reproduksiyona hazır biçimde ayrı olarak gönderilmeli ve yazınızda nereye gireceği açıkça belirtilmelidir. Örneğin;



şekil 2 buraya gibi.

Ankaralı rehberlerden dergi..

Ankara Turizm Rehberleri Derneği "Rehberce" adıyla bir dergiyi yayınlamaya başladı. Üç ayda bir yayınlanacak olan derginin ilk sayısı geçtiğimiz Şubat ayında çıktı. Sahipliğini aynı zamanda dernek başkanı da olan Ahmet Doğanay'ın üstlendiği Rehberce adlı derginin yayın kurulunu ise şu isimler oluşturuyor: Pervin Bilgen, Bilge Gökçün, İsmail Hakkı Geçmen, Murat Tiryaki, Küşat İnan, Ruhi Alıcı, İbrahim Ayan, Sonnur Baran, Kenan Özbay, Adil Savaş, Nil Mısırlı, Suavi Ahipaşaoğlu. Dergide, rehberleri ilgilendiren çeşitli konuların yanı sıra , haberler de yer almaktadır. Anatolia Dergisi olarak Rehberce dergisine yayın yaşamında başarılar dileriz. □

Düzeltilme..

Dergimizin Aralık 1994 sayısında 34. sayfada yer alan makalenin yazarının ismi "İbrahim Birgan" olarak çıkmıştır. Doğrusu İbrahim Birkan'dır, düzeltir, bu hatadan dolayı okuyucularımızdan ve makalenin yazarından özür dileriz. □

Rehber kursları..

Turizm Bakanlığı 1994 yılında yeni rehberler yetiştirmek üzere Ankara'da nadir dillerde, Nevşehir ve Muğla'da ise bütün dillerde rehberlik sınavları açmıştır. Yapılan sınavlar sonucunda Ankara'da 215, Nevşehir'de 200 ve Muğla'da ise 240 rehber adayı başarılı bulunarak kurslara katılmaya hak kazanmıştır. Halen bu illerdeki rehberlik kurslar devam etmektedir. □

Meslek yüksekokulları araştırması sonuçlandı..

Meryem Akoğlan ve Nazmi Kozak tarafından gerçekleştirilmekte olan "Meslek Yüksekokulları Turizm Bölümleri Müfredat Programları Araştırması" geçtiğimiz günlerde sonuçlandırıldı. Türkiye'de üniversitelere bağlı olarak iki yıllık önlisans düzeyinde faaliyet göstermekte olan Meslek Yüksekokulları bünyesindeki Turizm ve Otelcilik, Turizm Rehberliği, Seyahat İşletmeciliği bölümlerinde uygulanan müfredat programlarının incelendiği araştırmada toplam 54 program inceleme kapsamına alındı. Yapılan incelemeler sonucunda 54 okuldan 53'ünde turizm ve otelcilik konusunda, yine bu okullardan dört tanesinde seyahat işletmeciliği konusunda ve üç tanesinde de turizm rehberliği konusunda programın bulunduğu anlaşılmıştır. Başkent Meslek Yüksekokulu'nda ise yalnızca turizm rehberliği konusunda eğitim yapılmaktadır. Turizm programlarından beş tanesinde yabancı dilde hazırlık sınıfı bulunurken; iki okulda yabancı dilde eğitim yapıldığı; ve yedi tanesinin de Dünya Bankası Projesi'ne dahil olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında ayrıca, turizm programlarında okutulan dersleri okulun bulunduğu ilin Turizm Bakanlığı'nca saptanmış ve geliştirilmesi öngörülen turizm türleriyle olan ilişkisi de incelenmiştir. Bu analizden beklenen amaç; turizm programlarıyla Turizm Bakanlığı faaliyetlerinin ne oranda eşgüdüm içerisinde bulunduğunun saptanmasıdır. Yapılan analiz sonucunda turizm programlarının büyük çoğunluğunda yöresel turizm faaliyetleriyle uyumlu olmayan derslerin okutulmakta olduğu anlaşılmıştır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen bir başka analiz de 54 turizm programında okutulmakta olan derslerin tek tablo haline getirilerek incelenmesi yoluyla yapılmıştır. Böylelikle, turizm programlarda okutulan derslerin ne derece birbirleriyle uyumlu ve benzeyen noktalara sahip oldukları araştırılmıştır. Bu amaçla yapılan incelemede, okullarda okutulan derslerin özellikle isimlerinde büyük benzersizliklerin bulunduğu ve eldeki öğretim elemanlarına uygun olarak derslerin müfredata konulduğu anlaşılmıştır. 54 turizm programında 120'nin üzerinde sayıda dersin okutulmakta olduğu ortaya çıkarılmıştır. Çalışma sırasında incelenen ve çalışmada veri olarak kullanılmak istenen master planları yatak projeksiyonlarının biraz abartılı oldukları düşüncesinden hareketle analize konu edilmemişlerdir. Çalışmanın sonucunda araştırmacıların, illere göre Turizm Programlarında hangi yöresel dersin okutulması gerektiğine ilişkin önerileri de yer almaktadır.

Jeotermal enerji ve verimlilik konulu panel..

Milli Prodüktivite Merkezi tarafından 22 Şubat 1995 tarihinde "Jeotermal Enerji ve Verimlilik" konulu bir panel düzenlendi. MPM'nin Gelibolu Sokaktaki toplantı salonunda gerçekleştirilen panele Yrd. Doç. Dr. Toros Özbek, Orhan Mertoğlu ve Prof. Dr. Ergün Yener katıldılar. Panelde Yrd. Doç. Dr. Toros Özbek termalizm konusunda Türkiye ve dünyadaki son gelişmeleri anlattı. Orme Jeotermal A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Mertoğlu da jeotermal kaynakların merkezi ısıtmadaki önemini, Türkiye'deki ve dünyadaki uygulamalardan örnekler vererek açıkladı. Mertoğlu, Türkiye'nin sahip olduğu jeotermal kaynaklar ile çevreye zarar vermeyen jeotermal ısıtmanın kolaylıkla gerçekleştirilebileceğini vurguladı. Prof. Dr. Ergün Yener ise jeotermal kaynakların verimli kullanılmasının ülke ekonomisi üzerindeki önemini anlattı.

Anatolia dergisi beşinci yılını doldurdu..

Anatolia dergisi, elinizdeki sayısı ile birlikte altıncı yayın yaşamına da girmiş oluyor. 1990 yılının ocak ayında başlayan yayın yaşamımız, Aralık 1994 sayısı ile birlikte beşinci yılını doldurmuştu. Türkiye'nin tarihindeki en buhranlı ekonomik ve siyasal olayların yaşandığı bir dönemden geçerek bu günlere ulaşabilmek bizler için büyük sevinç. Hele bir de kazanç amacı gütmeyen bir yayın olmamız, yayın çalışmalarımızın güçlüğünü daha bir artırmaktadır. Merhum hocamız Prof. Dr. Hasan Zafer Doğan'ın önderliğinde yayın hayatına başlayan ve üç yıl süreli yayınlanan "Turizm İşletmeciliği" dergisinden sonra Türkiye'deki bu alandaki ikinci dergi olan Anatolia, ulaştığı altıncı yayın yılıyla, Türkiye'de istenirse pek çok şeyin başarılabilirliğinin bir kanıtıdır. Dünya geneline bakıldığında "Turizm Araştırmaları" türünde dergilerin epekle fazla olduğu görülüyor. Bunlar arasında yalnızca akademik çevrelere dönük olan Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research gibi yayınların yanı sıra hem akademisyenlere hem de uygulayıcılara dönük olarak yayın yapan Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Tourism Management gibi dergiler de bulunmaktadır. Oysa Türkiye'de üniversitelerin bünyesinde çeşitli düzeylerde 83 tane turizm programı bulunmasına karşılık "Turizm Araştırmaları" türünde tek bir dergi (o da kişisel gayretlerin bir sonucudur) bulunmaktadır. 83 adet üniversite düzeyindeki programa karşılık üniversitelerde tek bir turizm araştırmaları dergisinin bulunmaması, ortada bazı yanlışlıkların olduğu yolunda değerlendirilebilir. Öyle olmasa idi, Anatolia benzeri dergilerin (hem de bilim kurullu!) birkaç tane olması gerekirdi. Bunun böyle olmamasına ekonomik nedenleri ileri sürenler olursa, hiç boşuna yorulmasınlar; Anatolia Dergisi, çoğu kimsenin düşünemeyeceği kadar zor koşullarda altı yıldır yayınlanabiliyorsa, istenirse gerekli finansman pekala bulunabilir.

ATURJET'ten konferans...

Türkiye Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (ATURJET), "21. Yüzyılda Gelecek Dünya Turizminde Türkiye'nin Payı Ne Olacak?" konulu bir konferans düzenliyor. 5 Nisan 1995 tarihinde İstanbul Teknik Üniversitesi Maçka Kampüsünde gerçekleştirilecek olan konferansa, Türkiye turizm sektörünün çeşitli kesimlerinden çok sayıda konuşmacı katılacak. Konferansa sunulacak bildirilerin başlıkları ve bilgidiri sahipleri şu şekildedir: "Turizmde Türkiye'nin Geleceği (Doç. Dr. Korel Göymen), "Yeni Bir Yüzyılın Türk Turizmine Getireceği Yenilikler" (Bülent Akarcalı), "Turizm Eğitiminde Sorunlar, Yanılgılar ve İnsan Kaynağının Önemi" (Dr. Özen Dalli), "Türk Turizminin Gelişmesinde Basının Rolüne Bakış" (Nail Güreli), "Türkiye'nin Gümrük Birliğine Girişinin Turizm Sektörümüze Etkileri" (Üzehir Garih), "Toplumsal Turizm Bilincini Güçlendirmede Devletin Rolü ve Sorumluluğu" (Orhan Birgit), "Türkiye'yi Dünyaya Tanıtım Arayışlarında Yeni Yöntem ve Öneriler" (Nihat Boytözün), "Türk Seyahat Acentaları Sektörünün Dünyaya Açılımı, Hedef Seçtiği Pazarlar" (Talha Çamaş), "Turizmde Yeni İmaj Yaratma ve Etkili İletiler Üretme" (Doç. Dr. Alaeddin Asna), "Türkiye Turizm Zenginliklerini 21. Yüzyıl İnsanına Nasıl Sunmalıdır?" (Besim Tibuk), "Turizmde Profesyonellerin Yeri ve Geleceğin Yönetim Teknikleri" (Ali Güreli).

Ankara TÜRSAB'tan bülten..

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Ankara Bölgesel Yürütme Kurulu "Turizm Bülteni" adıyla çıkardığı yayının dördüncü sayısı da yayımlandı. Bülten'de seyahat acentaları ve Türkiye turizmiyle ilgili haber ve yorumlar yer alıyor. □

Yayın duyuru listesi..

Turizm Bakanlığı Kütüphanesi'nce iki ayda bir hazırlanan "Yayın Duyuru Listesi"nin Kasım - Aralık 1994 sayısı geçtiğimiz günlerde yayımlandı. Yayın Duyuru Listesi'nde Turizm Bakanlığı Kütüphanesi'ne gelen süreli yayınların içerdikleri yazıların listesi ile diğer yazıların "öz"leri yer almaktadır. □

Oleyis dergisi...

Otel, Lokanta, eğlence Yerleri İşçileri Sendikası'nın yayın organı Oleyis dergisinin yeni sayısı geçtiğimiz günlerde yayımlandı. İki yıldan bu yana hazırlanmakta olan dergide, sendikaların faaliyetlerinin tanıtılmasının yanı sıra, turizmin de içinde olduğu konularda düşünce yazıları bulunmaktadır. □

LRTA'da yeni "abstract"lar..

LRTA (Leisure, Recreation and Tourism Abstract) dergisinin Türkiye'ye ulaşan Eylül 1994 sayısında, Anatolia Dergisi'nin Temmuz-Ağustos 1993 sayısında Yasemin Pehlivan'a ve Eylül-Ekim 1993 sayısında Mehmet Özdemir ve Güzin Demircioğlu'na ait yayımlanan yazıların "öz"leri yer almıştır. □

Turizm Yılığın yayınlanmıyor..

1985 yılından bu yana her yıl sürekli hazırlanan "Turizm Yılığın", 1995 yılında "Başbakanlık Tasarruf Genelgesi" dolayısıyla yayınlanmayacak. 1985 ve 1986 sayılarının T.C. Turizm Bankası A.Ş. ve 1987 sayısından bu yana ise Türkiye Kalkınma A.Ş. tarafından hazırlanan Turizm Yılığın, turizm alanında hazırlanmış çalışmalara yer vermekteydi. □

Turizm'e yeni 'Bakan'..

Hükümetin bir kanadını oluşturan partinin bir başka siyasal parti ile birleşmesinden dolayı oluşan değişiklikle birlikte, bu partiye ait olan bakanlıklara yeni atamalar yapıldı. Turizm Bakanlığı'na İrfan Gürpınar atandı. □

Avrupa Gümrük Birliğı ve Türk turizmi paneli..

Turizm Yatırımları Derneğı (TYD) tarafından 22 Aralık 1994 tarihinde Hyatt Regency otelinde "Avrupa Gümrük Birliğı ve Türk Turizm" konulu bir panel düzenlendi. Panele konuşmacı olarak, Dışişleri Eski Bakanı Vahit Halefoğlu, TYD yüksek iştişare konseyi üyesi Ali Tigrel, İktisadi Kalkınma Vakfı başkanı Sedat Aloğlu, İspanya Turizm Bakanlığı'nın Türkiye, İtalya ve Yunanistan baş temsilcisi Alvaro Renedo ve Clup Med Avrupa ve Afrika sektörü başkanı Maurice Benzaquen katıldılar. Türk turizminin Avrupa Gümrük Birliğı'ne hazır olduğı, panele katılan bütün konuşmacılar tarafından vurgulandı. □

'Housekeeping bülteni' yayın yaşamına başladı...

Geçtiğimiz yıl kurulan Housekeeper'lar Derneğı'nin bülteni yayın hayatına başladı. Dernek üyeleri ve Türkiye'deki housekeeper'lar arasında iletişimi sıcak tutmak, bilgi alışverişini sürekli kılmak ve housekeeper'lar arasında dayanışmayı sağlamak üzere yayın yaşamına başlayan "Housekeeper Bülteni", üç ayda bir yayınlanacak. Aynı zamanda dernek başkanlığını yürütmekte olan Melten Mısırlıoğlu'nun sahipliğini üstlendiğı bültenin ilk sayısında dernek üyelerinin tanımınının yapılmasının yanı sıra, dernek çalışmaları ve sektörle ilgili haberler de yer alıyor. Dernek çalışmaları ve Housekeeping Bülteni"yle ilgili olarak daha geniş bilgi edinmek isteyenlerin "Nispetiye cad. Ece Apt. B Blok No: 29/2 Etiller-İstanbul" adresine mektup yazarak istedikleri bilgileri edinebilirler. Anatolia Dergisi "Housekeeping Bülteni"ne yayın yaşamında başarılar diler.

Nevşehir hafta sonu semineri, 22-24 Eylül 1995'te..

Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliğı ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından ilki geçtiğimiz yıl gerçekleştirilen "Hafta Sonu Semineri"nin ikincisi bu yıl 22-24 Eylül 1995 tarihleri arasında Nevşehir'de gerçekleştirilecek. Bu yılki konusu "Kapadokya'nın Turistik Kültürel Potansiyeli ve Pazarlama Sorunları" olan seminere katılmak isteyenlerin en geç 30 Nisan 1995 tarihine kadar bildiri konusunu, 15 Haziran 1995 tarihine kadar tebliğ özetini ve 10 Eylül 1995 tarihine kadar da bildirimlerinin tam metnini göndermeleri gerekmektedir. Katılanların konaklama, yeme-içme ve Kapadokya'daki tranfer işlemlerinin okul tarafından karşılanacağı seminere araştırmaları ile katılmak isteyenlerin, en geç 30 Nisan 1995 tarihine kadar; Nevşehir Turizm İşletmeciliğı ve Otelcilik Yüksekokulu, P. K. 29 Nevşehir adresine bildiri konularını bildirmeleri gerekmektedir. Seminerle ilgili daha ayrıntılı bilgi edinmek isteyenlerin (0384) 213 24 90 - 213 60 84 numaralı telefonları arayarak yüksekokul yöneticilerinden bilgi almaları mümkündür.

Yiyecek ve içecek yönetimi kitabı..

Akdeniz Üniversitesi Antalya Turizm İşletmeciliğı ve Otelcilik Yüksekokulu öğretim üyelerinden Doç. Dr. Ahmet Aktaş "Ağırlama Hizmet İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi" başlığını taşıyan bir kitap yayınladı. 1995 yılında yazdığı kendisi tarafından bastırılan kitap, 416 sayfadan oluşuyor. Sekiz bölümden oluşan kitabın birinci bölümünde ağırlama hizmet işletmelerinde yiyecek ve içecek hizmetlerinin önemi-hizmetlerin verildiğı işletmeler, yiyecek ve içecek bölümünün örgütsel yapısı-bütçeleme; ikinci bölümünde, ağırlama hizmet işletmelerinde menü planlaması geliştirme ve fiyatlama; üçüncü bölümde, yiyecek ve içecek bölümünde mutfak planlaması; dördüncü bölümde, ağırlama hizmet işletmelerinde yiyecek ve içecek maliyet kontrol sisteminin anlamı, amaçları ve aşamaları; beşinci bölümde, içecek maliyeti kontrol süreci; altıncı bölümde, ağırlama hizmet işletmelerinde işgücü maliyet kontrolü; yedinci bölümde, ağırlama hizmet işletmelerinde ziyafet organizasyonu önemi ve yönetimi; ve sekizinci bölümde de, ağırlama hizmet işletmelerinde yiyecek ve içecek departmana ait iş tanımları yer almaktadır.

Nevşehir Turizm'den İki Kitap..

Erciyes Üniversitesi'ne bağlı olarak eğitim-öğretim etkinliklerini sürdüren Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından iki kitap yayınlandı. Kitaplardan ilkinde, geçtiğimiz yıl 23-25 Eylül 1994 tarihleri arasında Nevşehir'de gerçekleştirilen "Dört Yıllık Turizm Yüksek Okullarındaki Eğitim Öğretim Sorunları" konulu seminerin bildiri metinleri yer alıyor. Kitap içerisinde yer alan bildirilerin başlıkları ve tebliğ sahiplerinin isimleri şöyledir: "Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimcilerinde Aranan ve Beklenen Nitelikler" (İge Fımar), "Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarında Uygulanan Ders Programlarındaki Çarpıklıklar ve Yeni Bir Ders Programı Önerisi" (Prof. Dr. Rıfat Yıldız), "Turizm Sektöründe Darboğazlar (Prof. Dr. Alp Timur), "İtalya'da Otelcilik ve Turizm Eğitimi Sistemi" (Yrd. Doç. Dr. Orhan Mesut Sezgin), "Turizm Eğitimi Veren Yüksekokulların Sorunları ve Çözüm Önerileri" (Yrd. Doç. Dr. Dünder Denizer), "Çağdaş Turizm Müfredatı Üzerine Öneriler" (Prof. Dr. Alparslar Usal), "Turizm Yüksekokullarında Yetiştirilen Elemanlar Hangi Kademede Çalıştırılabilir?" (Orhan Kalkan), "Türkiye'de Turizm Eğitimi Veren Yüksekokulların Temel Sorunları ve Öğrencilerin Okul Sonrası Mesleki Yaşama Uyumu Konusunda Bir Değerlendirme" (Doç. Dr. Orhan İçöz), "Turizm ve Otelcilik Yüksekokullarından Sektörün Beklentileri" (Prof. Dr. Bülent Himmetoğlu), "Turizm Pazarına Kalifiye Eleman Temini Açısından Turizm İşletmeleri ile Eğitim Kurumları Arasında İşbirliğinin Gerekliliği" (Yrd. Doç. Dr. Kasım Karahan), "Turizm Eğitimi Veren Okullarda Rehberlik Bölümü Açılmasının Gerekliliği ve Ön Şartları" (Prof. Dr. Saime Oral-Olgun Çicek-Güzin Demircioğlu), "Türkiye'de Turizm Rehberliği Eğitiminin Üniversiter Kapsam İçerisine Alınması Üzerine Düşünceler" (Dr. Suavi Ahipaşaoğlu), "Turizm Eğitimi Lisans Programında Bitirme Tezinin Önemi" (Yrd. Doç. Dr. Hikmet Öztekin), "1963-1992 Yılları Arasında Türkiye'de Lisans ve Doktora Seviyelerinde Yazılmış Tezlerin Çeşitli Parametrelere Göre Değerlendirilmesi" (Nazmi Kozak - Meryem Akoğlan), "Türkiye'de Mesleki Turizm Eğitiminin Bugünkü Yapısı, Mevcut Sorunları ve Çözüm Yolları" (Yrd. Doç. Dr. Mehmet Gürdal), "Turizm Yüksekokulları için Bağımsız Uygulama Modeli Faydalı mıdır? (Fehmi İncidiş). 1995 yılında basılan kitap, 189 sayfadan oluşmaktadır.

Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından yayınlanan ikinci kitapta ise, 28 Aralık 1994 tarihinde Nevşehir düzenlenen "Yerel Yöneticilerin ve Sektörün Turizm Problemlerine Bakışı" adını taşıyan toplantının konuşma metinleridir. Kitapta, Kapadokya bölgesinde yer alan yerleşim merkezlerinin kaymakam, turizm müdürü ve belediye başkanları ile turizm sektörü temsilcilerinin toplantıda yaptıkları konuşmaların metinleri yer alıyor.

Teşekkür..

Dergimizin 5. yayın yılını doldurması dolayısıyla sözlü ve yazılı olarak başarı ve iyi dileklerini gönderen değerli "Anatolia Dostları"na çok teşekkür ederiz.

Anatolia Dergisi yetkilileri

Yeni turizm merkezleri..

Turizm Bakanlığı kış turizmi açısından önem taşıyan 10 yöreyi daha turizm merkezi ilan etti. Bu yöreler; Koroğlu Dağı Turizm Merkezi (Bolu), Uludağ İl. Gelişim Bölgesi Turizm Merkezi (Bursa), Erciyes Kış Sporları Turizm Merkezi (Kayseri), Hasandağı Turizm Merkezi (Aksaray), Zigana Turizm Merkezi (Gümüşhane), Kopdağı Turizm Merkezi (Bayburt), Sarıkamış Turizm Merkezi (Kars), Kartepe Turizm Merkezi (Kocaeli), Palandöken Kış Sporları Turizm Merkezi (Erzurum), Sapgör Kış Sporları Turizm Merkezi (Bitlis)..

Hotel Product'95 fuarı.

Anadolu Tanıtım tarafından düzenlenen "Hotel Product'95 6. Akdeniz Turistik İşletmeler Donanı, Servis Ekipmanları İhtisas Fuarı ve Fabex'95, 2. Uluslararası Yiyecek-İçecek İhtisas Fuarı", 18-22 Ocak 1995 tarihleri arasında Antalya Dedeman Oteli salonlarında yapıldı. Fuara, 300'ün üzerinde firma katılarak ürünlerini sergiledi..

TUROB 2. altın anahtar ödülleri sahiplerini buldu..

TUROB (Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği) tarafından geleneksel hale getirilen ve konaklama sektöründe simge olan "Altın Anahtar Ödülleri", bu yıl ikinci kez sahiplerine verildi. II. Altın Anahtar ödül töreni, 17 Aralık 1994 tarihinde Swissotel The Boshorus'da düzenlendi.

Bu yıl 84 konaklama tesisine altın anahtar ödülü verildi. □

Balıkesir'de panel..

Balıkesir Üniversitesi Turizm Araştırma ve Uygulama Merkezi ile Balıkesir Turistik İşletmeciler ve Otelciler Birliği'nce, 26 Nisan 1995 tarihinde Balıkesir'de "2000'li Yıllarda Türk Turizmi" konulu bir panel düzenlenecek. Başkanlığını, Turizm Araştırma ve Uygulama Merkezi Müdürü Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu'nun yapacağı panele, Dokuz Eylül Üniversitesi'nden Prof. Dr. Alp Timur, Turizm Bakanlığı'ndan Derya Sarar, Balıkesir Turistik İşletmeciler ve Otelciler Birliği'nden Harun Özçiçek ve Balıkesir Üniversitesi'nden öğretim görevlisi Düriye Bozok katılacak. □

SOS Ağaçkakan seçkisi..

Uzun süre dergi olarak yayınlanan Ağaçkakan, bir süreden beri "seçki" adı altında çıkıyor. SOS Akdeniz Derneği tarafından yayınlanan seçkinin yeri sayısı, geçtiğimiz günlerde çıktı. . □

Lisans turizm okulları müdürleri 26 Mayıs'ta Nevşehir'de toplanıyor..

Üniversitelere bağlı olan dört yıllık Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulları müdürleri, 26 Mayıs 1995 tarihinde Nevşehir'de toplanıyorlar. Yüksekokul müdürleri toplantılarında, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulları'nın sorunları ve çözüm yolları üzerinde aralarında bilgi alış verişinde bulunacaklar. Daha önce alınan bir kararla dört yıllık turizm okulları müdürlerinin yılda en az iki kez bir araya gelmeleri kararlaştırılmıştı □

M A R T 1 9 9 5 G Ü N L Ü Ğ Ü

Turizm Bakanlığı'nın 1995 yılında katılacağı fuarlar..

TARİH	KATINILAN FUARIN ADI	ÜLKE
10-12 Mart 1995	Mahana Turizm Fuarı	Fransa
11-12 Mart 1995	LOS Angeles Times Travel Show	ABD
16-19 Mart 1995	Budapeşte Turizm Fuarı	Macaristan
16-19 Mart 1995	Liege 6. Sportif Mac. ve Sey. Fuarı	Belçika
16 Mart 1995	New York Times Travel Show	ABD
17-19 Mart 1995	Travel 95	Singapur
22-25 Mart 1995	MITT 95 2. Ul. Turizm Seyahat Fuarı	BDT
25 Mart-2 Nis. 1995	Brüksel Tatil Fuarı	Belçika
8-10 Nisan 1995	The Summer Holiday Show Montreal	Kanada
20-23 Nisan 1995	SITC Barcelona Fuarı	İspanya
20-23 Nisan 1995	The Travel and Leisure Show Toronto	Kanada
25-28 Nisan 1995	Arabian Travel Market	Bahreyn
27 Nisan - 1 Mayıs	Bilbao Turizm Fuarı	İspanya
1-5 Mayıs 1995	Uluslararası Seyahat ve Turizm Fuarı	Kuveyt
8-10 Mayıs 1995	IMPTM Akdeniz Ul. Barış ve Turizm Fuarı	İsrail
16-18 Mayıs 1995	EIBTM Cenevre Fuarı	İsviçre
1-4 Haziran 1995	ITE'95 Hong-Kong Turizm Fuarı	Japonya
16-18 Haziran 1995	Melbourne Tatil ve Seyahat Fuarı	Avustralya
23-25 Haziran 1995	Sydney Tatil ve Seyahat Fuarı	Avustralya
Ağustos 1995	Reisemarkt Alexanderplatz	Almanya
Eylül 1995	Friedrichshafen Yatçılık Fuarı	Almanya
Eylül 1995	SKI-HAPP Kış Fuarı	Hollanda
23-25 Eylül 1995	Tallinn TOUREST 95 Seyahat Fuarı	Estonya
27-29 Eylül 1995	IT-ME Fuarı	ABD
Ekim 1995	TTW Montreux Fuarı	İsviçre
Kasım 1995	Brüksel Seyahat Fuarı	Belçika
Kasım 1995	COLMAR Ul. Turizm ve Sey. Fuarı	Fransa
10-13 Kasım 1995	Travel Trend	Almanya
1-3 Aralık 1995	Köln Turizm Fuarı	Almanya
7-12 Aralık 1995	Leipzig Turizm Fuarı	Almanya
Aralık 1995	Glasgow Turizm Fuarı	İngiltere
	Spring Tour and Travel Exchange	ABD
Aralık 1995	Zuidlaren Turizm Fuarı	Hollanda

Dünya Turizm Fuarı yapıldı..

Türkiye'nin de katıldığı "Dünya Turizm Fuarı", 14-17 Kasım 1994 tarihleri arasında Londra'da Earls Court fuar ve sergi merkezleinde yapıldı. 157 ülkenin ve yaklaşık 3600 firmanın, 60.000'in üzerinde ziyaretçinin, 2000 civarındaki basın mensubunun katıldığı bu y ilki fuar, şimdiye kadar düzenlenen en büyük Dünya Turizm Fuarı olarak kabul edilmektedir. Bilet ve davetiye ile girilebilen fuarda turizm ve otelcilik sektörü ile ilgili birçok uluslararası kişi ve kuruluş biraya gelmiş ve önemli tanıtım ve iş bağlantıları yapılmıştır. Dört gün içinde 60 binden fazla kişinin ziyaret ettiği bu uluslararası fuarda her ülke ve organizasyon kendilerine özgü değişik standlar, eğlenceler ve toplantılar düzenleyerek kendi ürünlerini tanıtmaya çalışmışlardır.

Bu önemli organizasyonun sorumlusu Fiona Jeffery, Dünya Turizm Fuarı'nın yıl içindeki en önemli turizm organizasyonu olduğunu ve birçok tanınmış turistik ülkenin bu fuara önem verdiğini ve ayrıca her yıl yeni ülkelerin de bu fuara katılmaya başladıklarını belirtmiştir. Jeffery, Amerika Birleşik Devletleri'nin 50 eyaletinden 43'ünün bu fuara katıldığını ve kendilerine özgü gösteri ve standlar hazırladıklarını belirtmiştir. Afrika ve Asya Pasific ülkeleri de sergi alanlarını geçen yıla göre arttırmışlardır. Asya ülkeleri de 100'den fazla sergi ile fuara katılmışlar ve ilgi odağı haline gelmişlerdir. Kazakistan, Nijerya, Arnavutluk ve Uruguay da bu ilk defa fuara katılan ülkeler arasındadır.

Ülkemiz "Dünya Turizm Fuarı"na oldukça güzel bir stand ile katılmıştır. Earls Court 2'de 350 metrekarelik bir alan üzerine kurulan, dizaynı ve stili geleneksel Türk mimarisi ve motifleri üzerine şekillendirilen reyon, Türkiye'den 35 firma ve 100'ü aşkın temsilci katılmıştır. Fuara Türkiye'den katılan firmalarımızın sayısı 1990 yılında 1, 1991 yılında 3, 1992'de 8 ve geçen yıl 20 iken, bu yıl beklenilenin çok üzerinde bir talep olmuş ve standın yeterli olmaması nedeniyle bazı kuruluşlara yer verilememiştir. Bu durum önümüzdeki yıl Fuara daha büyük bir stand ile katılma gereğini ortaya koymuştur.

Önceki yıllardan farklı olarak bu yıl fuara 5 bölgesel kuruluşumuz katılmıştır (TUROB, BODER, GETOB, GÜMTOB VE KOMLID). İstanbul'dan TUROB çatısı altında katılan 16 büyük otelimiz için "İresistanbul" bölümü hazırlanmıştır. Information bürosu ile de genel olarak Türkiye ve Türk turizmi ile ilgili gerekli bilgiler verilmiştir. Ayrıca 25 ekranlı videowall gösterileri ile ziyaretçilere ülkemizin değişik turistik merkezlerinden görüntüler sunulmuş ve çok sayıda broşür ve katalog dağıtılmıştır.

Türk reyonunu gezen ziyaretçilerle yaptığımız görüşmelerde, ziyaretçiler Türkiye'nin son yıllarda önemli bir turistik destinasyon haline geldiğini ve adından sık sık söz ettirdiğini ve daha fazla bilgi sahibi olmak için buraya geldiklerini ve Türk reyonunu çok beğendiklerini belirtmişlerdir.

Türk reyonunda ülkemizi temsil eden firma temsilcileri ile yapılan görüşmeler sonucunda, onların da gösterilen ilgiden oldukça memnun oldukları ve bu tür organizasyonların Türk turizmi için birer fırsat olduğunu vurguladıkları görülmüştür (Fevzi Okumuş - Erdal Aktan, Londra).

Balıkesir Üniversitesi'nde Turizm Araştırma ve Uygulama Merkezi

Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğüne bağlı olarak Turizm Araştırma ve Uygulama Merkezi kuruldu. Başkanlığına Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu'nun getirildiği merkez, turizmle ilgili konularda araştırma ve toplantılar yapacak □

Dünya Dostları Derneği kuruldu..

Uzun süreden beri faaliyetlerini bireysel olarak sürdüren çevreci kişi ve kuruluşlar "Dünya Dostları" adı altında dernekleştiler. Geçtiğimiz aylarda kurulan dernek çeşitli alanlardaki etkinliklerini sürdürüyor.

Bu bağlamda Ankara'da ve Türkiye'nin çeşitli yörelerinde toplantı ve konferanslar düzenliyor. Derneğin etkinlikleri arasında olan bir toplantı da 10-14 Mayıs 1995 tarihleri arasında Datça'da gerçekleştirilecek. Datça toplantısında ekoloji, toplumsal ekoloji, sanayi sonrası ütopya, yeşil hareket, ütopya ve diğer başka konularda tartışmalar yapılacak. Dünya Dostları Derneğinin etkinlikleriyle ilgili bilgi almak isteyenlerin "P. K. 116 Bakanlıklar 06582 Ankara" adresine mektup yazarak veya 380 89 79 - 432 39 66 numaralı telefonları arayarak daha ayrıntılı bilgi edinebilirler □

Hacettepe Üniversitesi'nde Turizm İşletmeciliği anabilim dalı

Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü bünyesinde Turizm İşletmeciliği anabilim dalı kuruldu. □

Turizm talebi ile ilgili bazı ampirik araştırmalar hakkında..

DR. HASAN İ. DENER

ÖNSÖZ

Yüksek lisans ve doktora tezleri, yayınlanmaksızın sunulan çalışmalardır. Bunların sonradan yayımlanmış bulunmalarının toplam tez sayısına oranı da çok küçüktür. Böylece sayıları 70.000'lere tırmanan büyük sayıda yapıt, yalnızca üniversite ve araştırma kütüphanelerinde depolanmış bir şekilde okununu bekler, durur. Bu nedenle, kaç incelemenin gereksiz yere tekrarlandığı, kaç yeni araştırmanın gereksiz bir biçimde zorlaştığı, çözüm yolları ve sonuçları elde edilmiş bulunan kaç sorunun henüz yanıtız zannedildiği, kaç konuda yeterli bilgi veya veri olmadığı ile ilgili yanlış kanılara varıldığı belki hayal bile edemeyeceğimiz boyutlardadır.

Yakın zamana kadar bu kütüphaneler dolusu yapıta ait sınıflandırılmış kaynakçalar hazırlanmasına da fazla teşebbüs eden olmamıştı. Yalnızca bazı üniversitelerin, kendi bünyelerinde yapılmış tezler için birtakım bibliyografyaları yayımlanmıştı. Özellikle mühendislik ve tıp dalları gibi birtakım alanlarda da, hazırlanması kurumlarca desteklenmiş bir miktar seçilmiş bibliyografya bulunmaktaydı. Bunun ötesinde ise, sadece kişisel gayretlerle yapılagelmiş ve bu nedenle önemli eksiklikler arzedeleyen bazı bibliyografyalar görülmekteydi.

Yüksek Öğretim Kurulu Dokümantasyon Merkezi'nin (görev kapsamına girmesi nedeniyle el attığı) ülke çapında tez biriktiren bir kütüphane olma işlevi, yeni yeni işlerlik kazanmaktadır. Dolayısıyla, bu önemli kaynak deposundan da yararlanmak suretiyle, ayrıntılı ve kullanışlı bir biçimde sınıflandırılmış ve kap-

samca fazla eksik taşımayan konu bibliyografyaları meydana getirebilme çabalarının ne zaman oldukça yeterli bir düzeye erişebileceği hususunda, bugün için güvenilir bir öngöründe bulunmak mümkün değildir.

Turizm disiplinine özgü tez bibliyografyaları yönünden, değinilen durum daha parlak değildir. Turizm alanının intersektörel ve interdisipliner bir bağlamda incelenebilecek önemli boyutlarının bulunması, turizm faaliyetlerini özne olarak ele alan tez sayısını bir hayli arttırmıştır. Oysa ki, turizm tez bibliyografyacılığı konusunda doyurucu ve kapsamlı çabalara pek rastlanmamaktadır. Bu açıdan, bildiğim kadarıyla ilk ciddi kıpırdanışlar, 1980'lerde Bülent Ağaoğlu'ndan gelmişti. Son günlerde ise, Anatolia Dergisi Yazı İşleri Müdürü Nazmi Kozak'ın, bu büyük tez dağarcığının hemen hemen hiç kullanılmayıp heba olmasına hep seyirci kalınması karşısında, galiba sabrı tükeniyor. Zaten beni bu yazıyı kaleme almaya güdüleyen asıl neden de, üstelik bir zamanlar benim tez öğrencim olmuş bulunan Nazmi Kozak'ın, değinilen soruna çözümler sağlayabilme bakımından vazgeçmediği ısrarlı ve idealist tutumdur.

Kabaca varsayalım ki, her tezin içeriğinde araştırma, proje ve derleme tipi yaklaşımlardan bir veya birkaçı mevcut olsun ve tezin bütünü ele alındığında hangi yaklaşım daha ağırlıklı ise, tez o tipten sayılsın! Tabii böyle bir soyutlamayı çok doğru olduğu için değil, ona dayanarak bir hususu iyice vurgulayabilmek düşüncesiyle yapıyoruz.

Bu çerçevede araştırma tipi tezin amacı, genelde, belli bir araştırma süreci

ABSTRACT

ON CERTAIN RESEARCH WORK UPON DEMAND FOR TOURISM

Seven master's theses which were completed under the supervision of the author at the Hacettepe University were partially reviewed in so far as they contributed to research on tourism demand, and moreover by emphasizing their interrelationships. Topics all being held empirically include measurement of attractiveness, tourist expectations, gravity model type of demand, utility function estimation, tourist expenditure analysis, and estimation of demand functions. Original documents include English summaries.

Dr. Hasan İnan Dener, Associate Professor, Hacettepe University Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Beytepe, Ankara, Turkey.

Doç. Dr. Hasan İnan Dener: Lisans Orta Doğu Teknik Üniversitesi İdari Bilimler Fakültesi Ekonomik ve İstatistik Bölümü (1965); doktora, Bonn Üniversitesi Ekonometri ve Yöneylem Araştırması Kürsüsü (1974), İstatistik doçenti (1988). Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğretim üyesi.

uyarınca ve uygun araştırma teknikleri kullanılarak elde edilen bulgularla olay incelemek, olgu açıklamak, sonuç ve süreç yorumlamak, yöntem geliştirmek, model kurmak, hipotez kanıtlamak, kuram oluşturmak gibi katkılar sağlamaktır. Aşağıda sözü edilecek tezler, bu tipe örnek olarak düşünülebilirler.

Proje tipi tezlerde de, elbette ki araştırma tipli tezlerdeki hedefler güdülebilir; fakat bu tür bir çalışmanın asıl amacı, önceden belirlenmiş bir bilgi paketi üretmektir. Örneğin, tez olarak işlenmiş bir fizibilite raporu, proje tipi bir tez anlamındadır. Yine örneğin, tez olarak bir bibliyografya çalışması yaptırılıyorsa, ortaya bir 'bibliyografya' çıkacağından, böyle bir tez de bir projedir.

Derleme tipi tez ise, aslında, saptanmış konusunda yazılmış bir 'toplubakış makalesi' gibi olmalıdır. Burada, mevcut literatürün katkıları derlenir, birleştirilir, karşılaştırılır ve bu tür bir toplubakıştan elde edilebilecek ek yorumlamalar varsa, onlar da ortaya konulur.

Şüphesiz ki her tez aynı kalitede değildir; çok iyileri vardır, daha kötüleride az değildir. Ama tez olarak düşünülmemiş birçok bilimsel çalışma da tezlerden daha mükemmel değildir. Üstelik, bir tezin hazırlanmasına ilgili Enstitü yönetmelikleriyle getirilen kalite denetimi, (hele danışman, kendi vaktini çok kıymetli bulmayıp yeterli zamanı esirgemezse) azımsanmayacak ölçüdedir. O halde, özellikle araştırma veya proje tipi bir tez için gösterilen bunca çabanın, sözkonusu tez bilinmediği için tekrarlanması, çok verimsiz bir iştir. Bazı derleme tipli tezlerin sağladığı bakış açılarını, o çalışmalardan habersiz yakalayabilmek amacıyla verilen gereksiz uğraş ta ağır külfettir. Dolayısıyla, hem kullanışlı sınıflandırmalara sahip tez bibliyografyalarının ihtiyaca uygun kapsamda hazırlanma inisyatiflerine sahip çıkılmalı, hem de yeterli ve hızlı tez duyuru hizmetleri sağlanmalıdır. Böylece tezlerdeki bilginin ve analitik yaklaşım bi-

çimlerinin kolay erişilemez bir halde saklı kalmalarına imkan verilmemelidir.

I. GİRİŞ

Bu çalışmanın öncelikli amacı, turizm talebinin çeşitli yönleriyle ilgili ve birbirlerini bazı bakımlardan tamamlayıcı nitelikte olan birkaç yüksek lisans tezini okurun dikkatine sunmaktır. Sözkonusu tezler, çeşitli tarihlerde danışmanlığım altında hazırlanmış bulunan turizm tezleri arasından seçilmiştir.

Çalışmamızın ikinci amacı, gözönüne alınacak bu tezlerin konu ve sonuçları arasındaki bütünlüğü ortaya koymaktır. Bu durumda, değinilen tezlerin ancak yanlı bir tanıtımı sağlanabilecektir. Çünkü sözkonusu araştırmaların çoğu, yalnızca turizm talebini incelemeyi hedefleyen çalışmalar değildir; burada fazlaca bahsedilmeyecek olan diğer amaçlara da yönelmişlerdir. Örneğin, bu tezlerden hemen aşağıda değinilen Ayşe Kutvan'ın tezindeki asıl hedef, bir fiziksel turizm planlaması kriteri oluşturmaktır. Buna karşın biz Kutvan'ın, turizm talebine ilişkin katkılarıyla ilgileneceğiz.

II. ÇEKİCİLİK UNSURLARI

Bir mal veya hizmete yönelik talep oluşumunun öncesinde, tüketicinin, bu talebi yaratacak bir ihtiyaçlar kompozisyonu (veya ihtiyaçlar bileşkesi) bulunmalı ve bu bileşke, onu sözkonusu mal veya hizmeti istemeye yöneltebilmelidir. Çünkü ilgili mal veya hizmetin albenisi, tüketicinin farkına varabildiği ve erişebileceği mal ve hizmetler bütünü çerçevesinde kendi ihtiyaç bileşkesini yeterince tatmin edebileceği sanısını, ona vermiş bulunmalıdır.

Oturduğu yöreden uzakta tatil yapmayı amaçlayan bir kişinin turizm ihtiyaçları mal ve hizmet bileşkesinin tatmini, tatil yörelerinin çekiciliklerine de önemli ölçüde bağlıdır. Turistik bölgelerin turist adayına cazip gelebilecek özelliklerinin

Turizm tezlerinin, disiplinlerarası alanların da taranmasıyla elde edilebilecek ve kullanışlı bir sınıflandırmaya sahip eksiksiz bir bibliyografyasının bulunmaması, aşırı ölçüde bir bilgi kaybına neden olmaktadır.

bir envanterini yapmak, çok zor değildir. Örneğin bunları, doğal faktörler, sosyal faktörler, tarihi değerler, rekreasyon ve alışveriş kolaylıkları ve teknik altyapı biçiminde sınıflandırabiliriz (1). Değinen doğal faktörler, bir yandan turizm faaliyetleri açısından çekici olabilecek tüm doğal güzellikleri, öte yandan da iklim verilerini kapsayabilir. Sosyal faktörler ise, yörelerin mimari özelliklerini, folklorik yapılarını, sosyal etkinliklerini ve halkın turistlere karşı davranış biçimlerini içerebilir. Rekreasyon kolaylıkları, spor, kültür, sağlık, dinlenme olanaklarından ve gece rekreasyonu faaliyetlerinden oluşabilir. Teknik altyapı çekicilikleri de, bir taraftan ulaşımdan temel altyapıya ve öte taraftan yiyecek ve konaklama kolaylıklarına varan geniş bir yelpaze çerçevesinde algılanabilir.

Turist, sıralanan bu çekicilikler arasında tercihler yapacaktır. Eğer turizm tüketicisinin bu tercihleri hakkında önceden doğru bilgiler edinilebilseydi, hem sahib oldukları çekicilik unsurlarının niteliklerine göre yörelerin turistin gözündeki göreceli önemlilikleri daha iyi anlaşılacaktı, hem de, oldukça kıt kaynakların kullanımıyla gerçekleştirilen turizm fiziksel planlaması faaliyetleri daha optimal bir biçimde yönlendirilebilecekti. Ayşe Kutvan'ın tezindeki başlangıç savı buydu.

Kutvan'ın turizm talebinin saptanması yaklaşımlarına bu bağlamdaki katkısı, turistin çekicilik tercihlerinin ölçüm tekniği ile ilgilidir. Tercih, beğeni, öncelik gibi bireysel yargılar, oluşturulabilecek uygun bir sıra ölçeği vasıtasıyla (yani turizm tüketicisine bir sıralama yaptırmak suretiyle) ölçülebilir ama, insanoğlu, böylesine türlü-çeşitli unsurlar arasındaki tercihlerini çelişkisiz bir biçimde yapmaya yetkin değildir ve dolayısıyla kendi eğilimlerini böyle bir ölçek vasıtasıyla tam olarak değerlendiremeyecektir. O nedenle basit bir sıra ölçeği amaca uygun düşmeyecek ve yüksek geçerlikli ölçümler sağlayamayacaktır. Dolayısıyla kontrollü bir ölçek ve uygulama yöntemi geliştirmek

gerekmekteydi (2). Sonuçta, 5 üst ve toplam 16 alt gruptan oluşan turistik çekicilik unsurları hakkındaki tatil adayı görüşlerinin geri beslenmeli kontrol aşamalarından geçirilerek adım adım çelişkisizleştirildiği bir 'kontrol listesi ve kontrol kartı takviyeli yüzyüze anket' hazırlanmış ve deneysel amaçla 31 kişiye uygulanmıştır (3).

Buradaki öneri, oluşturulan anket yönteminin (Turizm Bakanlığı gibi bir kuruluşun imkanlarıyla) çeşitli tatil amaçlarını, turist tiplerini ve açıklayıcı sosyo-ekonomik değişkenlerin vasıflarını temsil eden kapsamlı örneklemelere uygulanması ve böylece potansiyel turistlerin çekicilik unsurları tercih yapılarını tesbit edebilmektir. Ancak hemen hatırlatalım ki, bu bulgular, Kutvan'ın geliştirmek istediği planlama kriterinin dayanacağı verilerin sadece bir kısmını teşkil etmekteydi.

Diğer taraftan, ölçeğin deneme uygulanması, hiçbir genelleme iddiası bulunmamakla birlikte ilginç sonuçlar vermiştir. Bu bakımdan en yüksek tercih, doğal güzelliklere yöneliktir. Ayrıca iklim şartları, konaklama kolaylıkları ve turistik altyapının varlığı da, turistin yöre seçimini etkileyen çekiciliklerin başta gelenlerindedir.

Bu bağlamda daha az ilgi gören çekicilikler turistik çevrenin tarihi dokusu ile ilintilidir. Halkın turistlere karşı davranışlarının belirleyiciliği de, aşağı yukarı aynı derecede etkileyici bulunmuştur.

Öte yandan dini yapıların, spor faaliyetleri, kültürel olanaklar ve gece rekreasyonunun varlığı, denekleri fazla ilgilendirmemektedir. Hele yöresel festivaller, yörede sağlık tesislerinin ve alışverişim kanallarının bulunuşu, turistik çekiciliğe sahip unsurlar olarak düşünülmemektedir (4).

III. TERCİH NEDENLERİ OLARAK ÇEKİCİLİKLER

1987 yılı şartlarında değerlendirilebilecek bellibaşlı turist eğilimi anketleri, 1965 ve 1973 Yabancı Ziyaretçi Anketleri,

Elbette ki bilim dallarında kuram, alimler kendi kendilerine oynasınlar diye değil, gerçek yaşamın uygulamalarında yararlanılabilsin diye geliştirilmişlerdir. Zaten kuramların temell, gerçeklerin gözlemine dayanır.

1976 Yerli, Yabancı ve Günübirlikçi Anketleri, 1983 İç Turizm Anketi idi. Ayrıca, 1975, 1980 Seyahat Acentaları Anketleri de, acentacı gözüyle turist eğilimleri hakkında bilgiler sunmaktaydı.

Sözkonusu veri toplama çalışmaları, hem turistlerin beklentilerini, hem de izlenimlerini içermektedir. Ancak burada sözü edilen beklentilerin hemen hepsi mal ve hizmet satınalma eğilimlerini, yani bir bakıma potansiyel talebin ayrıntılarını yansıtmaktadır. Varış ülkesinin tercihine yarayan çekiciliklere, sayılan anketlerden yalnızca 1973 yılına ait olanda yer verilmiştir⁽⁵⁾. Sözü edilen ankette (toplanan diğer verilerin yanında) iklim, deniz, diğer doğal güzellikler, tarihi değerler, şarklılık özellikleri, uygun fiyatlar ve folklor gibi Kutvan'inkinden daha ayrıntısız bir kategorileme etrafında yabancı turistin Türkiye'yi tercih etme nedenleri değerlendirilmiş ve ankete katılan turistlere üçer derecelendirme imkanı tanınarak, bu faktörler arasındaki tercih önceliklerinin neler olabileceği öğrenilmeye çalışılmıştır.

Leyla Şentürk tezinde, değinilen 6 anketteki beklenti ve izlenimlerin karşılaştırmalı bir analizini yapmayı amaçlamıştır. Bu çerçevede acentaların turistlerin beklenti ve izlenimleri hakkındaki tahminleri ile turistlerin kendi beklenti ve izlenimleri hakkındaki beyanlarının karşılaştırılması ve böylelikle Perry hipotezinin de dolaylı olarak sınanması mümkün olmuştur⁽⁶⁾.

1973 anketindeki yabancıların talep öncesi tercihleri hakkında Şentürk'ün test bulguları ise şu sonuca varmaktadır: Yabancılar, Türkiye'yi ziyaret etme nedenellikleri yönünden ankette belirtilen çekicilikler arasında belirgin ayrımlar yapmamaktadırlar. Diğer bir deyişle, yabancıların Türkiye'ye geliş kararlarında belli bir tercih sebebi, tek başına, diğerlerinden daha öncelikli olduğu düşünülebilecek belirgin bir rol oynamamaktadır. Anket soru biçimleriyle tanınan verileri derecelendirme imkanlarının analizi de aynı doğrultuda yorum getirmektedir⁽⁷⁾.

Tabii bu sonuçlar, çok önceki devirlerin durumunu yansıtmaktadır. Ancak, o tip bir ankette bu yorumu çıkarsayabilmek için kullanılan metodoloji ve teknikler, geçerliliklerini korumaktadırlar. Kaldı ki, baz olarak alınabilecek bu sonuç, bugün neyin hangi yönde değişmiş olabileceğini merak ettirerek, aynı konuda yeni çalışmaların tasarlanmasını güdüleyebilir. Diğer taraftan sözkonusu saptama, bir bakıma Cemile Erkunt'un tez sonucunu da doğrulamaktadır.

IV. ÇEKİM TİPİ TALEP

Şimdiye kadar, dış turizm talep hacminin saptanmasında çekicilik unsurlarının etkisini vurguladık. Öte yandan, ülkelerin birbirlerinden uzaklıkları, göreceli refah seviyeleri gibi çok basit faktörlerin de, (sınırların dış turizm faaliyetine yeterince açık olması şartıyla) dış turizm akımlarının yönlenmesinde önemli rol oynadıkları görülmektedir.

Erkunt, tezinde bu hususu incelemiştir. Veri tabanı olarak, Türkiye'ye turist gönderen bellibaşlı 30 ülkeye ait zaman serileri esas alınmıştır⁽⁸⁾. Hangi ülkeden hangi tarihte Türkiye'ye niçin o kadar turist geldiği, ülkelerin nüfuslarını, kişi başına milli gelirlerini ve Türkiye'ye olan uzaklıklarını bağımsız değişkenler olarak içeren bir çekim modeliyle açıklanmaya çalışılmıştır. Üstel homojen fonksiyon tipli bu yerçekimi analogu biçimindeki modelde, çekicilik unsurlarının toplu etkisi de dışsal bir faktör olarak 'ortam sabitinin değeri' ile belirlenmiştir.

Sözkonusu modelle yapılan yıllara göre ardaşık kesit analizleri, yüksek geçerlikli ve stabil sonuçlar sağlamıştır. Dolayısıyla Türkiye'ye yönelik yabancı turist talebinin hacmini saptayan nedensellikler içerisinde, turist gönderen ülkelerin refah, büyüklük ve uzaklıklarının gerçekten de temel etmenler oldukları meydana çıkmıştır.

Durum böyle olunca, kurulan modelin saptanan parametreleri dış turizm talebi öngörülerini hesaplayabilme açısından

İktisat kuramı da her yönüyle, bir yandan İktisadi olaylar doğru anlaşılıp yorumlanabilsinler diye ve öte yandan İktisadi politika ve planlama en uygun biçimlerde düzenlenabilsin, İktisadi kararlar en isabetli şekilde almabilsin diye vardır. Turizm ekonomisi de, bir sektörel ekonomi dah olarak, aynı tip amaçlara hizmet eder.

da denenmiş ve onların, örneğin plan tahminlerine nazaran çok daha gerçeğe yakın öngörü sonuçları sağladıkları da kanıtlanmıştır⁽⁹⁾.

V. TALEP FONKSİYONUNUN OLUŞUMU

Mikroekonomik açıdan bakıldığında bir mal veya hizmetin talep miktarı, onun fiyatı ile diğer ilgili değişkenlerin bir fonksiyonudur. Burada sözü edilen 'diğer ilgili değişkenler', aynı piyasayı (ikame malı veya tamamlayıcı mal olarak) bir şekilde paylaşan malın fiyatı, talep edilen malın gelecekteki fiyatının tahmin değeri, potansiyel alıcıların sayısı, onların gelirleri ve tercihleridir (10). Ancak çoğu kez, diğer ilgili değişkenlere ait etkilerin kısa dönemde sabit kalacağı varsayılarak, kısa dönem talep fonksiyonu, bir malın fiyatı ve miktarı arasındaki iki değişkenli ilişki olarak düşünülür.

Böyle bir talep fonksiyonunun oluşumundaki nedensellikler (ekonomiye giriş derslerinden esinlenen klasikleşmiş biçimiyle) şöyle açıklanabilir:

Belirtilen yapısıyla talep fonksiyonu, aslında fayda fonksiyonuna dayanır, ondan türer. Mal ve hizmetlerin talep edilme düzeyleri, tüketicinin onlardan aldığını düşündüğü fayda dereceleri ile belirlenir. Bu bakımdan tüketicinin fayda değişkeni, onun talep edebileceği tüm mal ve hizmet miktarları bileşkesinin bir fonksiyonudur. Bileşkenin içerdiği her bir mal ve hizmet için bu fonksiyondan kısmi fonksiyonlar türetilir ve kısmi fonksiyonlar, 'azalan marjinal fayda kanunu' uyarınca "elde edilen malın miktarı arttıkça ondan edinilen marjinal faydanın azalacağı ve nihayet doyum noktasında sifıra ulaşacağı" değişim biçimleri gösterirler.

Tüketici, talep edebileceği ve birbirlerini tamamen veya kısmen ikame edebilecek mal veya hizmetlerden hangi oranlarda satın alması gerektiği hususunda kararsızdır. Diğer bir deyişle, örneğin iki malın tüketiciye aynı toplam faydayı sağlayabileceği pek çok alım kombina-

syonu mevcuttur. Tüketici ise, faydası her durumda aynı kalacağı için, işte bu alım kombinasyonlarından hangisini gerçekleştirmek isteyebileceği hususunda kararsızdır. Beraberce talep edilen iki ikame malının karşılıklı miktarlarını bir düzlemin koordinatları ile belirleyecek olsak, bu düzlemde, tüketicinin aralarındaki seçimde kararsız kaldığı ve ona eş fayda sağlayan tüm alım miktarlarının geometrik yeri, (fayda fonksiyonunun azalan marjinal fayda kanununa göre postüle edilen genel biçimi uyarınca) başlangıç noktasına sanki sırtını dönmüş bir konveks eğri şeklinde gösterilir. Zaten bu nedenle o eğriye iktisat derslerinde kayıtsızlık eğrisi, farksızlık eğrisi, eşfayda eğrisi gibi açıklayıcı adlar verilir.

Diğer taraftan, tüketicinin bütçesi sonsuz değildir, kısıtlıdır. Kısa vadede sabit olduğu düşünülen bu bütçeyle onun, mal veya hizmetlerden satın alabileceği miktarlar, doğrusal bir denklemle gösterilebilir. Bu doğrusal denklem aslında bir tanımsal ifadeden başka bir şey değildir. Sadece her bir mala sarfedilen paraların toplam bütçeye eşit olacağını belirtir. Ama bir malın alımına ödenen para, onun fiyatı ile miktarının çarpımı demek olduğu için, bütçe denklemi, kısa vadede değerleri sabit olan piyasa fiyatlarıyla miktarların çarpımlarının toplamını bütçeye eşitleyen bir eşitlik halinde yazılır. İktisat derslerindeki iki mala ait basit anlatımda sözkonusu doğrusal denklemin geometrik karşılığı, kayıtsızlık eğrilerinin bulunduğu düzleme çizilen bir doğrudur.

Tüketicinin doğal eğilimi, kendisine belli bir fayda sağlayacak mal veya hizmet kombinasyonlarını satın alırken bir optimizasyona erişmek, yani sabit bütçesiyle en çok faydayı sağlayabileceği alımları gerçekleştirmektir. İki seçenek mal arasındaki ilişkiyi tekrar gözönüne alarak düşünersek, o durumda en iyi alım kombinasyonu stratejisi, bütçe doğrusu ile onun teğet olduğu kayıtsızlık eğrisinin teğet noktasındaki miktar kombinasyonu kadar

Türizm talebinin incelenmesinde çıkış noktası, genel talep kuramıdır. Sektör ürünlerine ilişkin talep özelliklerindeki farklılaşmaların iyi kavranabilmesi için de bu çıkış noktasına ihtiyaç vardır.

alım yapmaktır. Seçenek malların başka herhangi bir alım kombinasyonu, tüketicie aynı düzeyde faydayı ve dolayısıyla aynı tatmini sağlamayacaktır.

Seçenek iki maldan herhangi birinin fiyatı değişirse ilgili bütçe doğrusunun konumu da değişecektir; çünkü aynı bütçeyle tüketici, fiyatı değişen maldan artık daha farklı miktarlarda alım yapabilecektir. O zaman yeni bütçe doğrusu da başka bir kayıtsızlık eğrisine teğet olacaktır. Tüketicinin bu sefer o teğet noktasındaki mal miktarı kombinasyonunu almak uğruna bütçesini sarfetmesi, ona, bu kez de yeni fiyat şartlarında elde edebileceği en yüksek faydayı sağlayacaktır.

İşte belirtilen teğet noktalarında alımı yapılacak mal miktarları ile onların bilinen fiyatları, beraberce, ilgili malların talep fonksiyonları üzerindeki miktar-fiyat kombinasyonlarını verecektir. Kısaca, bireysel talep fonksiyonlarını oluşturan miktar-fiyat veri çiftleri, tüketicinin bütçe doğruları ile kayıtsızlık eğrileri teğet noktalarındaki alım optimizasyonu miktarlarından ve onlara tekabül eden satış fiyatlarından meydana gelmektedir⁽¹¹⁾.

VI. FAYDA FONKSİYONU

İlgili literatür incelendiğinde, turizm ürünleri talebinin temelindeki fayda fonksiyonunun ampirik olarak hemen hemen hiç araştırılmamış bulunduğu görülür. Ancak itiraf edilmeli ki, ordinal nitelikli toplam faydanın değerleri için oran ölçekli ölçümler elde etmenin büyük güçlüğü dahi, konuya bir araştırmacının soğuk bakması yönünden yeterli sebeptir.

Yukarıda da bahsi geçen 1976 anketinde, yerli ve yabancı turistler için, konaklama harcaması grupları ile diğer günlük harcaması gruplarını çaprazlayan birer frekans tablosu vardır⁽¹²⁾. Bu tablolar beni, konaklama bileşik ürünü ile diğer turist alımları bileşik ürünü arasındaki tercihlere ait fayda fonksiyonunun tanımlanabilmesi sorununa götürmüş ve sorunun incelenmesi, Lale Çol'un yüksek lisans tezinde gerçekleşmiştir.

Fayda kuramının temel varsayımlarına uyan iki ürüne ilişkin fayda fonksiyonu, ikinci dereceden bir çokterimliyle ifade edilebilir. Bu durumda böyle bir fonksiyonun form yapısının belirlenebilmesi bile oluşacak talep fonksiyonlarının yorumlanmaları yönünden önemli katkılar getirebilirdi.

Geliştirilen kuramsal modellemeye uyarlanmış temel varsayımlarında fayda fonksiyonunun saptanabilmesi için bir istatistiksel yaklaşım yöntemi oluşturulmuştur. Yöntemin anket verilerine uygulanmasıyla, hem yerli ve hem de yabancı turistler için fayda fonksiyonunun bir hiperbolik paraboloid olabileceği ortaya çıkmıştır. Öte yandan, optimal noktalardan oluşan geometrik yerlerin yorumu, yerli turistlerin, yabancıların aksine harcama bütçeleri yükseldikçe pahalı konaklamadan kaçtıklarını göstermektedir. Fayda fonksiyonunun olası şekli ise, Türkiye'de düşük bütçelerle yapılan turizmin çok tatmin edici olmadığını açıklamaktadır⁽¹³⁾.

1976 anketi, yeterliliği kendi örnekleme için bile tartışmalı olan dar kapsamı bir yana, elbette ki eski bir zaman noktasının gözlemlerini yansıtmaktadır. Ancak, çeşitli turizm ürünü kompozisyonlarını içeren yeni ve tatminkar verilerin elde edilebileceği kapsamlı sayım çalışmaları yapılabilirse, onları kullanarak bu tezle açılan yolda ilerlemek, turizm ekonomisi alanına önemli katkılar getirebilir.

VII. TÜKETİCİ BÜTÇESİ

Bir başka tezde de hanehalklarının, yani potansiyel yerli turistin turizm harcama yapısı incelenmiştir. Sadık Binici böylece, yukarıda değinilen bütçe doğrularına esas teşkil eden veriler hakkında, global harcama kategorileri ayrıntısında da olsa, önemli bulgular elde etmiştir. Araştırmanın yapıldığı tarihte turizm harcamalarını doğrudan doğruya saptamayı hedefleyen bir veri toplama çalışması yayınlanmamıştı. Bu bakımdan mevcut olan en kap-

Turizm talebinin çeşitli yönlerden yararlanılabilecek bir irdelenmesi, en azından talebi doğuran çekicilik unsurlarını, talep beklentilerini, beklenti yaratan sosyo-ekonomik öğeleri, doğal çekim parametrelerini ve aralarındaki ilişkileri içermelidir. Bunlar, talep öncesinin koşullarını belirleyerek talebin nitelenmesine yardımcı olurlar.

samlı kaynak, 1978-1979 Kentsel Yerler Hanehalkı Anketi idi ⁽¹⁴⁾. Binici, işte bu istatistiklerden yararlanarak, ulaştırma, konaklama, boş zamanları değerlendirme ve lokanta harcamalarını, Devlet İstatistik Enstitüsü'nce veri derlemesinin yapıldığı Marmara ve Ege, Akdeniz, Karadeniz, İç Anadolu ve Doğu Anadolu için karşılaştırmalı olarak incelemiştir.

Binici, hem harcama-gelir ilişkisini araştırmış, hem de tüketim kalıplarının temelindeki sosyo-kültürel yapıyı ortaya çıkarabilmek amacını gütmüştür. Dolayısıyla bir yerde veri tabanını da, gelir farklılıklarına duyarlı olmayan bir biçimde standardlaştıran bir dönüşüme tabi tutmuştur. Sonuçta, sahil bölgeleri ile iç bölgeler arasında, o yöre insanların turizme yönelik harcama kalıpları arasında farklı özellikler bulunduğu ortaya çıkmıştır ⁽¹⁵⁾.

Bugün, değişken ayrıntısı, ömeklem yeterliliği ve bölgesel dağılım içeriği yönlerinden çok daha kapsamlı turizm harcaması verileri mevcuttur. Eldeki veri envanterinin anlamlı bir değerlendirmesi ise, 1991 sonu itibarıyla Melek Cengiz'in tezinde yer almıştır ⁽¹⁶⁾. Ancak Cengiz'in asıl amacı, Türkiye için turizm faaliyetlerine özgü çeşitli fiyat indeksleri kurma olanaklarını araştırmak, indeks metodolojisi önerileri getirmek ve örnek fiyat indeksleri hesaplamaktı. Bu nedenle çalışmasından, ileride, diğer bir konu bağlamında bahsetmek daha uygun düşecektir.

VIII. TALEP FONKSİYONU

Doğrudan doğruya fiyat-miktar ilişkisini esas alan talep fonksiyonlarının tahmini ise, Sevinç Baytok'un tezinde gerçekleştirilmiştir. Baytok, Türkiye'yi ziyaret eden yabancı sayılarına ait 1984-1986 dönemi aylık verilerini kullanarak, Türkiye turizm bileşik ürününün global talep fonksiyonlarını elde etmiştir.

Çalışmada, miktar değişkeninin daha hassas bir ölçütünü elde etmek amacıyla

geceleme tahminleri yapılmıştır. Bilindiği gibi, Türkiye'deki veriler, tüm yabancı geceleme tahminlerini kapsayan bir tahminin elde edilebilmesine elverişli değildir ⁽¹⁷⁾. Ancak Baytok, düzeltilmiş bulunan aylara göre giren ve çıkan yabancı sayılarını kullanarak, geliştirilen bir 'sürekli envanter' tekniği analog modeli vasıtasıyla oldukça iyi bir aylık geceleme tahminine ulaşmıştır ⁽¹⁸⁾. Öte yandan, 1984'ten beri sürdürülen turist harcama anketi verilerinden elde edilen geceleme başına toplam harcama büyüklüğü de, fiyat değişkeni olarak tanımlanmıştır.

Böylece hesaplanan zaman serileri, uygun ayrıştırma modelleri vasıtasıyla mevsimlik dalgalanma etkilerinden arındırıldıktan sonra, 7 ayrı talep fonksiyonu modeli denenmiştir. Seçenek fonksiyonların tüm bulguları ve türetilen fiyat esneklikleri, temeldeki talep kuramı ile tamamen tutarlı çıkmıştır. Diğer taraftan, inceleme döneminin bir dış aktif turizm patlaması olduğu iddia edilen ve denetlenen fiyatların birdenbire oldukça serbest değişime bırakıldığı bir döneme rastgelmiş olması, çalışmanın katkısını ayrıca arttırmıştır. Görülmüş olduğu üzere, bu dönemde dahi Türkiye'ye yönelik talep miktarı, belirleyicisi olan fiyat unsurundan kopuk değişimler oluşturmamıştır ⁽¹⁹⁾.

SONSÖZ

Yukarıda değinilen ve danışmanlığını yaptığım tez çalışmalarının hepsi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı çerçevesinde hazırlanmıştır. Görüldüğü gibi bunların en eski olanlarının yaklaşık 10 yıllık bir geçmişi vardır. Yine de çoğu okurun bu çalışmalardan daha önce haberdar olmuş bulduklarını zannetmiyorum.

Gerçi bu yazının amacı, yukarıda değindiğim tezleri, konularının turizm talebi ile ilgili bulunduğu ölçüde tanıtmak ve

Turizm talebinin belirleyicileri, potansiyel turistin turizm faydası anlayışı ve turizm faaliyetine ayırabileceği bütçeye dayanır. Turizm bütçesi, bu açıdan hem turistin genel refah düzeyi ile ilgili bir dışsal kısıt, hem de fayda anıyaşına bağımlı olarak saptanan bir içsel kısıttır.

onların birbirleriyle olan bağlantılarını bütünsel bir yaklaşımla ortaya koymaktı. Ancak böylece, eksiksiz ve hatta özeti tez bibliyografyaları üretmede ülke çapındaki göreceli geri kalmışlığın ne denli bir bilgi kaybına sebep olabileceği de, ömekleriyle vurgulanmış oldu! □

Dipnotları:

- (1): Böyle bir sınıflandırmanın ayrıntısı için, örneğin bakınız: Gearing, Swart, Var (1976), S. 89 v.d.
- (2): Geçerlik sorunu ve bu tip ölççekler için, bakınız: Acar, Dener (1978), S. 45 v.d., 68-69.
- (3): Açıklamaları için inceleyiniz: Kutvan (1984), S. 14-27.
- (4): Bu değerlendirmeler için, bakınız: Y.a.g.e., S. 67-70.
- (5): Bu ankete ait veriler, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı (1974)'tedir.
- (6): Perry, turist eğilimleri hakkındaki acentacı kanılarının doğru olduğunu ve bu nedenle, daha düşük güvenilirliğe sahip turist eğilim anketleri yerine acentacı anketlerinin kullanılabilceğini iddia etmektedir. Bu açıdan, bakınız: Perry (1978).
- (7): Bu sonuçlar için karşılaştırmız: Şentürk (1988), S. 48-52.
- (8): Bakınız: Erkunt (1988), S. 40-44.
- (9): Bu kanıtama için, bakınız: Y.a.g.e., S. 65-75.
- (10): Genel talep fonksiyonuna ilişkin olarak, örneğin bakınız: Maurice, Thomas, Smithson (1992), S. 16 v.d.
- (11): Daha geniş anlatım için, örneğin bakınız: Dener (1992).
- (12): Bu ankete ait veriler, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı (1978)'tedir.
- (13): Karşılaştırmız: Çol (1988), S. 52-61.
- (14): Anketin kullanılmış bulunan verileri, Devlet İstatistik Enstitüsü (1982) yayınında yer almaktadır.
- (15): İnceleyiniz: Binici (1984), S. 32-33, 40, 56-59, 74-78.
- (16): Bu açıklamalar için, bakınız: Cengiz (1992), S. 51-57.
- (17): Bu konudaki zorluklarla ilgili olarak, bakınız: Dener (1983), S. 63 v.d.
- (18): Metodolojik ayrıntı için, inceleyiniz: Baytok (1988), S. 5-15.
- (19): Bu sonuçlar için, bakınız: Y.a.g.e., S. 51-57.

KAYNAKÇA

- ACAR, A.; H. I. DENER: **İşletmecilikte Araştırma Yöntemleri**, Ankara, 1978.
- BAYTOK, S.: Türkiye'nin Kısa Dönem Etkisinden Arındırılmış Dış Aktif Turizm Talep Fonksiyonları, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1988.

BLNİCİ, S.: 1978-1979 Kentsel Yerler Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anket Sonuçlarının Turizm Harcamaları Açısından Değerlendirilmesi, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1984.

CENGİZ, M.: Turizm Fiyat İndeksleri: Yapısı, Kurulması, Uygulamaları ve Türkiye'deki Olanakların İncelenmesi, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1992.

ÇOL, B. L.: Fayda Kuramı Yaklaşımının bir Turist Eğilim Anketi Bulgularıyla İstatistiksel Uygulaması, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1988.

DENER, H. I.: Turizm Talebi Göstergesi Olarak Gerçekleşmiş Aylık Yabancı Gecelemelerinin Tahminine İlişkin bir Yöntem: Bir Operasyonel Tanım Hatasının Düzeltilmesi, H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C. I, Haz. 1983, S. 63 v.d..

DENER, H. I.: **Yönetim Ekonomisi**, Ankara, 1992.

DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ: **1978-1979 Kentsel Yerler Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anket Sonuçları**, Yay. 999, Ankara, 1982.

ERKUNT, C.: Türkiye'ye Yönelik Dış Turist Akımının Çekim Tipi bir Analog Model Yoluyla Değerlendirilmesi, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1988.

GEARING, C. E.; W. W. SWART; T. VAR: Establishing a Measure of Tourist Attractiveness: (İçinde: Gearing, Swart, Var (Derl.): **Planning for Tourism Development, Quantitative Approaches**), New York, 1976.

KUTVAN, A.: Planlama Kriteri Olarak Turistik Çekicilikler: Tercihlerin ve Potansiyelin Saptanmasında bir Yöntem Yaklaşımı ve Uygulaması, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1984.

MAURICE, S. C.; C. R. THOMAS; C. W. SMITHSON: **Managerial Economics: Applied Microeconomics for Decision Making**, Boston, 1992.

PERRY, M.: Comparison of Tourist Destinations' Image as Perceived by Travellers and Travel Agents, **Journal of the Muğla School of Business Administration**, Special Issue, 1978, S. 221 v.d.

ŞENTÜRK, L.: Bazı Turist Eğilim ve Seyahat Acentası Anketlerinin Turistlerin Beklenti ve İzlennimleri Yönünden Değerlendirilmesi, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1988.

TURİZM VE TANITMA BAKANLIĞI: **Turist Eğilim Anketi, 1973**, Planlama D. Yay. 74/14, Ankara, 1974.

TURİZM VE TANITMA BAKANLIĞI: **Yerli, Yabancı, Gününbirlikliği Eğilim Anketi**, Araş. Değ. Gn. Md., Ankara, 1978.

Talep fonksiyonunun bütçe kısıtı altında bir fayda optimizasyonuna dayandığı unutulmazsa, turizm talebinin yapısı da daha iyi anlaşılır.

Turizmde 1994 ve sonrası..

ABDULLAH TEKİN

1994 yılının haziran ayı sonunda gazete haberleri turizm alanında göze çarpan bir paniği yansıtıyordu.

"Turizmde tık yok", "Ey turist ne-redesin?"

"Turizmde yürek sızlatan tablo", Antalya Çiller'i üzdü..

Haziran ayı da tamamlanıp temmuz ayına girildiğinde turizmde beklenen kıpırdanma başladı. Ne var ki gelenler alışlagelmiş ve Antalya'nın giderek de Türkiye'nin benimsediği turist tipleri değildi. Anımsanacaktır, yakın geçmişte Lufthansa uçağından inen turistlere bakanlar, bunların tatil değil de baloya katılmak için gelen özel konuklar olduğunu zannedirdi. Oysa bu gelenler onlardan oldukça farklıydı. Peki değişen neydi?

1994 yılında göze çarpan turistlerin farklı olmaları şaşırtıcı değildi. Bunun için 1993 yılında gereken uyarılar zaten yapılmıştır.

"Konjoktürel sorunların giderek yapısal bir görünüme bürünmesi, turizmde durağanlık sürecini önemli bir uyarı olarak karşımıza çıkarmaktadır. Sağlık, trafik, eğitim, havaalanı örneği sorunların ivedi ve etkin bir yaklaşımla ele alındığı söylenemeyeceği gibi, en önemlisi iç siyasal olayların dinlenme ve ortadan kalkma gelişimi göstermediği dikkat çekmelidir

1994 yılına yönelik rezervasyonlardan beklenen güçlü ses, yerini duraganlığın uyarı çanlarına dönüştürmüştür. Buna karşılık komşumuz Yunanistan'da fazla rezervasyon tabloları göz çarpmaktadır. Avrupa Birliği zincirinde yer alıp Akdeniz'in kıyısında yansıyan ülkelerin Türkiye'ye kaptırdıkları turistleri geri döndürmek için her türlü yolu deneyecekleri ve özellikle Birlik olanaklarını kullanacakları şaşırtıcı olmayan bir yaklaşımdır.

Sağlık koşulları, trafik, çevre, iç siyasal olaylar, demokratik ortam ve ülke yönetimi turizm hareketlerini yakından ilgilendiren konularıyla ele alınıp dikkatlice değerlendirilmelidir.

Durağanlığın gerilemeye dönüşeceği uyarı çanları rakamlarla şöyle açıklanabilir: 1990 yılında 230 milyar dolar olan dünya turizm geliri içerisinde Türkiye 1.4'lük bir paya ulaşırken; 1992 yılında bu pay 1.3, 1993 yılında ise 1.2'ye düşmüştür. Bu düşüş pastadan alınan dilimlerin giderek küçüldüğü sonucunu doğurmaktadır. O halde cennet ülke imajına sığınıp önemli sorunları görememezlikten gelmek durağanlığın boyutlarını gerilemeye doğru götürmek anlamına gelebilir."(*)

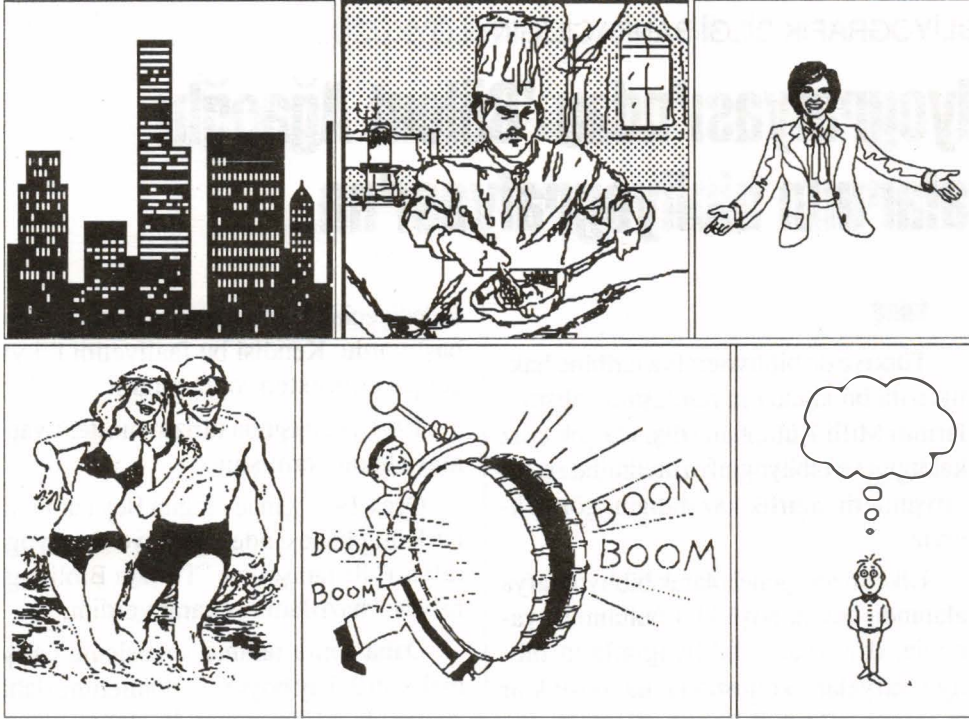
1994 yılında göze çarpan turistlerin bir bölümü diğer Avrupa ülkelerinde göze çarpan fazla rezervasyon turistleriydi ve yer bulamadıkları için Türkiye'yi seçmişlerdi. Diğer bir grup "son an" turistleriydi ve ucuz tatil arayan gruba dahildiler. Diğer bir grup ise tatil için Türkiye'yi seçen ve daha önce gelip tanıyan turistlerden ibaretti. Nihayet yeni sayılabilecek Rus ve İsraililerin oluşturduğu son grup dikkat çekiyordu.

Öyle veya böyle konaklama tesisleri görelide olsa doluluk oranını belirli bir çizgiye çekmeyi başardılar. Ancak turizm gelirleri itibariyle bakıldığında tablonun pek ışıklı olmadığı ortaya çıkar. Turist girdileri bakımından geçen yılki çizginin altına inilmiştir. Bu tablo bizi uyarmalı yeni yöntemlere ve yapılanmalara yöneltilmelidir. Amaç elbette çok turist gelmesidir ama aynı zamanda çok para bırakacak düzeyli turistler arzulananmaktadır. Tablonun bu düşündürücü ve üzücü yanını müze ve ören yeri girişlerinden de anlamak olasıdır. 1994 yılında müze ve ören yer-

(*) ATSO 1993 Yıllığı, s. 142.

1984 yılında göze çarpan turistlerin bir bölümü diğer Avrupa ülkelerinde fazla rezervasyon turistleriydi ve yer bulamadıkları için Türkiye'yi seçmişlerdi. Diğer bir grup ise "son an" turistleriydi ve ucuz olduğu için Türkiye'yi seçmişlerdi.

Abdullah Tekin, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Antalya Bölgesel Yürütme Kurulu üyesi ve seyahat acenteciliği yapmaktadır.



lerine giren turistlerin sayısı 1993'dekine oranla azalmıştır. Turist tipindeki değişim yönünü buradan yola çıkarak anlamak ve değerlendirmek mümkündür.

Elbette bu yaklaşım 1995 yılını karşımıza bir soru işareti olarak çıkarmaktadır. Dahası salt 1995'i değil sonraki tüm yılları... Şimdiye kadar moda ülke, cennet ülke, ucuz yaklaşımlarıyla turistlerin ilgi gösterdiği Türkiye, şimdilerde bu yaklaşımların bile başarılı olamadığı bir konumda yansımaktadır. Bunun iki büyük nedeni vardır. Moda ülke olduğumuz yıllarda göze çarpan kimi önemli sorunların hızla ele alınıp çözüme kavuşturulması ve globalleşme sürecine kimi iç dinamiklerle entegrasyon sağlanması. Şimdi yoğun çabaların sergilenmesi zamanıdır.

Gerek sektör yanlıları gerekse devlet yoğun çaba sergilemek zorundadır. Devlet yöneticileri ve hükümet temsilcilerinin eskiden hiç yanına yaklaşmadıkları turizm hareketlerinin törenselleşmiş boyutta da olsa içine girmeye başlamaları bir aşamadır, ancak onun ötesinde bazı çabaların turizm sektörü için önem taşıdığı yaklaşımını algılamaları gerekmektedir. Hangi ne-

denlerle olursa olsun artık ülkemize gelmeyen turistleri bulup getirmek durumundayız.

Bunun için neler yapmalıyız? sorusunun yanıtı dört boyutlu olarak yansımaktadır: Kişisel yaklaşımlar / sektörel yaklaşımlar / yerel yönetimlere düşen görevler / devlete düşen görevler.

Bu boyutlardaturizmci ister yerel, ister kamusal düzeyde olsun sosyo-siyasal ve sosyo-ekonomik sorunlardan soyutlanmamalı, yerel ve kamu yönetimleri de turizmin ülke ekonomisine büyük katkılar sağladığı gerçeğini unutmamalıdır. Örneğin ortak düşünce ve değer yargılarının giderek yaygınlaştığı bir dünyada demokratik ve laik olmanın ne kadar önemli olduğu taraflarca artık iyice anlaşılmalıdır. Kamu ile turizm sektörü arasında kurulacak bağaışut olarak yerel yönetimlerle kişiler arasında da benzeri bağlar kurulmalıdır. Turizm herkesin ilgi duyması gereken bir konuma ulaşmıştır. Yerel yönetimlerin kentleşme, çevre, yeşil doku, temizlik, altyapı, rekreasyon ve benzeri yaklaşımlar bu çerçevede algılanıp ele alınmalıdır. □

Turizmci ister yerel, ister kamusal düzeyde olsun sosyo-siyasal ve sosyo-ekonomik sorunlardan soyutlanmalı, yerel ve kamu yönetimi yöneticileri de turizmin ülke ekonomisine büyük katkılar sağladığı gerçeğini unutmamalıdır

'Turizm bibliyografyası'ndan 'Bülent Ağaoğlu bibliyografyalarının bibliyografyası'na..

BÜLENT AĞAOĞLU

GİRİŞ

Türkiye'de bibliyografya tarihine bak-tımızda bu alanda kurumlaşma çalış-malarının Milli Kütüphane dışında çok cılız kaldığını ve bibliyografya üretiminde şahsi girişimlerin ağırlık kazandığını görmek-teyiz.

Ülkemizde, genel olarak bibliyografya alanında büyük boşluklar bulunması ya-nında, özel olarak bibliyografyaların bib-liyografyaları konusunda da boşluklar mevcuttur. 'Türk Bibliyografaları' üzerine toplu bir inceleme çalışması bulunmadığı gibi, birçok bibliyografamızın şahsi bib-liyografyası yoktur. Halbuki ülkemizde bibliyografyalar genellikle kurumların değil kişilerin şahsi çabaları neticesinde üretilmektedir.

Bibliyografyaların şahsi bibliyografya-larının üretilmesinde örnek olması dü-şüncesiyle aşağıdaki derleme hazırlan-mıştır. Ayrıca "bibliyografya" konusunda ortaya konulan 14 yıllık bir çabayı tanıtıcı bilgiler verilmeye çalışılmıştır.

Bibliyografya hazırlamak nereden aklıma geldi?

1974 yılında 16 yaşındayken Hürriyet Gazetesi'nde yayınlanan Mete Akyol'un köşe yazılarını kesip biriktirmeye baş-lamıştım. Böylece dokümantasyon ça-lışmasına ilk adımımı atıyordum.

1976 yılından itibaren hızlanmaya baş-layan kitap satın alma faaliyetim sebebiyle kitap dağıtıcılarının ve yayıncıların ka-taloglarını tarayıp kitap seçiyordum. Bö-yüce bir bibliyografya türü olan yayım katalogları ile haşır neşir oluyordum.

1979 yılında ikiz kardeşin, nedendir bilmiyorum, bibliyografya işine el atıp

Belediyecilik Bibliyografyası hazırlamaya başlıyordu. Kendisi bu faaliyetini iki yıl devam ettirdikten sonra bıraktı.

1981 yılı başında turizm master'ı yap-maya karar vermiştim.

Ocak 1981 içinde bir gün Beyazıt Dev-let Kütüphanesi'nde "Türkiye Bibliyog-rafyası" ile tanışım ve "Turizm Bibliyog-rafyası" hazırlamaya karar verdim.

Daha sonra tarama ve fişleme çalış-malarını 2.5 ay boyunca, ikametime daha yakın olan Edirnekapı İl Halk Kütüp-hanesi'nde devam ettirerek bibliyografya hazırlama işine ilk adımını attım.

Niçin bibliyografya hazırladım?

Türkiye'de bibliyografyaya karşı olan ilgisizliğin bilindiği günümüzde tabii ki, ilk amacım ticari değildi.

1980'li yıllarda dünyada bilgisayar teknolojisinde yaşanmaya başlanan ge-lişmeler, bilgi hizmetlerinin yaygınlaşması sonucunu getiriyordu. Bu ortamda bib-liyografik bilgi bankacılığı da hızlı ge-lişiyordu. İleri ülkelerde binlerce bibli-yografik bilgi bankası ve abstract ve indeks dergileri mevcuttu. Kısacası bilgi çağı tüm hızıyla yaşanıyor ve kurumlarıyla da yerleşmişti.

Ülkemizde ise bilgi bankacılığı da bib-liyografya da, büyük boşluklar içerisin-deydi.

Klasik bir işle hayatımı kazanmak dü-şüncesinde değildim. Farklı bir girişimde bulunmak istiyordum.

Bibliyografya hazırlama işinden zevk alıyordum fakat ana sebep Türkiye'de bibliyografik bilgi bankacılığı alanındaki büyük boşluğun giderilmesine katkıda bulunacak kurumlaşmayı öncü girişimci idealist çabalarla yaratmak düşüncesiydi.

Bibliyografyaların şahsi bibliyografyalarının üretilmesinde örnek olması düşüncesiyle bu derleme hazırlanmıştır. Ayrıca "bibliyografya" konusunda ortaya konulan 14 yıllık bir çabayı tanıtıcı bilgiler verilmeye çalışılmıştır.

Bülent Ağaoğlu: Lisans, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi (1980); yüksek lisans, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı (1985); 1990 yılında Türkiye'nin ilk ticari bilgi bankası olan ENFO Bilgi-Erişim'i kurdu. Beş yıllık uzun ve yorucu çabalar sonucunda 1994 yılında ENFO Bilgi-Erişim'i kapatmak zorunda kaldı. Halen Milliyet Gazetesi'nin belge-bilgi biriminde çalışmaktadır.

Bibliyografya alanında yeni teknolojiyi içeren bir örnek ortaya koymak istiyordum. Yani bilgi bankacılığı ile bibliyografyayı birleştirmeyi düşünüyordum.

Ülkemizde biralım bibliyografyaya karşı olan ilgisizliği, daha kitap okuma alışkanlığı yaygınlaşmamıştı. Kitapların başki sayıları düşüyordu. Bu olumsuz ortama rağmen, mevcut şartları zorlarsam az bir ihtimal olsa da hayalimi gerçekleştirebilme düşüncesindeydim. Yapaçağım mücadelenin neticesi olumsuz olsa dahi, yaşanacak tecrübelerin oluştaracağı birikimin önemine inanıyordum. Bu birikimi kağıda dökerek başkalarına aktarabilirdim.

Dönemler

1981 - 1985 dönemi: Ağırlık olarak turizm konusunda bibliyografyaların hazırlanmış olduğu bir dönemdir. Hazırlanan 46 bibliyografyadan 25'i turizm hakkındadır. Hazırlık çalışmalarının birinci dönemidir.

Bu dönemin sonunda Sayın Çelik Gülersoy'un desteği ile "Sistematik Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası" Turing Yayınları arasında çıkmıştır.

1986 - 1989 dönemi: Kurumlaşma düşüncesiyle ticari bilgi bankasının tasarlanmaya başlandığı bir dönemdir. Bu dönemde 1984 yılında başlayan İstanbul ile ilgili bibliyografya çalışmaları yoğunlaşmıştır. 1984 yılından 1987 sonuna dek İstanbul ile ilgili 11 bibliyografya hazırlanmıştır.

1986 - 1989 arasında turizm ile ilgili 8 bibliyografya daha üretilmiştir.

1990 - Nisan 1994 dönemi: Bu dönemin başında kurumlaşma amacı doğrultusunda ticari bibliyografik bilgi bankası Enfo Bilgi Erişim kurulmuştur.

Firmayı ayakta tutma yanında ilerletebilecek geliri sağlayabileceği düşüncesiyle bankacılık ve borsa sektörlerine yönelik bibliyografik bilgi bankaları hazırlanmıştır.

Şubat - Nisan 1994 arasında Bilgisayar Bülteni adıyla gazete ve dergilerde bil-

gisayar konusunda çıkan haber, reklam ve ilanların özetlerini içeren günlük bir yayın denenmiş, 5 Nisan Kararları ile kendisini gösteren genel ekonomik bunalımda ilk önce bilgi hizmetleri "tasarruf" amacıyla reddedilmeye başlandığından hizmete son verilmiştir.

Bilgisayar Bülteni'de yer alan bilgileri içeren Kota Bibliyografik Bilgi Bankası ile Enfo Bilgi Erişim dönemi kapanmıştır.

14 yıllık çalışmaların nicelik ve nitelik sonuçları

1981 - 1994 arasında 97 bibliyografyada 91.529 bibliyografik künye derlenmiştir. 98 bibliyografyadan 56'sının konulara göre dağılımı şöyledir: Turizm: 34; İstanbul: 6; Bilgisayar: 6 Borsa 4; Bibliyografya: 3; Bankacılık:3. Diğer:42 bibliyografya da 93 ayrı konu hakkındadır.

Bibliyografyaların türlere göre dağılımı: Daktilo: 67; Fiş:9; Ticari araştırma raporu:7; Ticari bilgi bankası: 6; El yazması: 4; Makale: 3; Tez: 1; Kitap: 1

Hazırlanan bibliyografyalar yanında büyük bir kısmı bibliyografya üzerine olan 180 proje tasarlanmıştır. Bunları listesi "Enfo Proje Seçenekleri" adlı dokümanda yer almaktadır.

Türkiye'nin ilk ticari bibliyografik bilgi bankaları off-line olarak disket ortamında üretilmiştir. Bunlar Banta Bankacılık Yayınları ve Borta Borsa Yayınları Bilgi Bankalarıdır.

Türkiye'de bibliyografya geleneğinde derlenen yayının kaynağının ve nerede bulunduğu belirtilmemesini kullanıncıların bir eksiklik olarak görmelelerinden hareketle 1992 yılından itibaren hazırlanmaya başlanan konu bibliyografyalarında kaynak ve yer gösterilmiştir.

Bankacılık Yayınları Araştırması'nın içerdiği 20.004 künye ile Türkiye'de konu bibliyografyası rekoru kırılmıştır.

Türkiye'de yayınlanmış 1840 bibliyografya toplanmıştır. Bunların listesi "Bülent Ağaoğlu Bibliyografya Kütüphanesi Kataloğu" adlı dokümanda yer almaktadır.

Türkiye'nin ilk ticari bibliyografik bilgi bankaları off-line olarak disket ortamında üretilmiştir. Bunlar Banta: Bankacılık Yayınları ve Borta: Borsa Yayınları Bilgi Bankalarıdır.

GENEL SONUÇ

14 yıl boyunca devam eden idealist çabadan hareket ederek, ülkemizde, orta vadede, sözü edebilecek bibliyografik kurumların yerleşmesinin mümkün olmayacağını tahmin ediyorum.

Şu anda özel konularda istikrarlı olarak sadece "Borçlar Banka ve Ticaret Hukuku" konularında 1 ya da 2 yıllık arayla da olsa süreli bibliyografya yayınlanmaktadır.

Çağdaş dünyanın Bilgi Çağı'nı tüm kurumlarıyla yaşamakta olduğu günümüzde, Türk insanının genel sosyal özellikleri değişmediği takdirde bibliyografya konusunda sözü edilebilir bir yapılanmanın mümkün olamayacağı kanısındayım.

Bundan sonra ne yapmak istiyorum?

Günümüze dek harcanan çabalardan gelen sonuçların Türkiye'de sektörel konu bibliyografyası üretip satmakla bibliyografik kurumlaşmanın mümkün olmadığını göstermesi sebebiyle bu dönemde uzun yıllara yayılacak bir plan uygulanacaktır.

Bu dönemde Türkiye'nin ilk "Bibliyografya Kütüphanesi" kurulmaya çalışılacaktır.

Bu amaç doğrultusunda hazırlanan çalışmalarından "Türkiye Bibliyografya Bibliyografyası" tamamlanmak üzeredir.

1981'den beri toplanan 1840 bibliyografyaya ilave olmak üzere çok sayıda yerli bibliyografyanın sağlanmaya çalışılacağı bu dönem, bibliyografya üretimine değil mevcut bibliyografyalardan yararlandırmaya yönelik olacaktır.

Kısaltmalar:

Dk: Daktilo

Ank: ANkara

İst: İstanbul

s. : Sayfa

y. : Yaprak

(*): Tamamlanmamış çalışma

1981

1) *İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'nde yapılan turizm tezleri*, İst. 11y. Dk. (38 kün-ye)

2) *Türkiye otel bibliyografyası, 1929 - 1981* (kitaplar) - İst. 30s. Dk. (189 kün-ye)

3) *Türkiye otel kaynakçası denemesi 1929 - 1981* - İst. 72y. Dk. (266 kün-ye)

4) *Türkiye seyahatnameler ve seyyahlar bibliyografyası. (*)* - İst. 805 fiş.

1982

5) *Bibliyografklar için bibliyografya tekniğine ilişkin yayınlar kaynakçası.* - İst. 5y. Dk. (44 kün-ye)

6) *Bilimsel araştırma teknikleri ile ilgili yayınlar kaynakçası.* - İst. 7y. Dk. (52 kün-ye)

7) *Kervansaray, han, kale ve hisarlar hakkında bibliyografya. (*)* - İst. 40y. el yazması. (360 kün-ye)

8) *Türkiye'de bilim ve araştırma konularında yayınlanmış eserler kaynakçası. (*)* - İst. 366 fiş.

9) *Turizm reklamcılığı bibliyografyası.* - İst. 12y. el yazması. (Turizm Reklamcılığı yayınları 15. genel olarak "Reklamcılık" 65 kün-ye)

10) *Türkiye Bibliyografyası ve Milli Kütüphane.* - İst. 2y. Dk. (11 kün-ye)

11) *Türkiye kıyı bibliyografyası.* İst. 14y. Dk. (106 kün-ye)

12) *Türkiye'de yayınların derlenmesi ve derleme sorunlar (*)* - İst. 1y. Dk. (8 kün-ye)

1983

13) *1929 yılından 1980 yılına dek turizm ile ilgili olarak yayınlanan dergiler, bültenler, gazeteler, yıllıklar.* - İst. 12y. Dk. (169 kün-ye)

14) *Boğaziçi Üniversitesi Kütüphanesi'nde bulunan "Rekreasyon" konulu kitaplar* - İst. 4y. Dk. (33 kün-ye)

Çağdaş dünyanın Bilgi Çağı'nı tüm kurumlarıyla yaşamakta olduğu günümüzde, Türk insanının genel sosyal özellikleri değişmediği takdirde bibliyografya konusunda sözü edilebilir bir yapılanmanın mümkün olamayacağı kanısındayım.

15) *Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampüsü Kütüphanesi'nde bulunan "Boş Zaman" ve "Rekreasyon" konulu kitaplar.* - 2y. Dk. (16 künye)

16) *Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampüsü Kütüphanesi'nde bulunan turizm kitapları* (Ağustos 1983 itibariyle). - İst. 9y. Dk. (96 künye)

17) *Turizm - Çevre ilişkileri konusunda bir bibliyografya denemesi* - İst. 4y. Dk. (16 künye)

18) *Türkiye boş zaman bibliyografyası.* (*) - İst. 5y. Dk. (50 künye)

19) *Türkiye kaplıca kaynakçası.* (*) - İst. 51y. Dk. (405 künye)

20) *Türkiye rekreasyon bibliyografyası.* (*) - İst. 9y. Dk. (90 künye)

21) *Türkiye'de seyahat işletmeleri (Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri) hakkında yayınlanmış eserler kaynakçası.* - İst. 13y. Dk. (147 künye)

1984

22) *Boğaziçi bibliyografyası, Ön çalışma: 1.* (*) - İst. 211y. Dk. (2574 künye)

23) *Çubuklu Hıdiv Kasrı restorasyonu dolayısıyla Çubuklu bibliyografyası.* - (*) İst. 3y. Dk. (19 künye)

24) *Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi hakkında bibliyografya denemesi,* Türsab, no. 25, Ekim 1984, 16.s. (14 künye)

25) *İstanbul bibliyografyalarının bibliyografyası* (Genişletilmiş ikinci daktilo). - İst. 8y. Dk. (43 künye)

26) *Marmaris bibliyografyası denemesi.* Tespit 1. (*) - İst. 3y. Dk. (43 künye)

27) *Mithat Paşa'ya dair bibliyografya.* (*) - İst. 4y. Dk. (25 künye)

28) *Muhasebe ile ilgili bibliyografik kaynaklar.* - İst. 8y. Dk. (31 künye)

29) *Refarns saptama çalışması: İstanbul tramvayları - İstanbul vapurları - Göksu - Küçüksu - Pera Palas - Markiz - Yıldız Sarayı - Dolmabahçe* - İst. 7 sayı. Dk. Her sayı özel olarak numaralanmıştır. (503 künye)

30) *Seçmeli Türkiye turizm politikası bibliyografyası* - Türsab. no. 23. Ağustos 1984. 12-13ss. (33 künye)

31) *Seçmeli Türkiye turizm ulaştırması bibliyografyası* - İst: 5y. Dk. (39 künye)

32) *Sermet Muhtar Alus'un İstanbul'a dair makalelerini saptama çalışması: 1.* (*) - İst. 4y. Dk. (17 künye)

33) *Sultan İkinci Abdülhamid'e dair bibliyografya: 1.* (*) - İst. 8y. Dk. (78 künye)

34) *Turizm işletmeleri muhasebesi ile ilgili yayınlar (Türkiye)* - İst. 5y Dk. (21 künye)

35) *Turizm işletmelerinde servis bibliyografyası* - İst. 4y. Dk. (31 künye)

36) *Türkiye bankacılık ve turizm bibliyografyası* - Türsab. No. 24, Eylül 1984, 12-13ss. (33 künye)

37) *Türkiye "Bibliyografya" hakkında eserler bibliyografyası.* (*) - İst. 3y. Dk. (37 künye)

38) *Türkiye turizm bibliyografyası, 1929 - 1983* - İst. 9849 fiş.

39) *Türkiye turizm süreli yayınları bibliyografyası, 1929 - 1984* - İst. 210 fiş.

40) *Türkiye'de arkeoloji, sanat tarihi ve mimarlık tarihi konularında yayınlanmış bibliyografyaların bibliyografyası, 1929 - 1984.* - İst. 129 fiş.

1985

41) *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü'nde hazırlanan "Ağaç İşleri"ne dair lisans tezlerinin listesi* - İst. 2y. Dk. (19 künye)

42) *Beylerbeyi Sarayı bibliyografyası* . İst. 3y. el yazması. (18 künye)

43) *İstanbul bibliyografyalarının bibliyografyası.* (Genişletilmiş üçüncü daktilo) İst. 14y. Dk. (73 künye)

44) *Sistematik Türkiye turizm işletmeciliği bibliyografyası 1929 - 1984* - İst.: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu. XII + 274s. (2683 künye)

14 yıl boyunca devam eden idealist çabadan hareket ederek, ülkemizde, orta vadede, sözü edilebilecek bibliyografya kurumlarının yerleşmesinin mümkün olamayacağını tahmin ediyorum.

45) *Türkiye işletmecilik bibliyografyalarının bibliyografyası, 1929 - 1985.* - İst. 43y. Dk. (312 künye)

46) *Türkiye'de turizm işletmeciliği ve ilgili konuları hakkında yayınlanmış eserlere dair bir bibliyografya araştırması* - (Bilim uzmanlığı tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı) - Ank. III + 148y. Dk. (1983 künye)

1989

47) *Arap harfli Türkçe iktisat - ticaret süreli yayınları bibliyografyası, 1861 - 1928.* - İst. 250 fiş.

48) *Beyazıt Devlet Kütüphanesi'nde bulunan trafikle ilgili kitaplar.* - İst. 19y. Dk. (200 künye)

49) *Türkiye ekonomi ve işletmecilik süreli yayınların bibliyografyası. 1929-1986.* (*) - İst. 1805 fiş.

50) *Türkiye enformasyon bibliyografyası* (*) - İst. 297 fiş.

51) *Türkiye kütüphanecilik bibliyografyalarının bibliyografyası.* - İst. 6y. Dk. (72 künye)

52) *Türkiye müzik bibliyografyalarının bibliyografyası.* - İst. 3y. Dk. (23 künye)

53) *Türkiye sosyal turizm bibliyografyası.* İst. 5y. Dk. (56 künye)

54) *Türkiye turizm tezleri bibliyografyası., 1963 - 1985.* - İst. 22y. Dk. (177 künye)

1987

55) *İstanbul hamamları bibliyografyası* (1,2). - İst. (1): 3y. Dk. (192 künye)

56) *İstanbul tramvayları bibliyografyası.* - İst. 13y. (119 künye)

57) *İstanbul vapurları bibliyografyası.* - İst. Dk. 185 künye)

58) *Şirket-i Hayriye hakkında bibliyografyaya* - İst. 11y. Dk. (105 künye)

59) *Türkiye milli parklar bibliyografyası. 1953-1986.* - İst. 20y. Dk. (221 künye)

60) *Türkiye otomobil bibliyografyası.* - (*) İst. 115 fiş.

61) *Türkiye ulaştırma bibliyografyası denemesi.* (*) - İst. 15y. Dk. (189 künye)

62) *Türkiye'de yönetim bilişim sistemleri hakkında yayınlanmış eserler listesi.* Tespit 1. (*) - İst. 4y. Dk. (40 künye)

1988

63) *Bülent Çoker bibliyografyası* (*) İst. 2y. Dk. (12 künye)

64) *Caner Şaka bibliyografyası,* Ocak 1983 - Ocak 1988 - İst. 17y. (13 künye)

65) *Fiyat indeksleri bibliyografyası.* (*) İst. 3y. El yazması (29 künye)

66) *Hacettepe Üniversitesi'nde hazırlanan turizm master tezleri* - Ank. 4y. Dk. (15 künye)

67) *İşletme içi haberleşme bibliyografyası* , İst. 3y. Dk. (26 künye)

68) *İşletmelerde planlama bibliyografyası* , İst. 3y. Dk. (27 künye)

69) *Stratejik planlama bibliyografyası* - İst. 3y. Dk. (20 künye)

70) *Thesaurus bibliyografyası.* - İst. 4y. Dk. (20 künye)

71) *Toplu Konut, Konut, Sermaye Piyasası ve Kamu İktisadi Teşebbüsleri bibliyografyası.* 2 cilt. - İst. Strateji Araştırması Planlama Ltd. Şti. Bilgisayar yazıcısı çıktısı (8627 künye. Dağılım: Toplu Konut: 749; Konut : 3312; KİT'ler; 3312; Sermaye Piyasası: 1947; Kalınmada Öncelikli Yörelere: 480)

72) *Türkiye bilgi bankaları bibliyografyası.* Tespit 1. - İst. 3y. Dk. (26 künye)

73) *Türkiye indekstenme bibliyografyası.* - İst. 4y. Dk. (23 künye)

74) *Türkiye pazarlama araştırmaları bibliyografyası.* 1. tespit - İst. 5y. Dk. (49 künye)

75) *Türkiye Seyahat Acentaları Birliği bibliyografyası, 1972-1988.* - İst. 6y. Dk. (72 künye)

Bibliyografya hazırlama işinden zevk abyordum, fakat amacım; Türkiye'de bibliyografik bilgi bankacılığı alanındaki büyük boşluğun giderilmesine katkıda bulunabilecek bir kurumaşmayı yaratmaktı.

76) *Türkiye seyahat acentaları bibliyografyası*, 1947-1988. - İst. 88y. Dk. (955 künye)

77) *Türkiye turizm ve bilgisayar bibliyografyası*. - İst. 4y. Dk. (37 künye)

78) *Türkiye'de yabancı ziyaretçiler bibliyografyası* - İst. 2y. Dk. (12 künye)

1988

79) *Tüketicinin korunması hakkında bibliyografya*. (*) - İst. 10y. Dk. (200 künye)

79.1) *Türkiye'de DİE istatistikleri dışında süreli istatistik yayınları* - Tespit 1 (*) İst. 7y. Dk. (58 künye)

80) *Türkiye'de Kütüphanecilik ve enformasyon alanlarında bilgisayar konusunda yayınlanmış eserler bibliyografyası*. İst. 6y. Dk. (55 künye).

1989

81) *Sermaye Piyasası / Borsa yayınlara kataloğu 1928 - 1990* - İst. Enfo Bilgi Erişim. xx+403y. (6322 künye)

82) *Telif hakları bibliyografyası*. - İst. 5y Dk. (159 künye)

83) *Türkiye bilgi erişim bibliyografyası*. - İst. 3y. Dk. (16 künye)

84) *Türkiye'de Avrupa Ekonomik Topluluğu üzerine yayınlanmış bibliyografyalar*. - İst. 2y. Dk. (14 künye)

85) *Tükiye tekstil, konfeksiyon, deri ve halı yayınları kataloğu* - İst. 228y. (3500 künye) (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri için hazırlanmıştır.)

1982

86) *Bankacılık yayınları araştırması*. - İst. Enfo Bilgi Erişim xx1+ 458 s. (20.004 künye)

87) *BANTA bankacılık yayınları bilgi bankası*. - İst. Enfo Bilgi Erişim. 2 disket + kullanım kılavuzu. (Yazılım Mikrobeta Ltd. tarafından hazırlanmıştır). (20.004 künye)

88) *Borsa yayınları araştırması*. - İst. Enfo Bilgi Erişimi xIx+272s. (10.204 künye)

89) *BORTA borsa yayınları araştırması*. - İst. Enfo Bilgi Erişim. 2 disket + kullanım kılavuzu. (Yazılım Mikrobeta Ltd. tarafından hazırlanmıştır). (10.204 künye)

1983

90) *BİLTA bilgisayar dergileri bilgi bankası*. (Yerli bilgisayar dergi ve bültenlerinin Kasım 1993 sayılarında çıkan haber, makale vs. tüm yazıların bibliyografik künyelerini içermektedir). - İst. Enfo Bilgi Erişim. (Yazılım Mikrobeta Ltd. Şti. tarafından hazırlanmıştır). (1118 künye)

91) *RETA bilgisayar degilerindeki reklamlar bilgi bankası*. (Yerli bilgisayar dergi ve bültenlerinin Kasım 1993 sayılarında çıkan reklamların künyelerini içermektedir). - İst. Enfo Bilgi Erişim. (Bilgisayara depolanmış 856 künye)

1984

92) *Bülent Ağaoğlu Bibliyografya Kütüphanesi kataloğu*. - İst. 100y. Dk. (1233 künye)

93) *Bülent Ağaoğlu bibliyografyalarının bibliyografyası*. - İst. 12y. Dk. (97 künye)

94) *KOTA Bilgi Bankası* (Şubat 1994 tarihinde günlük gazete ve bilgisayar dergileri dışındaki dergilerde çıkan bilgisiyar ile ilgili reklam, haber, ihale, elman ilanı vs. tüm yazıların künye ve özetlerini içermektedir). - İst. Enfo Bilgi Erişim 1 disket + kullanım kılavuzu. (Yazılım Mikrobeta Ltd. Şti. tarafından hazırlanmıştır). (1622 künye)

95) *Türkiye bibliyografya bibliyografyası* (*) - İst. Bilgisayara depolanmış 7516 künye.

96) *Halk sağlığı bibliyografyası* - İst. Bilgisayara depolanmış 8902 künye

97) *Türsab Dergisi indeksi*. Sayı: 1-131.İst. Bilgisayara depolanmış 2080 künye. □

'Türk Bibliyografyaları üzerine toplu bir inceleme çalışması bulunmadığı gibi birçok bibliyografyamızın şahsi bibliyografyası yoktur. Halbuki ülkemizde bibliyografyalar genellikle kurumların değil kişilerin şahsi çabaları neticesinde üretilmektedir.

Turizm araştırmalarının alanları ve temel sorunları

DR. ORHAN İÇÖZ

ABSTRACT

AREAS OF RESEARCH IN THE FIELD OF TOURISM AND THE MAIN PROBLEMS

Tourism has six main research fields which its social and economic dimensions: 'Tourism as a social dynamic', 'tourism as a geographic fact', 'tourism as a source of revenue', 'tourism as a sector'. This article analyzes the problematic areas of the tourism research as well as the aforementioned fields of tourism. The article determines that the inadequacy of the available data and the lack of organization in the tourism sector as the main problems which hinder the research process. The results suggest that although it is attractive to make researches in the field of tourism, it requires some awareness of the certain issues which may deteriorate the quality of the researches.

Orhan İçöz, Dokuz Eylül University, Faculty of Business, Department of Tourism Management, Buca, Izmir, Turkey.

Doç. Dr. Orhan İçöz: Lisans, Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi (1977); yüksek lisans, Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi (1981); doktora, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (1987); turizm işletmeciliği doçenti (1991). Halen Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesinde öğretim üyesi.

Dünya'da en hızlı ilerleyen sektörlerden birisi olan turizm, oldukça geniş bir faaliyet alanına yayılmıştır. 1994 yılı verilerine göre 528 milyon turist katıldığı uluslararası seyahatler yaklaşık 325 milyar dolarlık bir gelir ve harcamaya hacmi yaratmıştır. Dünya turizminin bu gelişme eğiliminin önümüzdeki yıllarda da artmaya devam edeceği, turist sayısının 2000 yılında da 660 milyon, 2010 yılında ise yaklaşık 1 milyar kişiye çıkacağı Dünya Turizm Örgütü uzmanlarınca tahmin edilmektedir. Turizm endüstrisinin 21. yüzyılda dünyanın en büyük endüstrisi olacağı konusunda da tahminler yapılmaktadır.

Bu tür tahminleri haklı çıkaran temel dayanak turizm endüstrisinin gelişme hızı ve büyüme hacmidir. 1972 yılından 1990 yılına kadar olan dönemde turizm gelirlerindeki yıllık ortalama artış hızı % 13.2'dir. 1983 yılına kadar dünya toplam (iç ve dış) turizm gelirleri 1 trilyon dolar iken bu rakam 1986 yılında 1.8 trilyon doların üzerine çıkmıştır (WTO, 1993).

Turizm olayının hızlı bir şekilde gelişmeye başlaması II. Dünya Savaşı sonrası döneme kadar uzanmasına rağmen turizmle ilgili bilimsel araştırma yapan kişi ve kuruluşlar bu büyük olaya ve bu olayın sonuçlarına yalnızca son 15-20 yıllık dönemde eğilmeye başlamıştır.

Bu durum genelde 3 temel nedene bağlanmaktadır.

1) Gelişen ekonomi ve bireylerdeki kullanılabilir gelir artışı turizm sektörüne oldukça geç yansımıştır. Bunun temel nedeni turistik ihtiyaçların zorunlu ihtiyaç niteliği taşınamaması ve turistik mal ve hizmetlerin özellikle zorunlu olmayan içinde olmasıdır. Böyle bir durumda turizm sektöründe yeni mal ve hizmet türü geliştirmek ve bu konuda araştırmalar yapmak uzun yıllar boyunca ihmal edilmiştir (Morrison, 1983).

2) Turizm sektörü uzun yıllar boyunca diğer sektörlerden ayrı olarak düşünülmemiştir. Örneğin, kimi zaman hizmetler sektörünün (ulaştırma gibi) bir parçası olarak kabul edilmiştir. Bu durumda sektörün yarattığı gelir ve istihdam artışı araştırılmamıştır. Ayrıca özellikle turizm pazarlaması gibi önemli bir alanda uzun yıllar boyunca nitelikli eleman eksikliği hissedilmiştir.

3) Gelişen teknoloji sektöre geç yansımış bu nedenle turizm sektöründe kitlesel üretim oldukça gecikmiştir. Örneğin Henry Ford otomobilin kitlesel üretimini 1920'lerde gerçekleştirmiştir. Oysa ki Holiday Inn Otelleri ilk kez 1952 yılında yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu durum turizm sektöründe yaklaşık 30 yıllık bir gecikmeyi ifade eder. Yine turizm ile ilgili diğer bir faaliyet alanındaki Mc Donald's yiyecek firması, 1955 yılından itibaren ABD'de yaygınlaşmaya başlamış, Pan-Am Havayolu şirketi ilk kıtalararası uçuşunu 1940'ta gerçekleştirmiş ve ilk geniş gövdeli uçak 1970 yılında sefere başlamıştır. Bu gibi temel etkenler yanı sıra, turizm endüstrisindeki işletmeler için mesleki standartlar, hükümet politikaları, endüstrideki planlama çalışmalarının sorumluluğu ve üniversite düzeyinde turizm eğitimi olanakları böylesine büyük bir endüstri için, olması gerekenin çok gerisinde kalmıştır. Bu durumun başlıca iki temel nedeni dikkati çekmektedir (Smith, 1991).

(1) Turizmin ekonomik ve toplumsal önemi konusunda güvenilir ve inanılır bilgi ve veri eksikliği bulunmaktadır.

(2) Gerekli güvenilir bilgiyi sağlayabilecek olan ayrıntılı araştırmalar konusunda oldukça az sayıda girişim olmuştur.

Daha ayrıntılı ve iyi bilgiye olan ihtiyaç, okulsıralarından, karar merkezlerine kadar uzanır. Öğrenciler, planlamacılar, politikacılar, girişimciler ve karar mercileri turizmi etkileyen faktörleri ve turizmin toplumsal ve ekonomik etkilerini daha iyi değerlendirmek için daha güvenilir ve doğru verilere ihtiyaç duyarlar. Turizm sektörünün en büyük dezavantajlarından birisi de sektörle ilgili güvenilir verilerin elde edilmesinin zorluğudur.

Son yıllara kadar turizmin en hızlı gelişme gösterdiği bölge olarak kabul edilen Kuzey Amerika'da ve diğer ülkelerde üniversite düzeyinde turizm eğitimi çok nadir olarak yer almıştır. Lise sonrası birçok turizm eğitim kurumu yalnızca önbüro, yiyecek-içecek, bar yönetimi gibi faaliyetler konusunda mesleki eğitim programları düzenlemiştir. Üniversite düzeyindeki turizm programlarının artışı çok yavaş olmuş ve yalnızca başlangıç olarak işletme fakülteleri ile sınırlı kalmıştır. Son 10-15 yıllık dönemde rekreasyon ve boş zaman değerlendirme, coğrafya, planlama ve benzeri bazı bölümler turizmi özel bir alan olarak kabul etmeye başlamıştır. Bağımsız turizm eğitimi veren programlar az sayıda olmasına rağmen sayısı gittikçe artmaya başlamıştır.

Birçok profesyonelin düşüncesinde turizm büyük ölçüde bir pazarlama ve yönetim olayı olarak yer alır. Oysaki pazarlama ve yönetim turizm konusunda kuşkusuz önlemlidir, ancak turizm olayının kendisi daha fazla önem taşımaktadır. Çünkü planlama, gelişme ve politika konuları, pazarlama ve yönetimin sınırlı kapsamlarını aşan boyutlardadır. Turizmi meslek olarak benimseyen insanların eğitimi, ürün geliştirme ve endüstrinin boyutlarının değerlendirilmesi konusunda daha fazla ağırlık verilmesine ihtiyaç du-

yacaktır. Günümüzde boş zaman değerlendirmeye ilgili insan hareketlerinin en popüler şekli olarak turizm insanlararası etkileşim ve bu etkileşim sonucu toplumların nasıl bir değişim gösterdiği konusunda sosyal bilim alanında çalışan araştırmacılara değerli fırsatları da sunar. Nitekim hem ülkemizde hem de uluslararası alanda turizmin toplumsal boyutları bilim adamları tarafından ayrıntılı olarak incelenmeye başlanmıştır (Doğan 1989).

Gerek turizm toplumsal boyutları ve gerekse ekonomik yönleri açısından, bu alanda yapılacak olan araştırmalar genellikle aşağıdaki başlıklar altında sınıflandırılabilir;

BAŞLICA TURİZM ARAŞTIRMA ALANLARI

1. Bireysel bir davranış olarak turizm

Turizm, bireyler tarafından gerçekleştirilen ve insanların zevk alarak katıldığı bir faaliyettir. Turizm olayını bu yönü ile daha iyi anlamak için, insan davranışlarını anlamak gereklidir, bu da potansiyel ve aktif turistlerin psikolojisi anlamına gelir. Bu nedenle insan psikolojisi ve sosyal psikolojinin araştırılması turizm konusundaki araştırmaların geliştirilmesine de katkıda bulunur.

2. Toplumsal bir davranış olarak turizm

Turizm bireysel bir davranış ve deneyim olduğu gibi genellikle diğer insanlarla da paylaşılan bir deneyimdir. İnsanlar yalnız seyahat ettikleri zaman bile, diğer insanlarla ve toplumsal kurumlarla ilişkiye girecektir. Turist yeni bir alana girer ve burada bölge halkı ve diğer turistlere karşılaşır. Bu karşılaşmalar en kısa ve rastlantısal ilişkilerden, en yoğun bireylerarası etkileşimlere kadar geniş bir dağılımı kapsar. Çeşitli arkadaşlıklar oluşabilir ya da zıtlasmalar ortaya çıkabilir. Eğer bir bölgeye çok sayıda turist gelirse, bu bölgedeki sosyal dokunun bozulmasına istemeden de olsa katkıda bulunabilirler

Turizm sektörü uzun yıllar uzun yıllar boyunca diğer sektörlerden ayrı olarak düşünülmemiştir. Bundan dolayı sektörün yarattığı gelir ve istihdam artışı araştırılmamıştır.

(Doğan 1987). Onlar bölgeye aynı zamanda benzeri daha önce görülmemiş düzeyde yeni gelir enjekte ederler ve bölge halkının alıştığı davranış şekillerinden farklı davranışlarda bulunabilirler.

Turistler gittikleri bölgede suç kurbanları olabilir, ya da toplumsal olarak benimsenmeyen hareketlerde bulunabilir. Turistlerin bölge halkı ve bölgesel kurumlarla etkileşim konusundaki ön bilgileri potansiyel çekişmelerin azaltılmasına katkıda bulunur. Bu bölümde turizmin toplumsal boyutları önemli bir araştırma konusunu oluşturur.

3. Coğrafi bir olay olarak turizm

Bir merkezden (orjin), bir bölgeye (destination) seyahat, turizmin diğer sosyo-ekonomik olaylardan ve faaliyetlerden ayrı ve temel özelliğidir. Bölgesel ve yöresel endüstriler coğrafi sınırlar içerisinde organize edilir. Bu organizasyonlar bölgesel bir seyahat ve toplantı bürosu kadar özel ya da ABD'de olduğu gibi birçok eyaleti kapsayacak şekilde genel olabilir. Turistik bölgeler reklâm ve tanıtım araçlarında güçlü bir mekansal imaj yaratmaya çalışırlar. Plajların, bölgesel kültürlerin çekicilikleri, bir dağ sırasının eşsizliğinin imajı bölge tanıtımı için kullanılan alışılmış coğrafi kavramlardır. Bu nedenle coğrafi araştırmalar çeşitli bakımlardan turizm bilgisine katkı sağlar. Bir turistik bölgenin coğrafi bağlantılarının değerlendirilmesi, bölgeler ve orjinler arasındaki seyahat hacimlerinin tahminlenmesi gibi konularda yardımcı olur. Yine turistik bölgelerin morfolojisinin, bölgesel toplulukların ve turizm koridorlarının analizi turizm planlaması açısından da büyük önem taşır.

4. Bir gelir kaynağı olarak turizm

Turistik faaliyetler, seyahat edilen ülkeler ve bölgeler bakımından önemli bir yabancı para (döviz) ve gelir kaynağı olarak kabul edilir. Bu konuda yapılan çeşitli araştırmalar, bir bölgeye enjekte olan yabancı paraların, bölgede paranın

dolanım hızına bağlı olarak kendisinden birkaç kat fazla gelir yarattığını ortaya koymuştur (Archer, 1976). Bu sayede turistik bölgelerin gelişme ve kalkınma hızı diğer bölgelere göre çok daha fazladır.

Turizmden elde edilen gelirler aynı zamanda bölgedeki kültürel, çevresel ve tarihsel mirasın korunması bakımından da önemli bir kaynak yaratır. Örneğin turizm gelirleri Virginia (ABD)'daki tarihsel Williamsburg için, sömürge döneminde başkent olan bu şehrin restorasyonu konusunda önemli katkılar sağlamıştır (Smith, 1991). Turistler bir bölgeye, bu bölgenin çevresel, tarihsel ya da kültürel çekiciliği nedeniyle giderler ve daha sonra da bu çekiciliğin korunması ve sürdürülmesine yardımcı olmak için kaynak yaratan bir araç olabilirler.

Bununla birlikte bir bölgeye olan ziyaretçi akımlarının maliyetleri ve yararlarının iyi değerlendirilmesi gereklidir. Çünkü bir bölgeye karşı binlerce ziyaretçinin akımı, turistleri çeken kaynaklar üzerinde oldukça yoğun bir baskı yapar (Uysal-Baloğlu 1994). Mings'in (1978)'de belirttiği üzere, turizmin kazançları ve maliyetlerinin uyumsuzluğu söz konusu olduğunda kamu yöneticilerinin 3 geleceksel yaklaşımı vardır; Birinci yaklaşım sorunların görmezlikten gelinmesi ve bunların zamanla ortadan kalkacağına ümit edilmesi, ikincisi; turizmden desteğin çekilmesi ve turizmin gelişmesinin önlenmesi, üçüncü yaklaşım ise; turizmin gelişmesini rasyonalize etmek, maliyetleri ve olumsuzlukları kontrol altına almak ve yararlarını artırmak için turizm etkilerini yeniden değerlendirmektir ki, kuşkusuz uzun vadede en isabetli yaklaşım olarak kabul edilir (Mathieson-Wall 1982).

5. Bir mesleki alan olarak turizm

Turizm, bu alanda çalışan insanların çoğunluğu için bir istihdam ve dolayısıyla gelir kaynağıdır (Erbes, 1974). Bu nedenle sektörde çalışan bireyler ya da işletme sahipleri, turizm konusunda yapılacak araştırmalardan şu yararları elde ede-

Turizm alanında karşılaşılan önemli sorun, konu ile ilgili yeterli istatistiklerin bulunmamasıdır. Bu sorun özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha ciddi boyutlara ulaşmıştır.

bilirler; (1) yönetsel düzenlemelerin ve işletme yapısının etkinliğini ve verimliliğini artırmak, (2) endüstrideki belirsizlik ve risklerle başa çıkmak için stratejiler geliştirmek (3) etkin pazarlama çalışmalarını için bir temel oluşturmak, (4) mevcut çalışanların mesleki gelişimleri için ve yeni elemanların eğitimi için bir rehber elde etmek. Turizm sektörü dış etkenlerden çok kolay etkilenebilen bir yapıya sahiptir. Uluslararası terörizm ve politik istikrarsızlıklar, belirli bölgelere seyahati olumsuz yönde etkiler ve alternatif bölgeler için fırsatlar yaratır. Bulaşıcı hastalıklar, doğal felaketler, meteorolojik sorunlar, döviz kurlarındaki ani değişimler, yeni vergi ve gümrük düzenlemeleri, bu alternatif bölgelerin nispi çekiciliğini hızlı bir şekilde azaltır. Bu durumda turizm işletmecileri çoğunlukla güç duruma düşerler ve çaresiz kalabilirler. Bu nedenle turizm talebindeki uzun vadeli değişimleri ayrıntılı bir şekilde analiz etmek, çeşitli faktörlerin talep üzerindeki etkilerini ölçmek ve işletmelere bu konuda bilgi vererek özellikle kriz dönemlerinde uygulanacak stratejiler geliştirmek bakımından turizm araştırmaları önemli faydalar sağlar.

9. Endüstriyel bir faaliyet olarak turizm

Turizm yalnızca bir insan hareketi, toplumsal bir olay ya da yüzlerce işletmeden oluşan bir faaliyet dalı değil aynı zamanda ekonomideki önemli politik uzantıları ile geniş bir endüstri olarak da kabul edilir. Bu birbirleriyle ilgili birçok faaliyet alanının oluşturduğu bir sektör anlamına da gelir. Örneğin, ulaştırma, konaklama, yeme-içme ve perakende ticaret gibi. Bu sektörün en büyük özelliği de emek-yoğun üretime dayalı bir hizmet endüstrisi olmasıdır. Bu endüstrinin işgücü kullanımı açısından yarattığı istihdam alanı otomotiv ya da petrol endüstrisinin yarattığı istihdam alanından daha fazladır. Bu özelliği nedeni ile de birçok ülkede turizm sektörü önemli ölçüde teşvik edilmektedir.

İnsanların birbirleriyle rekabet içerisindeki istek ve ihtiyaçları arasında ülke kaynaklarının tahsis edilmesinde yol gösterici olmak ve turizmin bir ülke, bölge ve toplum üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini tahmin etmek için de turizm olayı ve onun uzantıları konusunda araştırma yapma ihtiyacı vardır.

TURİZM ARAŞTIRMALARINDA KARŞILAŞAN SORUNLAR

Turizm endüstrisi bir değişim süreci içerisindedir. Turizm işletmelerinin sahipleri kadar bu endüstri ile ilgili çalışanlar yeni yönetimlere ve fikirlere ihtiyaç duymalarıdır. Ortaya çıkan fırsatlardan yararlanmak ve yine ortaya çıkacak zorlukları yenmek isteniyorsa bu fikirler ve yeni gelişmelere ihtiyaç vardır. Bu konuda öncülük kuşkusuz turizm ile ilgili kamu kuruluşlarına düşmektedir. Bu da kamu kuruluşlarının iyi bir enformasyon (bilgi) ve veri toplama gücüne bağlıdır. Ancak turizm endüstrisinin aşağıda sıralanan bazı özellikleri bu konuda önemli sorunlar yaratmaktadır. Bunlar;

1. Ekonomide turizmin etkilerini ve boyutlarını ortaya koyabilecek ölçümlerin (verilerin) eksikliği söz konusudur.
2. Endüstrinin boyutlarının büyüklüğü; bu konuda en önemli tartışma turizmin tek bir endüstri mi? yoksa endüstriler grubu mu? olup olmadığı konusundadır.
3. Turizm olayının coğrafi bir özellik göstermesi nedeni ile bölgeden bölgeye ya da ülkeden ülkeye farklılıklar görülmektedir.
4. Sektörde yer alan işletmelerin çoğunu organizasyon (örgüt) yapıları birbirinden oldukça farklıdır ve örgütlenme sorunları vardır.
5. Turizm olayının geleceği dinamik, dinamik olduğu kadar da belirsizdir. Yeni ve belirlenmeyen birtakım sorunlar turizm hareketlerini olumsuz yönde etkileyebileceği gibi, tam tersine beklenenden daha fazla bir büyüme de gerçekleştirebilecektir.

Yukarıda sıralanan 5 temel sorun tu-

Turizm işletmelerinin geniş bir coğrafi alan içinde dağılmış olmasının yanı sıra, turizm işletmelerinin boyut ve ölçek olarak çok farklı yapılar da olması da, turizm alanındaki uyumlu planlama, pazarlama ve araştırma çabalarının cesaretini kıran önemli bir faktördür.

rizm işletmecilerini, planlamacıları, analizcileri ve politik karar merkezlerini yakından ilgilendirmektedir. Çünkü bu temel sorunlar turizm konusundaki araştırmaları önemli ölçüde etkiler. Araştırma konularının belirlenmesi, uygun yöntemler geliştirilmesi, verilerin elde edilmesi ve analizi için bu sorunların gözönünde bulundurulması gereklidir.

Yukarıda sıralanan temel sorunlar daha ayrıntılı olarak aşağıda incelenmiştir.

1. İstatistiksel verilerin yetersizliği

Turizm alanında karşılaşılan en önemli sorun, konu ile ilgili yeterli istatistiklerin bulunmamasıdır. Bu sorun özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha ciddi boyutlara ulaşmaktadır. Çünkü ülkelerde ayrıntılı çalışan istatistik veri toplama merkezleri bulunmamakta, mevcut merkezler ise yeterli bilgi toplayamamaktadır. Ülkemizde de Devlet İstatistik Enstitüsü bu konuda en iyi çalışan kurum olmasına karşılık turizm alanında toplanan veriler yeterli düzeyde değildir. Örneğin, Turizm Bakanlığı ve Emniyet Müdürlüğü tarafından yurt dışından ülkeye gelen turistlerin sayısı belirlenmesine rağmen, iç turizm konusunda herhangi bir veri elde etme olanağı yoktur. Aynı şekilde yabancı turistlerin harcamaları da tahmine dayalı olarak hesaplanmaktadır.

İstatistiksel açıdan turizmin bir diğer dezavantajı da, sektörün tanımı ve sınırlarının net bir şekilde yapılmamış olmasıdır. Örneğin, bir bölge ekonomisi içinde turizm olayının hacminin ve boyutlarının ölçülmesi gerektiği zaman, otomobil kullananların yaptıkları petrol harcamalarının yüzde kaçının turizme dahil edilebileceği bilinmez. Toplantı ve dış seyahatler ile ilgili yapılan harcamalar turizmin bir unsuru olarak değerlendirilebilir mi? Eğer değerlendirilemezse bu tip harcamalar hesaplama dışında mı bırakılacaktır? Bu konuda evrensel olarak kabul edilmiş yanıtlar bulunmamaktadır. Örneğin bir görüşe göre (TÜRSAB, 1994) Türkiye'ye 1993 yılında gelen turistlerin 60 milyon

parça giyim eşyası, 45 milyon şişe su, 15 milyon şişe meşrubat, 20 milyon kartpostal tükettikleri, 25 milyon uluslararası telefon görüşmesi yaptıkları saptanmıştır. Bunun parasal olarak ifadesi yaklaşık 1 - 1,5 milyar ABD dolarıdır. Ancak görüldüğü üzere bu bir tahmindir ve sağlıklı verilere dayanmamaktadır.

Bu durum, turistler ve diğer bölgelerden farklı amaçlar ile bölgeye gelen ziyaretçilerin yaptığı harcamalarının ne kadarnın turizm ile ilgili olarak değerlendirilebileceği konusunda tereddüt yaratmakta ve bu nedenle de endüstride yaratılan iş ve gelir hacmi tam olarak belirlenememektedir. Bazı ülkelerde uygulanan "Standart Endüstriyel Sınıflandırma" ile endüstri dallarına kodlar verilmektedir. Örneğin ABD'de 7011 kategorisi "Otel, Moteller ve Turistik işletmeler" için kullanılır (Smith, 1991). Ancak bu ülkede bile turizm ile ilgili harcamalar net olarak belirlenememektedir. Böylece belirli verilerin ihmali ve kullanılmaması turizm alanında önemli bir sorun oluşturur.

Bir bölgeye gelen turist sayısının hesaplanması bile sanıldığı kadar kolay değildir. Çünkü farklı birimlerin farklı "turist" tanımları vardır. Bazı birimler diğerlerine göre daha sınırlayıcıdır. Turizmin ekonomik boyutları konusunda çalışanlar tahminlerinde "çarpan" kavramını kullanırlar (Lundberg, 1974). Turizm çarpanlarının ideal koşullar altında doğru olarak hesaplanması oldukça zordur, çok ayrıntılı ve çok sayıda veri elde etmeyi gerektirir. Bu konuda kullanılan ekonometrik yöntemler de oldukça karmaşıktır ve istatistiksel uzmanlık gerektirir.

2. Turizm sektörünün yapısal özelliği ve farklılığı

Bir turist seyahate çıkarken, önce bir tatil kataloğu edinir ve kendisini cezbeden bir bölge hakkında bilgiler okur. Daha sonra bir seyahat acentesi aracılığı ile bu bölgede rezervasyon yaptırır ve buraya ulaşmak için uçak bileti alır. Hareket tarihi

Gelecek yüzyılda turizm dünyanın en büyük endüstrisi olsa da, enformasyon, araştırma ve planmaya ihtiyacı devam edecektir.

beklerken birtakım eşyalar ve belki de yeni giyisiler alır. Hareket günü geldiği zaman, havaalanına gitmek için bölgedeki bir taksi şirketinden taksi kiralar ya da bir rent-a-car şirketinden otomobil kiralar. Seyahat sırasında restoranlarda yemek yer, bölgedeki gece kulüplerinde eğlenir, hediyelik eşyalar alır ve bazı yerleri ziyaret eder. Kiraladığı otomobil için benzin alır ve süpermarketlerden alışveriş yapar. Bazen güneş yanığını tedavi ettirmek için bir kliniğe bile gidebilir. Yolculuğun bir bölümünde eve telefon ederek evdekiler ile haberleşir.

Tatilin planlanmaya başladığı zaman ile eve dönüp seyahat anılarının anlatılıp, fotoğrafların gösterilmesi arasında geçen zaman sırasında turizm ile ilgili birçok alışveriş yapılmıştır. Kitapçıdan, seyahat acentasından, üç farklı ulaşım şirketinden, bir ya da birkaç konaklama tesisinden, birçok restorandan, farklı perakende mağazalarından, bir klinikten ve haberleşme işletmesinden yararlanılmıştır. Bir sonraki tatilde ise turizmle ilgili mal ve hizmetlerin tamamen farklı bir grubundan yararlanılabilir.

Bütün bu turizm faaliyetleri ile doğrudan ilgili mal ve hizmet tüketimine ek olarak, bu faaliyetlere destek sağlayan işletme ve örgüt tipleri de vardır. Gee, Choy ve Makens (1984) turizm ile ilgili örgütleri ve işletmeleri 3 ana başlıkta sınıflamıştır.

1) Sektöre doğrudan mal ve hizmet sağlayanlar

2) Sektöre destek sağlayan mal ve hizmetler

3) Turizmi geliştirme örgütleri

Doğrudan işletmeler turizm sektörünün en aktif bölümünü oluşturur. Bunlar; Konaklama, ulaştırma ve yeme-içme işletmeleridir. Destek işletmelerinin sektör içindeki yeri daha az belirgindir, ancak bunlar turizm endüstrisinde çok önemli konuma sahiptirler. Bunlar; tur organizatörleri, turizm ve seyahat yayıncıları, yiyecek-içecek işletmeleridir. Turizmi geliştirme örgütleri ise planlama mercileri,

bakanlıklar ve turizmde ileri düzeyde eğitim veren üniversite birimleridir.

Turizm sektörüne dolaylı olarak katkıda bulunan başka işletmeler de vardır. Bunlar da, finansman, yatırım, sigorta ve hukuk ile ilgili işletmelerdir. Bu hizmetlerin üreticileri doğal olarak herhangi bir turizm tanımında ve sınıflamasında yer almazlarsa da sektör içinde önemli rol oynarlar. Çünkü bu işletmeler fiziksel kaynakların sağlayıcısıdır ve turistlere doğrudan bazı ürünleri sunarlar; örneğin; fotoğraf makinası, film, uçaklar, otobüsler, otomobiller ve hediyelik eşyalar gibi. Bu işletmelerle turizm sektörü arasındaki yakın ilişki, bir bölgede turizmin varlığı sona erdiği zaman bu gibi firmaların sayısı ne olurdu? gibi bir soru akla geldiği zaman daha belirgin olarak ortaya çıkar.

Görüldüğü üzere turizmle işbirliği içinde olan işletmelerin ve örgütlerin dağılımı ve endüstrinin boyutlarını açık bir şekilde ortaya koyabilmek son derece zordur. Bu nedenle turizmle ilgili araştırmalarda belirli sınırlar çizme güçlüğü de ortaya çıkmaktadır.

3. Turizmin coğrafi özelliği

Turizm faaliyeti basit olarak bir yerden diğerine seyahat etmektir.

İnsanların bu hareketi turizm faaliyetinin temelde coğrafi bir olay olması anlamını taşır. Bununla birlikte turizm bir coğrafi mekândan diğerine şekil ve fonksiyon olarak önemli ölçüde farklılık gösterir. Örneğin, Antalya'daki turistik çekicilikler İstanbul'dakinden ya da Kapodokya'dakinden oldukça farklıdır. Aynı şekilde Las Vegas'ın, Londra'nın ya da Rio De Jenerio'nun çekicilikleri de coğrafi olarak çok değişik özelliklere sahiptir. Her bir bölgedeki turizmin etkilerini ve rolünü değerlendirmek için, hercoğrafi konumun farklılıklarını da değerlendirmek gereklidir. Bu farklılıklar; bölgesel gelenekler, iklim, ekonomik gelişme durumu, turistik altyapı, çekiciliklerin özellikleri ve bölgenin turizm konusundaki deneyimidir. Bu nedenle turizmin bir yörede plan-

Geniş bir faaliyet alanına yayılmış bulunan turizm koansunda araştırmalar yapmak cazip olduğu kadar, zor ve sorunları fazla olan bir çalışmayı gerektirir.

lanması, gelişmesi ve değerlendirilmesi yapıldığı zaman sorulan sorular bütün bir bölge ya da ülke için yapıldığı zaman sorulacak sorulardan oldukça farklıdır. Üstelik uluslararası boyutlara çıkıldığı zaman farklılıklar daha da artacaktır. Bu da turizm araştırmaları konusunda bir başka güçlüğü ortaya koyar.

4. Endüstrideki örgütlenme eksikliği

Turizm işletmelerinin geniş bir coğrafi alan içinde dağılmış olmasının yanı sıra, turizm işletmelerinin boyut ve ölçek olarak çok farklı yapılarda olması da turizm alanındaki uyumlu planlama, pazarlama ve araştırma çabalarının cesaretini kıran önemli bir faktördür. Bazı istisnalar dışında, turizm sektöründeki birçok alt sektör (konaklama, beslenme, ulaştırma, perakende mağazalar) pazarlama ya da ürün geliştirme konusunda pek fazla ortak girişimde bulunmaz. Ortaklaşa veri toplama çabaları ve veri paylaşım anlaşmaları özel sektörde ender olarak görülür. Oysa ki, farklı firmalar ve örgütler birlikte çalıştığı zaman önemli yararlar sağlanabilir. Bu örgütlenme eksikliğinin temel nedeni, turizm işletmelerinin büyük çoğunluğunun küçük ve orta ölçekli firmalar olmasındandır. Örneğin Kanada 25 milyon nüfusu ile (ABD'nin onda biri) yaklaşık olarak 100.000 ayrı turizm işletmesine destek vermektedir (House of Commons Debates, 1984). Bu işletmelerin çoğunluğu 25 kişiden daha az personel istihdam etmektedir.

Örgütlenme eksikliği, eğitim kurumlarının büyük ölçüde programlarının birbirinden farklı olması ve ürün tanımı ve sınıflandırması için endüstrinin kabul ettiği standartların eksikliği olması konusunda da ortaya çıkmaktadır. Eğitim konusunda çeşitli ülkelerdeki turizm programlarının birbirinden oldukça farklı olduğu gözlenmiştir. Bazı ülkelerde yakın zamana kadar turizm ile ilgili dersler İşletme Fakültelerinde yoğunlaşmış olmakla birlikte bu okullarla sınırlı değildi. Çünkü turizm; coğrafya, planlama, ekonomi ve boş zaman (rekreasyon) çalışmaları içinde de değerlendirilmektedir. Turizm eğitimi,

turizmle ilgili sosyal bilimcilerin üst düzeyde eğitimine yönelik olduğu kadar, örneğin yeme-içme hizmetlerinde mesleki eğitime yönelik de olabilir. Bu açıdan mesleki eğitim veren kısa süreli yüksekokullar dünyanın çeşitli yerlerinde yaygınlaşmıştır.

Ülkemizde de özellikle dört yıllık turizm eğitimi veren yüksekokullardaki programlarda belirli ölçüde benzerlik sağlanmasına karşın iki yıllık mesleki eğitim okullarında farklı uygulamalar görülmektedir.

Turizm sektöründe yer alan işletmelerin örgütlenme eksikliği ülkemizde de görülmektedir. Örneğin, seyahat acenteleri alanında TÜRSAB etkili bir mesleki örgüt olarak faaliyet gösterip turizm alanında bazı araştırmalar yapmaktadır, ancak otelcilik, yeme-içme ve ulaştırma gibi önemli faaliyet alanlarında yer alan örgütler bulunmamaktadır. Bu da turizm konusunda özellikle veri ve bilgi toplama açısından araştırmacılara sorun yaratan bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

5. Turizm endüstrisinin geleceği

Turizm sektörü ülkelerin ve toplumların sosyo-ekonomik değişmelerinden çok hızlı etkilenen bir sektördür. Bunun temel nedeni, kuşkusuz turizm ve tatil ihtiyacının zorunlu olmayan ve kolay vazgeçilebilir bir ihtiyaç türü olmasından kaynaklanır. Bu nedenle turizmin geleceği konusunda çok iyimser ya da çok kötümser olmayı gerektiren sürekli etkenler yoktur ve iyi ya da kötü dönemler turizm için sözkonusu olabilir. Bu durum kuşkusuz yeryüzündeki bütün ülkeler belirli bir refah düzeyine ulaşana kadar devam edecektir. Günümüzde dünya üzerindeki insanların en yüksek geliri olan % 20'si dünya toplam gelirin yaklaşık % 85'ine sahip iken, alt gelir düzeyindeki %20'lik grubun gelirden aldığı pay sadece %1,5 düzeyindedir (Yıldızoğlu, 1994). Görüldüğü üzere kalan % 40'lık orta gelir grubundakiler ise toplam gelirin yalnızca %13,5'ünü almaktadır. Bu durum son derece adaletsiz bir gelir dağılımını göstermektedir ve alt gelir grubundaki güney yarımküre ülkeleri de bu nedenle sürekli toplumsal karışıklık,

Turizm sektörünün gelişmesini etkileyen çok sayıda ve karmaşık faktör bulunmaktadır. Bu faktörler turizm ile ilgili araştırmacıların ve planlamacıların çalışmalarını da etkiler ve karmaşık duruma getirir.

savaş, açlık vb. gibi sorunlarla uğraşmaktadır.

Gelecek yüzyılda turizm dünyanın en büyük endüstrisi olmasa da, enformasyon, araştırma ve planlama ihtiyacı devam edecektir. Örneğin, turizm genelde "temiz" bir endüstri olarak kabul edilir. Bu endüstri üretim endüstrisine kıyasla nispeten daha az çevreyi kirletici etki yaratır. Bununla birlikte "kirlenme" bir toplumda, herhangi bir endüstrinin yarattığı tek tahribat ya da sorun değildir. Turizm ekonomide enflasyonu uyurabilir, toplumdaki suç işleme oranının da artışına da yol açabilir, toplumun yapısını değiştirebilir ve bölgede gelenekleri ve tarihsel çevreyi bozucu etki yapabilir. Endüstrinin bütün sektörlerindeki turizm profesyonelleri gelecekle ilgili olarak turizmin bütün maliyetlerini ve kazançlarını doğru olarak tahmin etmeye ihtiyaç duyar. Sonuç olarak turizm sektörünün gelişmesini etkileyen çok sayıda ve karmaşık faktör vardır. Bu faktörler turizm ile ilgili araştırmacıların ve planlamacıların çalışmalarını da etkiler ve karmaşık duruma getirir. Fakat bunlar aynı zamanda turizm endüstrisinin sorunları ve beklentileri için bilimsel çalışmaların önemini de artırıcı bir etkidir.

SONUÇ

Turizm faaliyetleri çeşitli tartışmalarda belirtildiği üzere çok boyutlu ve çok sektörü ilgilendiren ekonomik ve toplumsal faaliyetlerdir. Turizmin kendisinin ayrı bir sektör olup olmadığı tartışılarsun bu endüstrinin tarımdan, inşaat sektörüne, otomotivden haberleşmeye, perakende ticaretten bankacılığa kadar birçok alt sektörü ilgilendirdiği ve bu sektörlerle iç içe olduğu da bilinmektedir.

Diğer yönüyle turizm olayı birçok bilim dalını da ilgilendirir ya da bilim dallarından katkı görür, matematik alanından sosyolojiye, işletme biliminden coğrafyaya, tarih biliminden iktisat bilimine kadar yayılan geniş bir alan içerisinde turizm araştırmaları kendisine yer bulabilmektedir.

Ayrıca turizm ekonomik boyutuyla bölgesel ve ülkesel ekonomik kalkınmanın hızlandırıcılarından birisi olması nedeni ile, politikacıların ve kamu yöneticilerinin de yoğun olarak ilgisini çeken bir faaliyet dalıdır. Bunun yanında turizmin bir bölgenin toplumsal kalkınması ve kültür düzeyinin gelişmesi ve çevresel değerlerin korunması gibi alanlarda da önemli katkıları herkes tarafından kabul edilmektedir.

Böylesine geniş bir faaliyet alanına yayılmış bulunan turizm konusunda araştırmalar yapmak oldukça cazip, fakat cazip olduğu kadar da zor ve sorunları fazla olan bir çalışmayı gerektirir. Bununla birlikte bu sektörün gerek ülke ekonomisine gelecekte yapabileceği katkıların daha fazla olması, gerekse sektörde yer alan işletmelerin gelecekte atacağı adımları daha iyi planlamaları ve görmeleri açısından geniş kapsamlı araştırmalara ihtiyacı vardır. Bu araştırmaların da isabetli sonuçlara ulaşabilmesi için atılacak ilk adım iyi bir veri elde etme mekanizmasının kurulmasıdır. □

KAYNAKÇA

- Archer, Brian H., *Demand Forecasting in Tourism*, University of Wales Press, Cardiff, 1976
- Doğan, Hasan Z., "Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, s. 216-236, 1989
- Doğan, Hasan Z., *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*, Uğur Ofset Matbaacılık ve Ticaret, İzmir, 1987
- Erbes, R., *International Tourism and Developing Countries*, OECD Publication, Paris, 1974
- Gee, C. Y., Choy, D. J. L. and Makens, J. C., *The Travel Industry*, AVI Publishing, Westport, 1984
- House of Commons Debates (22 March): 2349, *Department of Supply Services*, Ottawa, Canada, 1984
- Lundberg, Donald E., *The Tourist Business*, Cahners Books, Boston, 1984
- Matthieson, A., Wall, G., *Tourism; Economic, Physical and Social Impacts*, Longman Group Inc., Bunt Mill, London, 1982
- Mings, R. C. "Tourist Industry Development; at the crossroads", *Tourist Review*, 33 (3), 1978, s. 2-9
- Smith, Stephen L. J., *Tourism Analysis*, Longman Group Inc., London, 1991
- "Başbakan Çiller Turizmçilerin Sorunlarını Dinledi", *TURSAB Turizm Dergisi*, Sayı 129, Haziran 1994, s. 16
- WTO (Dünya Turizm Örgütü) istatistikleri, 1993
- Yıldızoğlu, Ergin., "Dünya Ekonomisine Bakış", *Cumhuriyet Gazetesi*, 5 Ağustos 1994

Daha ayrıntılı ve iyi bilgiye olan ihtiyaç, okul sınırlarından karar merkezlerine kadar uzanır. Öğrenciler, planlamacılar, politikacılar, girişimciler ve karar mercileri turizmi etkileyen faktörleri ve turizmin toplumsal ve ekonomik etkilerini daha iyi değerlendirmek için daha güvenilir ve doğru verileri ihtiyaç duyarlar.

Kervansarayların Türk turizmine zincir konaklama işletmeleri olarak kazandırılması

DR. GÜLÇİN BULUÇ

GİRİŞ

Bir ülkenin turistik değerleri, o ülkenin doğal güzellikleri, rekreasyon imkanları, milli parkları, kültürel değerleri, tarihi ve arkeolojik değerleri ve turizm bilincidir. Biz bu çalışmamızda turistik değerleri tarihi değerler olarak sınırlıyor ve tarihi değerler olarak da sadece tarihi yapılardan kervansarayları ele alıyoruz. Amacımız, eskiden konaklama tesisleri olarak kullanılan bu tarihi yapıların tekrar turizm tesisleri olarak Türk turizmüne kazandırılması ve bu tarihi eserlerin fonksiyonunu yitirmiş durağan bir turistik değer niteliğinden çıkarıp fonksiyonsel özelliğinin tekrar kazandırılarak turistik değer ve turistik tesis özellikleri ile bağdaştırılmış olarak turistlere sunulmasıdır.

Almanya, Fransa ve Avusturya gibi Batı ülkelerinde pek çok tarihi binaların turizm işletmeleri olarak faaliyet sürdürdüklerini örnek olarak verebiliriz (Usal 1975, s. 181).

"Hisarlar yolu, Mannheim - Heidelberg'dan başlayarak Neckartal (Neckar suyu) boyunca Öhringen - Waldenburg - Künselau Lengenberk şehirlerinden geçerek ve Nürberg'deki Rohterburg'da sona erer".

"Hisarlar Yolu; üzerinde yalnız hisar-kale-şato olarak 75 yapı bulunmaktadır".

"Kim burçlara tırmanmaktan, sanat hazineleri ile haşır neşir olmaktan, sessiz ve dinlendirici parklarda dolaşmaktan hoşlanıyorsa Hobenloke'ye gitmeli."

"Şömineli bir hisar odasında ya da şato dairesinde tatil:

Sessiz, sakin şato odalarında kalmak, meyhanelerinde yiyip-içmek isteyenler Neckar ve Tauler arasında prenslere layık pek çok sayıda kale-otel bulabilir. Friedricheruhe, die Götzenburg, Burg Stelten, Schols Heinsheim, Burg Gutenberg, Burg Homberg bu kale (şato) otellerden birkaç örnektir" (Reisen in 1971, s. 301-302).

Fransa'da şato oteller dışında bazı tarihi yapıların yiyecek-içecek ve konaklama işletmeleri olarak faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Bunlar;

Eski konut (otel),
Eski konut (Restoran),
Değirmen (Otel)'dir.

I. GENEL OLARAK KERVANSARAYLARIN KURULUŞ VE FONKSİYONLARI

a. Kervansarayların genel ticaret sistemi içindeki rolleri ile ünite olarak fonksiyonları

İpek ve Baharat Yolu gibi iki önemli ticaret yolu üzerinde bulunan Anadolu'da bu ticaret akışını sürdürebilmek için, ulaştırma araçlarının o çağların şartlarına uygun olarak ihtiyaçlarını karşılama zorunluğu doğmuştur. Bu gerçeğin bilincinde olan Selçuklular ve Osmanlılar, on menzillik (*) uzaklıkta bir kervansaray veya han bulunmasına özen göstermişlerdir. Yalnız ara menzil noktalarında değil, büyük yerleşme merkezlerinde ve bunların dışındaki önemsiz yollarda da bu tür yapılar bulunmaktadır."Ticari bakımdan ehemniyetsiz olan küçük yollarda da hayırseverler tarafından yapılan ve devletin himaye ve

(*) 1 menzil = 30 km.)

ABSTRACT

TO UTILIZE CARAVANSARIES (HISTORICAL TURKISH INNS) AS A CHAIN HOSPITALITY ESTABLISHMENTS FOR THE TURKISH TOURISM INDUSTRY

Caravansaries were built to provide overnight shelter for travelers who were engaged in commercial activities in Anatolia. These caravansaries were located between the two very important roads to accommodate the merchants. The article inspects the main issues which stipulate the birth of caravansaries, the way of their finance and their extinction. As a result, the article investigates what can be done to reorganize the caravansaries which will direct them to support tourism sector as modern franchising companies.

Gülçin Buluç, Dokuz Eylül University, Faculty of Business, Department of Tourism Management, Buca, Izmir, Turkey.

Yrd. Doç. Dr. Gülçin Buluç; Lisans, Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü (1981); yüksek lisans, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı (1985); doktora, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı (1991); Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda öğretim üyesi.

teşviklerine mazhar olan zaviye, hanekâh ve imaretler yolcuları barındırmaları kervansarayların vazifelerine bir yardımcı olmaları dolayısıyla burada zikredebilir" (Turan 1946, s. 492).

Kervansaraylar, ticaret yollarının en önemli yapılarıdır. Bu nedenle, esas fonksiyonları, kale gibi korunmalı yapı ve mimari tarzı ile ticaretle uğraşanların ve kervanların kırsal bölgelerde konaklama, yiyecek içecek ve her türlü ihtiyaçlarını çağın ve içinde bulunduğu toplumun kültürel özelliklerine uygun olarak karşılamaktadır. Değişik amaçlarla seyahat eden, değişik din, ırk, milliyetten olan tüm yolculara kapısını açan bu üniteler, herkese üç gün içinde ve ücretsiz olarak hizmet vermektedir.

Tüm bu nedenlerle kervansaraylarda mevcut tesisler çok çeşitli olmaktadır. "Gerçekten bu maksatla kervansaraylarda vücuda getirilen tesisler, çok dikkate şayandır. İçlerinde yatakhaneleri, aşhaneleri, erzak ambarları, ticari eşyayı koyacak depoları, yolcuların namaz kılmaları için mescitleri, misafirlerin yıkanmaları için hamamları, şadırvanları, pastahaneleri ve hatta, kayıtlardan çıkarabildiğimize göre, eczaneleri, yolcuların ayakkabılarını, tamir ve fakir yolculara yenisini yapmak için ayakkabıcıları, hayvanları nallamak için nalbantlara varıncaya kadar her ihtiyacı karşılayacak teşkilat ve tesisleri ve bütün bunları, bunlara dair gelir ve masrafları, idare edecek divan (büro) ve memurları vardır (Turan 1946, s. 479).

"Her kervansarayın çevresi birer ticaret merkezi halini almış ve yerel üretim de kervan ihtiyaçları doğrultusunda uzmanlaşmıştır. "Gaziantep'te ayakkabıcılığa önem verilmiştir. O zaman Antep'te herkes, yemeni, çizme ve her neviden ayakkabı yapardı. Çünkü kervan onu istiyordu... Maraş'ta demir sanayii himaye edilmiştir. Nal, mih, çivi, zincir, gelem, silah ve kervanlar için gerekli her nevi demir avadlığın yapılma ve işlenme merkezi orası

idi. Konya ve Afyon'a kadar olan safhada keçecilik vardı. Ankara'nın meşhur Ahi esnaf teşkilatı, büyük kervanların deri ve demirden yapılır malzemesini hazırlıyordu. Sivas taraflarında şal, cerim ve Uşak taraflarında halı, seccade dokunuyordu" (Avcıoğlu 1971, s. 14). Kervansaraylar, zamanın ekonomik ve sosyal yaşamının gelişerek yayılmasını sağlayan çok etken hizmet üniteleridir. Korunmalı yapıları, sosyal olanakları ile ticareti ve ulaştırmayı olduğu kadar kültür alışverişini de sağlamıştır. "Kervansaraylarda ilim ve kültürlü insanlar için kütüphane kurulması ve diğer yolcular içinde satranç takımları bulundurulması devrin kültürü ve medeniyet seviyesi bakımından dikkate şayandır" (Turan 1969, s. 94).

Böylesine çok yönlü fonksiyonları olan kervansarayların çevreye çok çeşitli katkıları olmuştur. "İtalyan Gotik Katedrallerini andıran ve muazzam mekan yapıları, Orta Çağ'da Anadolu'nun en önemli kervan yolları üzerinde, ticaret, sosyal yardım ve aynı zamanda kültür müesseseleridir" (Aslanapa 1973, s. 144).

b. Hukuki yapı ve finansman

Kökü çok daha eskilere dayanmakla birlikte kervansaraylar bugünkü anlayışımıza uygun olarak Selçuklularla birlikte ortaya çıkmıştır. Kervansaray geleneğini Türkistan'dan getiren Selçuklular, İmparatorluğun her yerine yaymayı bir devlet görevi olarak görmüşlerdir. Bu nedenle, kervansaray sistemi genel olarak kamusal nitelikli devlet faaliyeti olarak yürütülmüştür.

Kervansaraylar, ya iktidarı elinde bulunduran kişinin iradesiyle devlet hazinesinden, ya da devletin ileri gelenlerinin kişisel gelirleriyle finanse edilmişlerdir. "Yol emniyeti ve konaklama imkanları tüccar kervanı tarafından değil, merkezi otoriteye yükümlenilmiş ve organize edilmiştir. Özellikle geleneksel sistemin, bünyesel özellikleri, uzun mesafe ticaretinde,

İpek ve Baharat Yolu gibi iki önemli ticaret yolu üzerinde bulunan Anadolu'nun, bu ticaret akışını sürdürürebilmek için, ulaştırma araçlarının o çağların şartlarına uygun olarak ihtiyaçlarını karşılamak zorunluluğu doğmuştur.

mahalli organların veya tüccar gruplarının bu tür fonksiyonları yerine getirmesini imkansızlaştırmaktadır. Bu nedendir ki sorunu, merkezi otoritenin bürokratik ve organizasyonel tedbirlerle başarılı bir şekilde çözümlendiği görülmektedir" (Ortaylı 1974, s. 183).

Devlet otoritesi büyük Selçuk devri ve erken Osmanlı çağında merkezde kalmıştır. XVI. yüzyılda ve sonraları bu durumun değiştiğini ve o devrin devlet memuru olan yetkilileri toprak sahibi olmaya başlamışlar ve eskiden devlet topraklarında çalışan kişiler güçlü vezir ve paşaların topraklarında çalışmaya başlamışlardır. Bu güçlü kişilerin gelirlerinde olağanüstü artışlar olmuştur. Osmanlı devri kervansaraylarının adları bu gelişmenin sonuçlarını yansıtmaktadır.

Kervansarayların kurulmalarından sonra, doğanın, savaşların, kullanmanın ve zamanın yapacağı tahribata ve eskimeye karşı korunma sorunları ile de köklü önlemler alınmıştır. Kurucuların almış olduğu bu önlemler yapının bakımı, onarımı ve en önemlisi ücret karşılığı olmadan verilen hizmetin yürütülebilmesi için değişirdeğişmez giderleri karşılayacak sürekli gelir teminidir. Kişilerin gelir durumlarının değişken olması ve özellikle kervansaraylara ayrılmış gelirlerin varlığı ve bu varlığı sağlayan değerlerin yönetilmesi gerekmiştir. Bu amaçla kurucu, yaptırdığı kervansarayı ve bunun sürekli yaşatılmasını sağlayacak gelir getirici faktörleri bir vakıf altında toplamıştır. Bu durumda kervansarayın mülkiyeti kurucudan vakfa geçmiştir. Ancak, bunu yaparken kendi kişisel koşulları esas olmak üzere yönetimi vakfa bırakmıştır. "Vakıflar, kişilerin taşınır ya da taşınmaz mallarını dışarıdan hiçbir etki ve zorunluluk olmaksızın kendi girişimleriyle kişisel mülkiyetlerinden çıkarmalarıyla, yardım ve olumlu işlerde kullanılması amacıyla, yine kendilerince saptanan koşul ve hizmetlerin yerine getirilmesi için 'sonsuz dek' kaydıyla kurulmuşlardır"

Kervansaraylar, ticaret yollarının önemli yapılarıdır. Bu nedenle esas fonksiyonları, kale gibi korunmak ve mimari tarzı ile ticaretle uğraşanların ve kervanların kırsal bölgelerde konaklama, yiyecek-içecek ve her türlü ihtiyaçlarını çağın içinde bulunduğu kültürel özelliklerine uygun olarak karşılamaktadır

(Usal 1975, s. 38). Bu şekilde vakıflar, hukuken kesin bir güvenceye alınmış olmaktadır.

c. Yönetim ve personel

Asıl fonksiyonu konaklama ve yeme içme olan ancak diğer çok yönlü üniteleri ile birlikte kervansarayların yönetilmeleri ve personel konusu önemli bir sorun olmuştur.

Vakfın kurucusunun yönetimi sürekli olmak üzere kendi üzerine alması veya seçeceği bir mütevelli heyeti ile bu görevin yerine getirilmesi şeklinde iki seçenek ile idare yönetimine gidilmiştir. Yönetim için geniş bir personel kadrosuna ihtiyaç duyulmuştur..." evvela kadrosunda, günde 6 ile 2 akçe arasında para alan şu zevat vardır: 1 katip, 1 vekilharç, 1 kilerci, 2 ferdeş (kilim, halı sereni; temizleyen hizmetli), 2 kayyum (hademe), 2 çırağdar (kandilci), 4 nakip (memur), 2 bevrap (kapıcı), 6 ahçı, 6 emekçi, 2 buğday ayıklayıcı, 2 çanak yoğucu, 2 imaret ahırınca bevrap, 1 ambarcı, 1 odun hammalı, 1 duvarlara nakışları meneden vardır. Alelumum imaret şeyhi, bütün imaretlerde en baş memurdur. Mütevelli bütün müştemilatıyla alakadardır" (Ünver 1941, s. 2400-2401).

Selçuklulardan önce, Selçuklular döneminde ve erken Osmanlı devrinde devletin vakıf malları üzerinde denetim hakkı olması nedeniyle kervansarayların denetimi vakıflar vasıtasıyla devlet ve kadılar tarafından yapılıyordu. 1587 yılında kurulan Evkaf Nezareti denetimi üstlenmiştir.

d. Kervansarayların ortadan kalkması

Osmanlı Devletinin ikinci yarısından sonra başlayan değişiklikler kervansarayların ve kervansaraylarla birlikte Türk örf, adet ve misafirperverlik anlayışına göre, misafirleri konakladıkları süre içinde tüm ihtiyaçların devrine göre en iyi şekilde ücretsiz olarak cevap veren üstün hizmet anlayışı da sona ermiştir. Anadolu'yu

baştan başa saran bu üstün sistemin ortadan kalkmasının önemli nedenleri vardı.

Bu nedenleri şöyle sıralayabiliriz (Usal 1975, s. 42).

1- Ekonomik ve Sosyal Çöküntü

a- İç Etkenler

(1) 16. yüzyılda Osmanlı İmparatorlugunda meydana gelen nüfus beslenememiş ve gerekli önlemler alınamamıştır.

(2) Tımar sahiplerinin aşırı vergi talepleri

(3) Üretim artışı sağlayamaması, ticaretin daha kârlı görülmesi,

(4) Seferlerden sağlanan gelirin durması,

(5) Geleneksel misafirperverlik anlayışı nedeniyle kervansaraylarda hizmetlerin ücret karşılığı yapılmaması,

b. Dış Etkenler

(1) Dünya ticaret yollarının değişmesi,

(2) Dünyadaki teknolojik gelişmelere ayak uydurulmaması,

(3) Sürekli savaşlar.

Bu olumsuz şartlar içinde, kervansarayların, özellikle çok yüksek rakamlara ulaşan sosyal harcamaları nedeniyle varlıklarını sürdürmeleri imkansızlaşmıştır. Harcamalar hakkında şöyle bir örnek verebiliriz:

"İmarette her gün en aşağı dört batman yani 30 kilo et pişecektir. Yemeklerin ve ekmeklerin gayet nefis olması lazımdır. Yiyecek tevziinde misafirlere hürmeten iptida onlara ekme ve yemek verilecektir. Misafir ve talebeden hasta olanlara hekim getirilip tedavi ettirilmesi ve ilaç paralarının ödenmesi ve şayet hastalardan herhangi biri iyi olmayıp vefat ederse kefenlenip defnedilmesi ve vakfiyeye konulmuş ve buhususa da para tahsil edilmiştir. Zengin bir idare kadrosu vardır" (Ünver 1941, s. 2399).

II. MODERN KONAKLAMAYA GİRİŞ

a. Dünyada turizm olayı

Kervansarayların ortadan kalktığı dönemde Avrupada "Aristokrasi turizmi" sürmekteydi. XVIII. ve XIX. yüzyıllarda Amerikan otelcilik sisteminin temellerini oluşturan yeni bir seyahat ve konaklama anlayışı başlamıştı. Daha sonra tüm dünya konaklama işletmelerinin başarısı, Amerikan otelciliğindeki sistemin uygulanma ölçüsü ve başarı oranına bağlı olmuştur. Bunun önemli nedenleri vardır:

"Amerikan otelciliğinin hızla gelişmesini sağlayan faktörleri kısaca belirtelim.

1. Amerikan otelcisi otoriterdir. Oteller için gerekli olan suküneti ve disiplini başlangıçta bilek ve silah gücüyle sağlamıştır.

2. Avrupa otellerinde konaklama; zenginlere, aristokratlara tanınan bir hak olarak kabul edilmiş, yalnız lüks ve konfor arayan asiller otelcilik hizmetlerinden yararlanabilmişlerdir, Oysa, Amerikan otelleri parası olan ve gerekli ödemeyi yapabilen herkese açık tutulmuştur.

3. Avrupa otelciliğinde oteller, yukarıda açıkladığımız anlayış içinde yüksek ödeme gücüne sahip kişilere özgü yerler olarak düşünüldüğü için fiyatları yüksektir. Amerika'da ise seyahat herkesin yararlanabileceği bir hak olarak mütalaa edildiğinden, fiyatlar onların kesesine uygun olarak ayarlanmıştır.

4. Amerikalı maceraperest ruhunun etkisi altında çok gezen ve otel ihtiyacı yaratan bir tipti. Bu nedenle kantite bakımından da artan konaklama ihtiyacını karşılamak zorunluğuna Amerikan otelciliğinin gelişmesine yardımcı olmuştur.

5. Amerikan otelcisi, yaratıcı, girişken ve öncülük yapma ruhuna sahiptir" (Olalı 1973, s. 9).

b. Kervansarayların bugünkü durumu

Kervansaraylar bugün de vakıflar kapsamında. Yeni Türkiye Cumhuriyeti

Kökü çok daha eskilere dayanmakta birlikte kervansaraylar, bugünkü anlayışımıza uygun olarak Selçuklularla birlikte ortaya çıkmıştır.

döneminde 3.3.1924 tarihinde ve 429 sayılı yasayla Vakıflar Genel Müdürlüğü kurulmuştur. Çeşitli hukuki dayanaklarla, Cumhuriyet Türkiye'sine kadar kurulmuş bulunan bütün vakıfların tasfiyesine gidilmiştir. Eski yapıların yeni statüleri vakıflar yasası ve bu yasayı açıklayan vakıflar tüzüğünde belirtilmiştir. Kervansaraylar üzerinde her türlü tasarruf 6 Mayıs 1973 tarih ve 1710 sayılı "Eski Eserler Kanunu" ile Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu'na verilmiş bulunmaktadır.

Anadolu'da kervansaraylarının bir kısmı tamamen yıkılmış, moloz yığını halindedir. Bir kısmının üzerine başka yapılar yapılmıştır. Bir kısmı "daha öncelikli" gerekçesiyle ortadan kalkmıştır. Bazılarının yerleri belli, yarı yıkıntı durumundadır. Çok az sayıda onarılmış, restore edilmiştir.

III. KERVANSARAYLARIN TÜRK TURİZMİNE ZİNCİR KONAKLAMA İŞLETMELERİ OLARAK KAZANDIRILMASI

Kervansarayların mimari ve kültürel özelliklerini kaybetmeden restore edilerek modernleştirilmesinin ve uluslararası turistik tüketim ihtiyaç ve standartlarını karşılayacak şekilde değiştirilerek hizmet sunulmasının Türk turizmine çok olumlu katkıları olacağına inanmaktayız. Konaklama, yiyecek-içecek ve bazı rekreatif amaçlar için turizm açılacak bu yapıların onarılıp, restore edilerek iç teşkilatında yapılacak bazı ilave ve değişikliklerle ve hizmet türü ve anlayışı ile turist gönderen batı ülkelerinin yaşam tarzları ve alışkanlıklarına göre değişiklikler yapılırken turist kabul eden ülke olarak Türk kültür ve medeniyetinin, örf ve adetlerinde hizmet türünde farklı fakat turistin hoşlanacağı motifler halinde sunulması bu turistik yapıtımıza çekicilik, orjinallik kazandıracığı kanısındayız. Örnek olarak, kervansaray odalarının hepsine banyo,

şömine ve kalorifer ilavesi, mutfak ve restoranın modern yaşam tarzı ve batı mutfağına uygun şekilde hazırlanmış Türk yemekleri, toplantı, konferans ve televizyon salonlarının oluşturulması, amerikan bar köşesinin kurulması, kervansaraylarda fonksiyonel değişiklikler ve ilaveler meydana getirmek suretiyle bazı kültür ve gereksinimlerine uyum sağlaması, modern turistik konaklama işletmelerinin özelliklerine sahip olması anlamını taşımaktadır.

Ancak, gerek mimarı tarzı gerekse oluşturulacak bir şark köşesi veya odası, menüdeki döner ve şiş kebab gibi çeşitli Türk yemekleri ve sunuş şekilleri, neskahve yanında, avlunun bir köşesinde şık bir pirinç mangalda eski Türk giysileri içindeki genç kızların turistin görebileceği şekilde cezvede pişirip sunduğu Türk kahvesi gibi özelliklerin turistin ilgisini çekici ve onu memnun edici özellikler olacağı kanısındayız. Türkiye'ye gelipte "Türk olanı" seyredip, görmenin yanında Türk yaşam tarzından çeşitli motifleri bizzat yaşamak ona çok daha ilginç gelebilecektir.

a. Karvansarayların tekrar konaklama tesisleri olarak turizm faaliyetine katımları ile ilgili örnekler

Ülkemizde çok az sayıda da olsa kervansarayların restore edilerek tekrar konaklama tesisleri olarak turizm faaliyetine katıldıkları ve bunu başarı ile sürdürdükleri görülmektedir.

Kuşadası Öküz Mehmet Paşa Kervansarayı ile İzmir Çeşme Kanuni Kervansarayı, Vakıf tarafından restorasyonu ve onarımı yapıldıktan sonra konaklama işletmesi olarak faaliyet görmek üzere özel sektöre kiraya verilmiştir.

1. Kuşadası Öküz Mehmet Paşa Kervansarayı

Kuşadası Öküz Mehmet Paşa Kervansarayı turistik konaklama işletmesi olarak

Kervansaraylar, ya iktidarı elinde bulunduran kişinin iradesiyle devlet hazinesinden, ya da devletin illeri gelenlerinin kişisel gelirleriyle finanse edilmişlerdir.

kullanılacak şekilde ve mimari tarzına sadık kalınarak Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından restore edilmiştir. Restorasyonla ilgili bilgiler Y. Mimar Orhan Tuncer tarafından bize aşağıdaki şekilde aktarılmıştır (Tuncer 1975, s. 123).

Kuşadası, Aydın'ın sahil ilçesi olup iyi bir asfalt yol ile İzmir'e bağlıdır. Burası Ege sahillerimizin canlı, hareketli, denizi ve güneşi ile turistlerin çok beğendiği turistik bir yerdir. Deniz mevsiminde oldukça kalabalık olur. Selçuk'a 5 km. uzaklıktaki Meryem Ana Evi'nin, Hristiyanlık alemince kesinlikle kabulünden sonra ve ayrıca tarihi Efes harabelerine yakınlığı nedeniyle, Kuşadası deniz yolu ile yabancı turistleri çekmektedir. Büyük yolcu vapurlarının yanaşabileceği rıhtımı ve iskelesi sayesinde bu bölgenin limanı haline gelmiştir.

Kervansaray, Öküz Mehmet Paşa tarafından, 1618 yılında deniz ticareti için yaptırılmış iki katlı, avlulu bir Osmanlı eseridir. Ortalama 8.50x1.60 (14)m. ölçüsündeki avlunun çevresini her iki katta da revak ve odalar sarar. Kuzey-batı ve güney-doğu köşelerde, avluda üst kata açıktan çıkan birer merdiveni vardır (*).

Kuşadası iskelesi, hanın kuzeyinde olduğu için, Kervansaraya da bu yönden girilip 2.96 m. enindeki mermer kapı boşluğu basık bir kemerle örtülür.

Mimari açıdan bakılırsa, kapı oldukça sadedir. Mermer kaplamanın yüksekliklerinin alt sıralarda daraldığı, üstlerde alıştırılmaların düzensiz olduğu derzlerin yatay olarak uzanmadığı görülür. Bu bakımdan kapının, ilk şeklini korumadığı kanısındayız. Mermer olmasına karşılık bu kadar sade bir kapı, yapının kitle anlayışıyla da uyuşmayıp, yama gibi duruyor. Çarşıya açılan doğu kapısı ise betonla desteklenmiş.

Deniz (kuzey) kapısından girişte, revaklara gelmeden, tekne, tonozla örtülü

(*) Avlunun doğusu 28.51, batısı 28.47, kuzeyi 21.80, güneyi 21.47 m. olup, dörgendir.

sağ ve soldaki iki girintinin, birer kemerle orta alana bağlandığı görülür. Soldakinin, arkaya 0,75/1,90 m. lik kapı ile bağlandığına bakılırsa burası, eşyaların içeri alındığı emanet bölümüdür. Sağ girinti, bu işlere bakan hana giriş çıkıştaki güvenliği sağlayan görevlilerin yeri olmalıdır.

Her odada girişe göre sol ara duvarda bir ocak ve bunun sağ ile solunda, değişik ölçülerde dolaplar bulunur. Köşelerdeki odalara, 45 derecelik dehlizlerle geçiliyor.

Giriş katında 27 oda vardır. Köşe odalar dışında bunların altısı doğuda, 7'si batıda, 6 sı güneyde ve 4 tanesi de kuzeydedir. Diğer bir tanesine kuzey-batı ucundaki odadan girilir. Kuzeye bakan kaldırım düzeyinde iki dehliz penceresi vardır. Dış kaplaması iki sıra ince yonu olup yüzleri silindirikdir. Zamanında denizin buraya kadar uzandığını gösterir bir görüntüsü vardır.

Avlunun ortasındaki kazı ile bir şadırvan tabanı bulunmuştur. Avluda, açıktan üst kata çıkan merdivenler bir tam ve bir yarım kemere oturmıştır. Deniz kapısında girişte sağdaki merdiven 19 basamak, karşı soldaki 21 basamaktır. Basamak yükseklikleri aynı değildir. Bütün Osmanlı han ve kervansaraylarında olduğu gibi bu yapıda üst kat odaların dışarıya pencereleri vardır. Bunun için revaklara pencere açılmaz.

Yapının restorasyonuna (revaklar için bir bakıma yeniden yapılması) başlandığı zaman revakları her iki kata yıkılmış bazı odaların üst örtüleri çökmüş çevresindeki evlere bağlantı kurularak bazı değişiklikler yapılmıştır. Bütün ahşap hatılları sökülmüş bulunuyordu. Deniz kapısından girişte sağdaki merdivenin açıldığı revak bölümü her iki katın bilgilerini sağladı.

1964 yılında, kervansarayın restorasyonuna başlandığında her yönünü evler sarmış idi. Kamulaştırma, onarımla paralel yürütüldü. Bugün çevresi tamamen açılarak otopark ve yeşil alan durumuna getirilmiştir. Dış yüzlerde dendan üstlerinin

Her kervansarayın çevresi birer ticaret merkezi halini almış ve yerel üretim ve kervan ihtiyaçları doğrultusunda uzmanlaşmıştır. Örneğin, Gaziantep'te ayakkabıcılığa önem verilmiştir.

yere yükseklikleri, ortalama 12.63 m. dir. 43.63x51.00m. dış ölçülü dış kütle; üst kat pencereleri, bunların tuğla kemerleri ve dolgu aynaları, dendanları, çörten ve savunma delikleri, derzlere gömülü olarak kullanılan tuğla kırıklarıyla bir ışık gölge ve renk ahengi kurmakta, ağır ve sıkıcı durmamaktadır. Özellikle deniz yönünden bakışta, bacalarıyla ve dendanleriyle yapı bir hareket ve hafiflik kazanmakta, Kuşadası'na bir özellik vermektedir.

Restorasyon çalışmaları tamamlandıktan sonra özel bir şahsa kiralanarak kervansaray, konaklama işletmesi olarak faaliyetini sürdürmektedir.

2. İzmir Çeşme Kanunî Kervansarayı

İzmir Çeşme Kanunî Kervansarayı, turistik konaklama işletmesi olarak kullanılmak üzere restore edilmiştir. T.C. Vakıflar Genel Müdürlüğü Abide ve Yapı İşleri Dairesi, vakıf eski eser fişlerinden kervansarayla ilgili aşağıdaki bilgiler ve restorasyon kararları Vakıflar Müdürlüğü'nden temin edilmiştir.

a) Eserin adı: Kervansaray

Bulunduğu yer: Eski cami mahallesi
Çarşı cad. No. 21

Yapıldığı tarih/ devri: 935 Hicri, XVI. yüzyıl

Binayı yapan: Ömer oğlu Ali Babuşçu

Mimari özellikleri: Çeşme kalesinin güneyinde bulunan kervansarayın 935 (Hicri) tarihinde Sultan Süleyman Oğlu Sultan Selim tarafından inşa ettirildiği, kitabesinden anlaşılmaktadır. Kervansaray kale planlıdır. İnşasında taş tuğla kullanılmıştır. Batı cephesinde yuvarlak kemerli bir kapıdan üstü açık avlusuna girilmektedir. Giriş dehliz şeklinde olup, üzerinde duvarlarının bugün kısmen ayakta kaldığı odalar mevcuttur. Kervansarayın ortasında bulunan avlunun etrafında iki katlı odalar mevcut iken, bugün sadece kuzey yöndeki üst kat odalarının beden

duvarlarının bir kısmı ile alt kattaki hayvan barınağı olarak kullanılan yuvarlak kemerli eyvanlar ve avlunun güney yönünde aynı şekilde iki eyvan kalmıştır. Doğu yöndeki iki kat tamamen yıkılmış durumdadır. Kuzey yöndeki ikinci kat kalıntılarından odaların kervansaray dış tarafına bakan yuvarlak kemerli birer pencerelerinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Avluda sonradan yapılmış olan ve bugün metruk durumda bulunan yağhane vardır. Kervansarayın cephesinde ve giriş kapısının her iki yanında belediyeye ait dükkanlar yer almaktadır.

Bugünkü durumu ile kervansaray harap durumdadır. Avlunun doğu revakı ve üst kat odaları tamamen yıkılmıştır. Kuzey-güney ve batı yönlerindeki alt kat eyvanları ve üst kat odalarının beden duvarları ayakta kalmıştır. Ön cephede belediyeye ait dükkanlar bulunmaktadır. Bölgenin önemli yapıtlarından biri olan kervansarayın ön kısmında dükkanların kaldırılarak cephesinin açılması lazımdır.

Sonuç: Restoresi gereklidir.

b) 1528 yılında Kanuni Sultan Süleyman tarafından Ömer Oğlu Ali Babuşçu'ya Çeşme kalesinin güneyinde yaptırılmıştır.

Sahilde bulunan kervansaray, karaya yakın iç avlu tarafından sıralanan iki katlı revak ve odalarla, ön kısmında dışa açılan tek katlı dükkanlardan oluşmaktadır. İçeride doğu yönünde kapalı ahır vardır. Bu yer şimdi kapalı lokanta olarak kullanılmaktadır.

İki katta toplam 31 oda ile önde beş dükkanı vardır.

Vakıflar Genel Müdürlüğü ön çalışmayı yaptıktan sonra yıkık ve harap durumda bulunan kervansarayın 1982 yılı sonunda turizm amaçlı onarımına başlamıştır.

Bu çalışmalar için:

1982 yılında 10.209.275TL.

1983 yılında 51.559.582TL.

1984 yılında 68.027.859TL.

Kervansarayların mimari ve kültürel özelliklerini kaybetmeden restore edilerek modernleştirilmesi ve uluslararası turistik tüketim ihtiyaç ve standartlarını karşılayacak şekilde değiştirilerek hizmete sunulmasının Türk turizmine çok olumlu katkıları olacağına inanmaktayız.

1985 yılında 25.158.315TL. olmak üzere

Toplam 154.955.031TL. harcanarak 64 yataklı ibr konaklama işletmesi haline getirilerek ülke turizminin hizmetine sunulmuştur.

Güneş enerjisi ile daimi sıcak suyu, her odada üç kanallı müzik yayını, soğuk odası, kapalı ve açık yemek yeri, yeşillendirilmiş avlusu bulunan Çeşmi Kanuni Kervansarayı vakıfların Türk turizmine bir katkısıdır.

SONUÇ

Bir ülkenin tarihi yapıları turistler için ilginç ve çekici özelliği olan yapılardır. Bu yapıları gezip görmek turist için ilginç olduğu kadar gittiği ülkenin kültürü ve medeniyeti hakkında bilgi edindiği için de önemlidir. Ancak, bu tarihi yapıların turistik açıdan değerlendirilmesi ve turizm faaliyetine katılımlarının sağlanması turistlere daha cazip geleceği ve onların memnun kalacağı, ülkeye de daha fazla döviz girdisi sağlayacağı kanısındayız. Kervansaraylar bugün için bir iki tanesinin dışında yıkık ve harap durumdadırlar. Bunların turizm açısından değerlendirilmesi turistlere ve ülkemize büyük faydalar sağlayacaktır. Ancak, bu yapıların konaklama işletmeleri olarak hizmete girebilmeleri için yapılacak gerekli uyarlamalarda yabancı pazarların kültürlerinin yani yaşam tarzlarının dikkate alınarak yapılması bu yapıların çağdaş, modern ve başarılı birer turistik konaklama işletmeleri olarak işlevlerini yerine getirmelerini sağlayacaktır.

Kervansarayların konaklama işletmeleri olarak kullanılması Türk turizminin bazı sorunlarına ışık tutacak ve önemli katkıları olacaktır. Bunları kısaca şöyle belirtebiliriz:

- Yatak kapasitesi arzının artmasına yardımcı olacaktır.
- Turizm belli bölgelerin tekelden

kurtarıp yurt dışında yayılmasına yardımcı olacaktır.

- Kıyı turizmi yayla turizmi v.s. şeklinde turizmin çeşitlenmesine ve özellikle mevsimlik niteliğinden kurtarıp yıl boyu süren bir faaliyet olarak yayılmasına yardımcı olacaktır.

- Mimari tarzı, sunulacak hizmet türü ve yönetmeleriyle Türk turizminin, Türk kültürünün yansımaya büyük ölçüde yardımcı olacağını düşünmekteyiz. □

KAYNAKÇA

ASLANAPA, Oktay, *Türk Sanatı II*. Başbakanlık Kültür Meştaşarlığı Yayınları, Devlet Kitapları, İstanbul, Milli Eğitim Basımevi, 1973.

AVCIOĞLU, Doğan, *Türkiye'nin Düzeni*, Cilt I, Ankara Bilgi Yayınevi, 1971.

CATERA, Philip R., ve John M. Hess, *International Marketing*, Richard D. Irwin, Inc., III. U.S.A. 1975.

EDMAN, Irwin, *Arts ve the Man, A Short Introduction to Aesthetics*, W.W. Norton Co. Ine. Publishers, New York, 1939.

OLALI, Hasan, *Otel İşletmeclliği ve Yönetimi*, Ege Üniversitesi, İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi Yayınları No: 64/34, İzmir, Ege Üniversitesi Matbaası, 1973.

ORTAYLI, İlber, "Devenin Taşıma Maliyeti Eğrisi Üzerine Bir Deneme", *Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 28, Mart-Haziran 1973, No: 1-2, Ankara, Sevinç Matbaası, 1974.

TUNCER, Orhan C., "Kuşadası Öküz Mehmet Paşa Kervansarayı", *Rölöve Restorasyon Dergisi*, Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara 1975.

TURAN, Osman, *Selçuklular Tarihi ve Türk-İslam Medeniyeti*, İstanbul Matbaası, İstanbul, s.1969.

TURAN, Osman, "Selçuk Kervansarayları", *Belleten*, Türk Tarih Kurumu, Cilt X, Sayı:39, Ankara T.T.Kurumu Basımevi, 1946.

ÜNVER, A. Süheyl, "Anadolu ve İstanbul'da İmaretlerin Aşhane, Tabhane ve Misafirhanelerine ve Müesseselerinin Ruhî Kemallerine Dair", *Tıp Fakültesi Mecmuası*, Yıl:4, Sayı:18, Kenan Basımevi, İstanbul, 1941.

USAL, Alpaslan, "Çağdaş Turizmde ve Yiyecek-İçecek Konaklama Hizmetlerinde Kervansaray, Han, Kale ve Hisarların Yeri", (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), İzmir, 1975.

Kervansarayların kurulmalarından sora doğanın, savaşların, kullanmanın ve zamanın yapacağı tahribata ve eskimeye karşı koruma amaçlı köklü önlemler alınmıştır.

1974 yılı öncesinde Kıbrıs'ta turizm sektörü..

MEHMET KIRAL

1974 öncesi Kıbrıs turizmini inceleyen 1960-1973 döneminin değerlendirilmesi doğru olacaktır. Çünkü 1960 öncesi İngiliz Müstemleke döneminde etkin bir turizm hareketinin var olduğu söylenemez. Kıbrıs adasında turizm hareketinin başlangıcının da 1960 yılı olarak alınması doğru olacaktır.

Akdeniz'in üçüncü büyük adası olan Kıbrıs, her dönemde olduğu gibi bu dönemde de müstesna imkânlarla sahiptir. Adanın 805 km'lik sahili şeridi ve devamlı değişiklik arzeden bir manzarası vardır. İklim şartları turizm açısından çok elverişlidir. Yıl boyunca ortalama 340 günü güneşli olan adada, aralık ayı ortalama minimum ısı 9°C, ağustos ayının ortalama en yüksek ısı ise 35°C'dir. Deniz suyu sıcaklığı ocak ayında ortalama 15°C, ağustosta ise 28°C'dir. Yıllık yağış miktarı bölgeden bölgeye değişmesine rağmen ortalama 49 cm'dir.

Adanın nüfusunun 1972'de 660 bin olacağı tahmin edilmişti. 1960 nüfus sayımında 573, 566 kişilik ada nüfusunun 441,656'sı Rum, 104,942'si Türk ve 26,968'i de azınlıklar olarak belirlenmişti.

1. Turizm adanın en hızlı gelişen sektörüydü

Turizm dış faktörlere karşı son derece hassas bir sektör olmasına rağmen, ne adanın siyasî kaderinin henüz tayin edilmiş olması, ne de Ortadoğu'ya yakınlığı bu sektörün Kıbrıs ekonomisi içinde en hızlı gelişen sektörlerden biri olmasını engellememiştir. 1961-1972 yıllarını kapsayan İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde turist girişlerinde %25.6'lık bir yıllık artış öngörüldüğü halde, gerçekleşen miktarın %27 olması bunun bir

delilidir. Aynı dönemde, planlanan turizm gelirleri yıllık artış ortalama %26.3 olduğu halde, gerçekleşme %30.3 oranında olmuştur. Tablo 1'de adanın bağımsızlığını ilân ettikten sonraki ilk yıl olan 1961'den itibaren adaya gelen yabancı sayıları ve bunlardan sağlanan gelirler görülmektedir.

1972'de turizm gelirleri görünmez kalemlerin %22'sinin üstünde gerçekleşmiştir ve bu miktar yerli ihracat gelirlerinin %42.5'ine eşittir. Aynı yılın perakende fiyatları ile hesap edilen toplam yerli üretimin %6.7'sine tekabül etmiştir. Tablo 2'den de anlaşılacağı gibi, 1971'e kadar adanın ihracat kalemleri içinde ikinci sırayı alan madenler oluyordu. Bu tarihten itibaren turizm, madenleri de aşarak ikinci sırada yer aldığı görülmektedir.

Kıbrıs, 1960'lardan itibaren genellikle Avrupa'dan gelen turistlere yönelik bir tatil beldesi özelliğini günümüze kadar sürdürmüştür. Tablo 3'den de görüleceği gibi seyahat amacı "tatil" olan turistler toplam turist girişlerinin hemen hemen %90'dan fazlasını oluşturmaktadır. İkincisi sırayı iş maksadı ile adaya gelen turistler almaktadırlar. Tablodan izleneceği üzere toplam turist girişlerinde 1964 yılında 1963'e oranla %81 oranında bir azalma vardır. Bu azalmanın nedeni 1963 Aralık ayındaki iki toplum arasındaki savaştan kaynaklanmaktadır. Yine 1974 Barış Harekâtından hemen sonra 1975 yılı rakamları da 1973'e oranla %82'lik bir azalma göstermektedir.

Rum-Yunan ikilisinin, ada üzerindeki bütün olumsuz hırçın tutumlarına rağmen turizm büyük bir süratle ilerlemeye ve yayılmaya devam etmiştir. Nitekim rakamlardan da görüleceği gibi 1960 ile 1973 yılları arasındaki dönemde adayı ziyaret eden turist sayısı 10 kat artmıştır.

ABSTRACT

THE TOURISM SECTOR IN CYPRUS BEFORE 1974.

This article examines the tourism in Cyprus before 1974. The analysis concentrates on the tourism activities from 1960 to 1973. The author states that in this period tourism sector gained in importance as well as they agricultural and industrial sectors which aimed to restructure the nature of the economy. The number of beds available for tourists was reached to 4000 in 1961, and the continued to increase to the total number of 11000 in 1973. Also, the author analyzed the tourist arrivals according to their source country and the level of tourism revenues and their proportion to export revenues.

Mehmet Kiral, East Mediterranean University, School of Tourism and Hotel Management, Gazimagusa, Turkish Republic of North Cyprus.

Mehmet Kiral: Lisans, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Makina Mühendisliği Bölümü (1973); yüksek lisans, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı (1995); Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'nda öğretim görevlisi.

2. Otelcilikte hızlı gelişim

Kıbrıs'ın bu dönemlerdeki yatak kapasitesi incelenecek olursa 1960'ta 3806 olan toplam kapasitesinin 1966'da 5437'ye, 1973'te ise 1966'ya oranla %283 artış göstererek 10796 yatağa yükseldiği görülecektir. (Tablo 4)

Otel ve diğer turizm tesislerinin yoğunlaştığı şehir, adanın başlıca tatil bölgesi olan Magosa'dır. Adanın toplam yatak kapasitesinin %50'den fazlası bu şehirde toplanmıştır. Sahip olunan yatak kapasitesi açısından Lefkoşe'nin bir özelliği de adanın iş merkezi durumunda oluşudur. Tamamen bir tatil bölgesi olan Gime süratle gelişmekte ve adanın ikinci büyük dinlenme merkezi olma yolundadır.

Kıbrıs Hükümeti'nin Gime üzerindeki politikası da bu gidişi teşvik edici mahiyettedir.

Kıbrıs'taki oteller genellikle 100-300 yatak kapasitesi küçük veya orta büyüklükte olmakla beraber, 70'li yılların başında büyük kapasiteli tesislerin kurulmasına önem verildiği görülmektedir. Nitekim herbiri, 1000 yataklı iki büyük kompleks 1972 sonlarında işletmeye açılmış olacaktır. Adadaki otellerin kaliteleri yıldız sayılarıyla ifade edilmekte olup, çoğu oteller üç veya dört yıldızlıdır.

Güney Kıbrıs'ın 1974 yılında, hemen Barış Harekâtı sonrası ise yatak kapasitelerinin 10796'dan 3880'e düştüğü görülmektedir. Turizmin ada ekonomisi ve sosyo-politik dış temaslar açısından öneminin bilincinde olan Rum Toplumunu, dünya devletlerinden almış oldukları madî ve manevî destekle 3880 olan yatak sayılarını 1994 yılında 75000'lere çıkarmayı başaracaklardı. Yatak kapasitelerindeki bu astronomik artış, dünya üzerindeki birçok tanınmış turizm ülkesindeki yatak artışını oran olarak geride bırakacak düzeydedir.

Haliyle, bu kapasite artışına paralel olarak, yıllık turizm gelirleri de büyük

artışlar göstermiştir. Nitekim 1961 yılında 16 milyon Kıbrıs Lirası olan yıllık turizm geliri (1 Kıbrıs Lirası ~ = 2. U. \$) 1973 yılında 74.4 milyon Kıbrıs Lirasına, 1986 yılında 250 milyon Kıbrıs Lirasına (497 milyon U.S. Dolar) ve 1990 yılında ise 625 milyon Kıbrıs Lirasına yani yaklaşık bir milyar 258 milyon U.S.Dolara yükselmiştir. (Bak. Tablo 6)

3. Ada turizminde İngiltere'nin yeri

Kıbrıs'a akan turist trafiğine uzun yıllar İngiliz ziyaretçiler hakim olmuştur. 1960'dan sonraki ilk on yıl içinde adanın turizm ürünü müşterilerinin, adeta, sadece İngilizlerden meydana geldiği söylenebilir. İngiltere'nin Kıbrıs'a turist gönderen başlıca ülke olmasının çeşitli tarihî, etnik ve ekonomik nedenleri vardır. 1960'a kadar Kıbrıs bir İngiliz kolonisi idi. Bu tarihte

Kıbrıs, 1960'lardan itibaren genellikle Avrupa'dan gelen turistlere yönelik bir tatil beldesi olma özelliğini günümüze kadar sürdürmüştür. Tablo 3'den de görüleceği üzere seyahat amacı "tatil" olan turistler toplam turist girişlerinin % 90'dan fazlasını oluşturmaktadır.

TABLE 1 : KIBRIS'A 1961-1973 YILLARI ARASINDA TURİST GİRİŞLERİ VE TURİZM GELİRLERİ

Yıl	Turist Girişleri(a)	Değişme yüzdesi	Turizm Gel. Milyon (b)	Değişme yüzdesi
1961	40,140	56,2	2.8(1)	21.2
1962	50,177	25.1	3.55	19.6
1963	74,619	48.5	4.3	28.3
1964	16,084	78.4	1.0	-76.7
1965	33,346	106.7	2.2	118.0
1966	54,114	62.7	3.6	65.1
1967	68,397	26.3	4.3	19.4
1968	88,492	29.0	5.8	34.9
1969	188,006	33.3	7.8	34.5
1970	126,580	7.2	8.1	3.8
1971	178,598	41.0	13.6	66.7
1972	228,309	27.8	18.7	39.7
1973	264,200	16.0	—	—

(a) Girişlerde excursionists (günübirlikçiler) trafiği dahil edilmemiştir. (b) Turizm gelirlerinde excursionists trafiği dahil edilmemiştir. Kıbrıs Lirası Kl şeklinde gösterilmiştir. 1 Kl = 1.25 U.K. STG, 1 Kl = 2.00 U.S. \$
KAYNAK : Kıbrıs Merkez Bankası, Kıbrıs Turizm Teşkilatı.

TABLO 2 : 1969 - 1972 YILLARI ARASINDA KIBRIS'TA TURİZM GELİRLERİNİN İHRACAT GELİRLERİ İÇERİSİNDEKİ YERİ

İhracat Gelirleri	1970	1970	1972	1972
Zirai Ürünler	19,227	19,486	24,102	26,181
Sanayi Mamülleri	5,278	6,250	8,248	9,763
Madenler	11,952	13,974	9,417	8,564
Turizm	7,800	8,100	13,600	18,700

KAYNAK : Kıbrıs Merkez Bankası; İstatistik ve Araştırma Şubesi
Not: 1 KL = 1.25 U.K. STG. - 2.0 U.S.

bağımsızlığına kavuştuktan sonra İngiliz Uluslar Topluluğu (Commonwealth)'nin bir üyesi haline gelmiş ve sterlin bölgesine katılmıştır. Ayrıca İngiltere ve Kıbrıs'ta yaşayan aynı etnik grupların bulunması ve adadaki İngiliz üslerinde görevli askerî ve sivil personelin varlığı turist trafiğinin bir diğer nedenidir.

TABLO 3 : YILLARA GÖRE KIBRIS'A GELEN TURİSTLERİN SEYAHAT AMAÇLARI (1960 - 1975)

Yıllar	Tatil	İş	Eğitim	Diğer	TOPLAM
1960	16821	7172	244	17	24254
1961	22139	15654	309	294	38396
1962	39129	8391	281	254	48055
1963	62443	7242	317	368	70373
1964	8998	3734	261	314	13307
1965	24346	5112	242	277	29977
1966	45804	5250	4	81	51139
1969	104289	13412	177	128	118006
1970	115876	10481	117	106	126850
1971	165854	12574	152	18	178598
1972	216778	10809	182	540	228309
1973	252342	11385	269	70	264006
1974	134253	12069	2	4154	15078

KAYNAK : Kıbrıs Merkez Bankası; İstatistik ve Araştırma Şubesi

1966'da İngiliz hükümeti dış seyahatlerle ilgili birtakım sınırlamalar getirmiştir. Ada bir sterlin bölgesi olması sebebi ile bu tarihten itibaren İngiliz halkı için bir turizm yöresi haline gelmiştir.

Adanın turizm konusundaki temel amaçlarından biri turist akımında çeşitliliği sağlamaktır. Bu politika 1970'lerde sonuçlarını göstermeye başlamıştır. 1967'de İngiltere'den adaya gelenlerin toplam turist sayısı içindeki payı %52.5 iken, 1972'de %43'e düşmüştür. Adaya yönelik turist trafiğindeki bu çeşitliliğin başlıca nedeni, Almanya ve İsveç gibi, iki önemli pazarın kazanılmasıdır. Tablo 7'ün tetkikinden anlaşılacağı gibi adaya gelen ziyaretçilerin ülkelerine göre dağılımında İngiltere birinci sırada, B.Almanya ikinci ve İsveç de üçüncü sırada yer almaktadır.

4. Kıbrıs Batı Avrupa için güneşli bir tatil yöresidir

Kıbrıs'a turist akımının gelecekteki gelişme seyri yukarıdaki tablodan da anlaşılmaktadır. Ada kuzeybatı Avrupa'daki başlıca pazarları için güneşli bir tatil yöresi olarak giderek önem kazanmaktadır. A.B.D.'den gelen turistlerin Ortadoğu ülkelerinde kalış süreleri çok kısa süreli olmaktadır. Bu kadarıyla bile ada turizmüne olumlu katkıları inkâr edilemezse de, bu konuda, en azından kısa sürede, önemli bir gelişme beklenmemektedir. Kıbrıs'ın Ortadoğu ülkeleri içinde farklı karakterde geniş bir turizm pazarı potansiyeli vardır. Bu ülkelerin ziyaretçileri daha ziyade alışveriş yapmak ve adanın dağ ikliminden yararlanmak için gelmektedir. 1970'lerde Ortadoğu'daki siyasi olaylar Kıbrıs'ın bu bölgedeki büyük potansiyelden yararlanmasını engellemiştir.

5. Ada için mevsim problemi önemini yitirmiştir

Kıbrıs'ta "turizm mevsimi" Mart ayı ortalarında Aralık sonuna kadar uzamaktadır. Batılı ziyaretçiler için ayrı bir

önemi olan Noel'in Aralık ayı sonlarına rastlaması, adada turizm mevsiminin yılbaşına kadar uzamasının bir başka nedendir. Fakat turist trafiğinin esas yoğun olduğu aylar Haziran, Temmuz, Ağustos devresidir. Bu yüzden, 1967-1971 yıllarını kapsayan İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın turizmle ilgili başlıca hedeflerinden biri, turist yoğunluğunu on aylık devre içine dengeli bir şekilde yaymak olmuştur. Bu işlemin özü itibarıyla uzun vadeli bir politikayı gerektirmesi, Üçüncü Beş Yıllık Plan'da da konu üzerinde önemle durulmasını sağlamıştır.

Turist yoğunluğunu Mart-Aralık arasındaki on aylık devreye dengeli şekilde dağıtma gayretlerinde oldukça başarı sağlandığı görülmektedir. Örneğin, 1970'de yıllık toplam ziyaretçilerin % 30.4'ü Temmuz-Ağustos devresinde gelmiş iken, 1972'de aynı devreye düşen yabancı turist daha dengeli bir dağılım gösteren B. Almanya ve İsveçli ziyaretçi sayılarındaki artışın sonucudur. Son birkaç yıl içinde adaya gelen turistlerin mevsim dağılımındaki değişim ile ilgili hususlar tablo 8'de görülmektedir.

"Mevsimlik" problemindeki düzelme, büyük ölçüde, izlenen pazarlama politikasının bir sonucudur. İngiliz turistlerden oluştuğu İsveç ve Alman pazarlarına açılmada gösterilen başarı, Kıbrıs'a olan turizm talebinin aylık dengeli dağılımında etkili olmuştur. Alman ve İsveç pazarlarındaki büyük potansiyelin ilerideki yıllarda adanın mevsimsel problemini giderici önde daha da etkili olduğu görülecektir. Tablo 9'da sözkonusu üç ülkeden 1971-1972 yıllarında Kıbrıs'a gelen turist sayılarındaki aylık değişimler görülmektedir.

Yukarıdaki tablodan bir yıl boyunca İngiliz turistlerin 1971'de %32.6'sının, 1972'de de %32.5'inin Temmuz-Ağustos devresinde geldikleri görülmektedir. 1971'de Almanya'dan gelenlerin %23.2'si, 1972'de ise %15'i bu iki aylık devreye

TABLO 4 : KIBRIS'TAKİ YATAK SAYISININ YILLARA GÖRE DEĞİŞİMİ

Bölgeler	1960		1966		1973	
	Yatak S.	%	Yatak S.	%	Yatak S.	%
Lefkoşe	993	26.1	1398	25.7	1735	16.1
Limasol	200	5.2	534	9.8	1212	11.2
Larnaka	44	1.2	71	1.3	283	2.6
Mağusa	457	12.0	824	15.2	4859	45.0
Girne	292	7.7	514	9.5	1369	12.7
Baf	116	3.0	122	2.2	280	2.6
Dağ	1704	44.8	1974	36.3	1058	9.8
TOPLAM	3806	110.0	5437	100.0	10796	100.

düşmektedir. 1972 Olimpiyatlarının Münih'te yapılmış olması %23.2'den %15'e gerilemenin bir nedeni sayılabilir. Diğer taraftan, İsveç'ten gelen turistlerin aynı devreye düşen yüzdeleri 1971 için %18.6, 1972 için ise %16.5 olmuştur.

8. Ziyaretçilerin adada ortalama kalış süresi

İstatistik ve Araştırma Departmanı'nınca 1972'de yapılan ziyaretçi araştırmasında, adaya gelenlerin %75.2'sinin tatil yapmak, %11'inin iş takibi, %9.4'ünün arkadaş ve akraba ziyareti ve %4.4'ünün de diğer amaçlarla geldiği anlaşılmıştır.

Aynı araştırmaya göre, 1972'de gelenlerin ortalama kalış süreleri 12.8 gündür. Bu ortalama sürenin geniş amaçlarına göre dökümü ise şöyledir: Ortalama kalış süresi tatil yapmak için gelenlerde 12.6 gün, arkadaş ve akraba ziyareti için gelenlerde 22.6 gün, iş münasebeti ile gelenlerde ise 7 gün olmuştur. İngiltere, Almanya ve İsveç pazarlarından gelen yabancıların diğer yabancı turistlere göre daha uzun süre kaldıkları görülmektedir. Bu üç ülke turistlerinin kalış sürelerine göre kendi aralarındaki sıralamada Almanya başta gelmekte, İngiltere ikinci, İsveç ise üçüncü sırada bulunmaktadır.

Rum-Yunan ikilisinin, ada üzerindeki olumsuz bütün olumsuz hırçım tutumlarına rağmen, turizm sektörü büyük bir süratle ilerlemeye ve genişlemeye devam etmiştir.

Sözkonusu araştırmaya göre, 1972'de Alman turistlerin ortalama kalış süresi 14.9 gün, İngilizlerin 14.9 gün, İngilizlerin 14.8 gün, İsveçlilerin ise 11.5 gün olmuştur.

7. Ziyaretçilerin otelde konaklama oranı

1972'de toplam ziyaretçilerin yarıya yakın kısmı Mağusa'da kalmıştır. Bu durum, bu dönemde Mağusa'nın adanın birinci tatil şehri olduğunu göstermektedir. Lefkoşa ve Gime ziyaretçilerin %19'unu misafir etmişti. Araştırmada ayrıca, toplam ziyaretçilerin %80'inin ortalama 11 gün süre ile otellerde kaldığı tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin %11.5'i arkadaş ve akrabaları ile, %7.8'i ise kat veya villa kiralamak suretiyle kalmıştır. Araştırmada konaklama türlerini tam olarak kapsayacak terimlere yer verilmediğinden, konaklama türleri ile ilgili kesin sonuçlar elde edilememiştir. Kıbrıs'ta otel dışı konaklama tesisleri o dönemlerde gelişmeye başlamıştır. Bunların başında, resmi sınırlardırılmaya tabi olmayan servisli veya müşterinin kendi hizmetlerini kendisinin gördüğü katlar veya apartmanlar gelmektedir. Adadaki otel dışı konaklama tesisleri ile ilgili tam ve kesin bilgiler yoktur. Araştırmada uzmanlar, piyasanın bu kesimi ile ilgili payın çok düşük olduğu varsayımından hareket etmişlerdir.

8. Ziyaretçilerin günlük ortalama harcama miktarı

Çeşitli ziyaretçi gruplarının ortalama kalış süreleri, aynı zamanda, bunların harcama şekillerini de ortaya çıkarmaktadır. 1972'deki bir araştırma, ziyaretçi başına ortalama harcama miktarının K.L. 82 olduğunu göstermiştir. Fert başına en fazla harcamada bulunanlar Alman ziyaretçilerdir. Fert başına toplam harcama Almanlar için K.L. 106, İngilizler için K.L. 90, İsveçliler için de K.L. 75'dir. Harcama şekilleri konaklama türüne göre de farklılık göstermektedir. Otellerde konaklayan zi-

yaretçilerin günlük ortalama harcamaları K.L. 7.6, kat veya villakiralayanların K.L. 5.4, arkadaş ve akrabaları ile kalanların ise K.L. 3.2 olarak tespit edilmiştir.

9. Kapasite fazlalığına doğru

1972-1976 yıllarını kapsayan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde, toplam yatak kapasitesinde mahzurlu bir gelişme öngörülmüştür. 1976 yılında 444 bin ziyaretçinin geleceği tahmin edilerek, 26700 yatak kapasitesine ihtiyaç duyulacağı hesap edilmiştir. Bu projeksiyonda, resmi planlamanın sadece otel türü konaklama kapasitelerini dikkate aldığı, diğer tamamlayıcı türleri ihmal ettiği anlaşılmaktadır. Daha önce belirtilen 2 bin yatak kapasiteli turistik katların İngiltere, Almanya ve İsveç'ten gelen turistlerce talep edilmekte olduğu ve bu talebin sözkonusu ülkelerde sağlanacak yeni akımlarca daha da artacağı kabul edilmektedir. Bu nedenle, beklenen turist trafiği 444 bin civarında gerçekleşse bile, 1976'da otel konusunda önemli bir atıl kapasite doğacağı görülmektedir. Bu durum, 1972'deki araştırma sonuçlarında tespit edilen ortalama kalış süresi ve otelde konaklama oranlarının düşmesi halinde daha mahzurlu bir görünüm alacaktır.

10. Otel yatırımlarında teşvik

Kıbrıs Hükümeti, turizm planlaması çerçevesi içinde yerli ve yabancı muhtemel yatırımcılara kolaylıklar göstermekte ve bunları teşvik etmekteydi. Bunlar esas olarak, devletin uzun vadeli ve düşük faizle verdiği kredilerdi. Diğer taraftan, Kıbrıs Kalkınma Bankası da otel ve diğer turizm yatırımları konusunda kredi veren bir kuruluştur. Söz konusu muhtemel yatırımcılara devletçe gösterilen en önemli kolaylık hazine arazisinin kiralanmasıdır. Bu kiralamalar, turizmde öncelikli yörelerde 99 yıla kadar olabilmektedir. Ayrıca oteller için gerekli araç-gereç ve mobilyanın gümrüksüz ithaline de izin ve-

1974 yılından önce, otel ve diğer turizm tesislerinin yoğunlaştığı şehir, adanın başlıca tatil bölgesi olan Mağusa'dır. Adana toplam yatak kapasitesinin % 50'den fazlası bu şehirde toplanmıştır.

ilmektedir. Nihayet, yabancı otel personelinin Kıbrıs'ta çalışmasına izin verilmesi sözkonusu kolaylıkların bir diğeridir.

11. Vasıflı personel açığı

Kıbrıs turizm sanayiinin karşılaştığı en önemli sorunlardan biri vasıflı otel personeli açığıdır. Bu problem, 70'li yıllarda artan yatak kapasitesine paralel olarak, daha da ciddi bir hale gelmiştir. Faal nüfus içindeki işsizlik oranı 1971'de %1.1 iken, 1972'de %1'in de altına düşmüştür. Adada otelcilik eğitimi yapan dört kuruluş bulunmaktaydı. Bunlardan biri, 1969'da Lefkoşa'da Kıbrıs Hükümeti ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programınca kurulan Otelcilik ve Yiyecek Yönetimi Enstitüsü, diğer üçü de devletin mesleki otelcilik okullarıydı. Bunların dışında özel mesleki otelcilik okulları da vardı. Bu okulların varlığı vasıflı personel açığı bulunduğunun bir delili olarak değerlendirilebilir. Diğer taraftan, bu özel otelcilik okulları üzerinde devlet kontrolü olmamasından ötürü, standartın düşük olduğu söylenmektedir. Bir ülkede otel kapasitesi yoğunluğu yüksek standartlarda ise, yeterli vasıflı işgücü arzının hayati önem taşıyacağı açıktır. Vasıflı personel ve kaliteli servis, turizm ürünü için ana unsurlar olan, doğal ve kültürel özellikler kadar önemlidir.

12. Vasıflı personel açığı

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda, 1976'ya kadar Kıbrıs otelcilik sanayii için gerekli insan gücü ihtiyaçlarının 6700 kişilik ek personelle giderilebileceği belirtilmiştir. Halbuki, 1976 yılına kadar resmî ve özel otelcilik okullarının sadece 1527 kişiyi eğitebileceği görülmekteydi.. Geriye 5 bin küsur eleman açığı kalmaktaydı. İşbaşında eğitim yöntemi ile bu kadar kişinin eğitilmesinin imkânsızlığı da ortadadır. Bu şartlarda, planlanan otel kapasitesine ulaşılması halinde, kritik bir

durumda olan vasıflı personel yetersizliği daha olumsuz boyutlara ulaşacaktır. Bu sayıca az personelin yönetiminin güçlüğü ve neden olacakları ücret şişkinlikleri gibi, personel açığı probleminin diğer önemli sakıncaları; otellerde hizmet kalitesinin düşmesi, yatırımların daha düşük kaliteli otellere doğru yönelmesi ve self-servis hakim olacağı turistik kat sayılarının artması şeklinde olacaktır. Devlet turistik katlar ve diğer konaklama tesislerinin daha fazla yapılmasını önlemek arzusunda olmasına rağmen, sözkonusu vasıflı personel açığı ve bunun getireceği ücret problemleri nedeniyle, yatırımlarla ilgili herhangi bir önleyici tedbir alamamaktaydı.

İşgücü temini ve eğitimi üretim planlaması içinde özel bir öneme sahiptir. Bu işlemin pazarlama ile ilgili bütün hususlar üzerinde etkili olması, bir turist beldesi olan Kıbrıs açısından daha da önemlidir. Bu sorun ilerideki yıllarda sendikalar, sanayi ve hükümetçe acilen ele alınacak konular arasında olacaktır.

13. Üçüncü beş yıllık planda turizmle ilgili hedefler

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, turist ve günübirlikçi (excursionist) trafiğinin, turizm harcamalarını arttırmayı, ziyaretçilerin ortalama kalış sürelerini uzatmayı, turizm mevsimini on aya çıkararak mevsimlik problemini düzenlemeyi hedef almıştır.

Turist girişlerinde ise, asgari %20'lik bir yıllık artış ve buna paralel olarak gü-

Turizmin ada ekonomisi ve sosyo-politik dış temaslar açısından öneminin bilincinde olan Rum Toplumu, dünya devletlerinden almış oldukları maddi ve manevi destekle 1974'te 3880 olan yatak kapasitesini 1984 yılında 75000'lere çıkarmayı başaracaklardı.

TABLO 6 : KIBRIS CUMHURİYETİ VE GÜNEY KIBRIS'IN TURİZM GELİRLERİ (1961 - 1990)

Yıllar	Turizm Geliri (Milyon Dolar)
1961	32.0
1973	150.0
1986	497.0 (Güney Kıbrıs)
1990	1.258.0 (Güney Kıbrıs)

TABLO 7 : KIBRIS CUMHURİYETİ'NE GELEN YABANCILARIN ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI

Ülkeler	1970		1971		1972	
	Turist	%	Turist	%	Turist	%
İngiltere	60052	47.2	78062	43.7	98136	43.0
Almanya	2864	2.2	10193	5.8	1948 ^a	8.6
İsveç	2870	2.3	5410	3.0	15599	6.8
A.B.D.	10401	8.2	13880	7.8	15177	6.6
Yunanistan	9305	7.3	12327	6.9	12816	4.5
Lübnan	8995	7.1	10708	6.0	10392	4.5
İsrail	3814	3.0	7957	4.4	8322	3.6
Diğerleri	28279	22.7	40061	22.4	48379	21.3
TOPLAM	126580	100.0	178598	100.0	228309	100.0

KAYNAK : İstatistik ve Araştırma Şubesi, Kıbrıs Türk Teşkilatı.

nübirlikçilerde de %8'lik bir artış öngörülmüştür. Aynı devrede, turizmden beklenen yıllık gayri safi gelir artışı %25.2 olarak hesap edilmiştir. Turist girişleri ve turizmden sağlanacak gelirlerle ilgili hedefler tablo 10'da gösterilmiştir.

Planda öngörülen hedeflerin gerçekleşmesi, Kıbrıs'ın turist pazarlarını etkileyen petrol krizinden sonra, daha da şüpheli görülmektedir. 1973'de bu alanda sağlayan gelişmenin %16'da kalması, planlanan %20'lik hedefin altına düşüğünü göstermektedir. Söz konusu krizin bütün sonuçlarını önceden tahmin etmek kolay olmamakla beraber, turistik ürününün fiyatını yükseltebileceğini söylemek mümkündür. Bu durum kaşısında, bütün Akdeniz ülkeleri gibi Kıbrıs'ın da hedefi, 1973'deki turist trafiğini 1974'de muhafaza etmek ve 1975'de makûl bir oranda artış sağlamak olacaktır.

14. Pazarlama politikası

Bu dönemlerde Kıbrıs'ta pazarlamaya verilen önemin çok az olması nedeniyle, Kıbrıs Turizm Organizasyonu'nun do-

küman ve yayınlarından genel planlamada faydalanılmadığı dikkati çekmektedir. Bu konuda zaten sınırlı olan araştırmaları da turizmin geliştirilmesi konusunda hükümetçe değerlendirilmediği görülmektedir. Bu gerçek, 1976 yılı için projekte edilen otel kapasitesi konusunda kendini açıkça göstermiş ve planlanan hususların tutarsızlığı, 1972 yılında yapılan ziyaretçi araştırmasında ortaya çıkarılmıştır. Sonuç olarak, bu alandaki ürün planlaması pazar bölüşümü temeline göre yapılmamıştır. Turizmle ilgilenen herkeste ve özel sektörde bu alanda her şeyin devletten geleceğine dair yaygın bir kanaat yerleşmiştir. Kıbrıs o zamana kadar satıcı piyasasının şartlarından yararlanmakta idi. Uluslararası turizm pazarına girişin ilk devrelerine has olan, kısa sürede talebin arzı aşması halinde olduğu gibi. Fakat şartlar süratle değişmekte ve piyasa "satıcı piyasası" olmaktan "alıcı piyasası" na dönüşmektedir. Bu yüzden, alıcı hakimiyetinin arttığı her piyasa için olduğu gibi, Kıbrıs turizmi için de pazarlama anlayışını benimseme gerekliliği doğmuştur. Hedef alınacak belirli pazar kesimleri tespit edilmeli ve mamuller gözden geçirilmelidir. Satışların teşviki, reklamcılık, halkla ilişkiler ve diğer pazarlama araçlarını kavrayacak etkin bir bilgi akış sisteminin geliştirilmesi gerekli görülecektir.

15. Londra ve Frankfurt'daki turizm büroları yeterli değildir

1970 başlarında ada dışında iki Kıbrıs Turizm Bürosu bulunmaktadır. Bunlardan biri 1967'de Londra'da, diğeri 1969'da Frankfurt'ta açılmıştır. Stockholm ve Paris'te enformasyon büroları açılması için çalışmalar yapılmasına rağmen, 1969'dan bu yana dışarıda herhangi bir turizm bürosu açılmamıştır. Bu yeni bürolar Londra ve Frankfurt'takiler kadar muntazam donatılmayacaklardır. İsveç pazarında işler halde bir turizm bürosunun bulunmama-

Ada'nın turizm konusundaki temel amaçlarından biri, turist akınında çeşitliliği sağlamaktır. Bu politika 1970'lerde sonuçlarını göstermeye başlamıştır.

sına rağmen, başarılı olduğu bir gerçektir. Fakat turizm bürolarından beklenenin, sadece ülkesine gönderdiği turist sayısını o an için azamiye çıkarmak olmayıp, ileriye dönük gelişmelerle ilgili her türlü bilgiyi aktarmak olduğu düşünülürse, turizm bürolarının artırılması çabalarının yerinde olduğu kabul edilecektir.

19. Fransız pazarı ada turizmi için olverişli değildir

Yeni enformasyon bürosunun Paris'te açılmak istenmesi, Kıbrıs'ın Fransız turist piyasasını elde etmeye çalışmasının bir işareti idi. Fakat temel amacın turizm mevsimini uzatmak, dolayısıyla mevsimlik probleminin çözümü getirmek olduğu dikkate alınır, adada turizm sanayiinin geliştirilmesi açısından çok hassas olan bu devrede Fransız pazarına açılma arzusu uygun görülmemekteydi. Kıbrıs turizminin büyük ölçüde hava trafiğine dayanması, diğer taraftan Fransa'nın uçakla yapılan paket turlar açısından diğer Avrupa ülkeleri kadar önemli olmaması, bu ülkenin ada turizmi için önemli bir pazar sayılmayacağını göstermekteydi. Diğer taraftan, Fransızların seyahat motiflerinin son derece mevsimlik oluşu, kitle halinde çıkışların adaya en fazla turist gittiği aylar olan Temmuz–Ağustos'a rastlaması da, Fransız pazarının önemini azaltan bir husustur. Fransız Millî İstatistik ve İktisadi Araştırmalar Enstitüsü (INSEE)'nün araştırmalarına göre, 1974'de Fransız turistlerin 2/3'ü ülke dışına Temmuz sonları ve Ağustos başlarında çıkmışlardı.

17. Pazarlama bütçesinin yetirsizliği

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda, ada turizminin tanıtılması, geliştirilmesi ve diğer faaliyetler için 850 bin Kıbrıs Lirası harcanması öngörülmüştür. Bu miktar halen Kıbrıs Turizm Organizasyonu'na yıllık pazarlama bütçesi olarak tahsis edilen 170 bin Kıbrıs Lirasının beş yıllık toplamına eşitti. Kıbrıs Turizm

Organizasyonu otellerde geceleme ücretleri üzerine yaptığı bir ilâve ile ziyaretçilerden bir nevi vergi tahsil etmektedir. Organizasyon bu yolla yılda sağladığı 100 bin Kıbrıs Liralık ek gelire rağmen, turizmi geliştirme faaliyetlerine yeterince eğilememiştir. Kıbrıs Turizm Organizasyonu'nun pazarlama bütçesi, gerekli sayıda bütün ülkelerde, Kıbrıs turizmini tanıtıcı faaliyetlere yetmemektedir. Diğer taraftan adanın mevcut turizm pazarlarında turizm pazarlamasının yeni özelliklerini de içine alacak ve rakip yörelerin rekabetini etkisiz hale getirecek harcamalar gerekmektedir. Yeni pazarlara açılmak için sözkonusu devrede (1972–1976) ağır masraflara katlanma zorunluluğu vardı. Planda öngörülen pazarlama bütçelerinde bu iki önemli husus dikkate alınmamıştır.

18. Tur fiyatlarının kontrolünün salıncaları

İngiltere'den paket turlar için tespit edilen taban fiyatlarının iptalini takiben Kıbrıs Hükümeti, havacılık ulaşım sistemi içinde benzer fiyat kontrolleri getirerek tur fiyatlarını yüksek tutma girişimlerini sürdürmüştü. Tur operatörleri açısından kazancın bölünmesini engellemeye yönelik bu fiyat kontrolleri, sadece İngiltere'den yapılan turlara uygulanmaktaydı. Her iki yönde de büyük sayıda etnik gruplar seyahat etmekte olduğundan, İngiltere–Kıbrıs hattı Kıbrıs Havayolları ve İngiliz Havayolları için oldukça kârlıdır. Asgari tur fiyatlarının kontrolünü temel nedeni, İngiltere'den yapılan tur fiyatlarının suni olarak yüksek tutulmasıdır.

Bu politikanın pazarlanı ile ilgili neticeleri; adayı kış turizmi için olduğu gibi, büyüyen kısa süreli tatil pazarından ve genellikle İngiltere'den gelmesi muhtemel kongre turizminden mahrum bırakmak şeklinde olmuştur. İngiltere'de yaygınlaşmış bulunan tur operatörlüğü büyük ölçüde dikey entegrasyona gitmiş durumdadır. Tur operatörlüğü ve charter düzenlemeleri

Kıbrıs Hükümeti, turizm planlaması çerçevesinde yerli ve yabancı muhtemel yatırımcılara kolaylıklar göstermiş ve teşvik etmiştir. Bu teşvikler genelde, devletin uzun vadeli ve düşük faizli verdiği kredilerdir.

genellikle aynı ellerde olduğundan, ya Kıbrıs'ı hiç seçmemekte veya çok küçük oranlarda tercih etmektedirler.

19. Mağusa'nın fiziksel planlamasında sorunlar

Kıbrıs'ta etkili bir yerleşme planlamasının yapılabilmesi konusunda ciddi mevzuat eksikliği vardır. Bunun sonucu olarak fiziksel planlama kontrolsüz bir şekilde yürütülmektedir. Bu gidişin sakıncaları turizm alanında daha açık görülmektedir. Kıbrıs Hükümeti'nce şehir ve köy planlama kanununun hazırlanması ve Nottingham Üniversitesi İşbirliği ile üç yıllık (1967-71) ada fiziksel gelişme planı, bölgesel (şehir) planları ve bölge prejelelerini kapsayan bir çalışmaya girilmişse de, plansız gelişmenin çok belirgin şekillerinden bazılarını bile önlemek mümkün olamamıştır. Bu kötü gidişin en belirgin örneği olarak Mağusa'nın gelişmesi gösterilebilir.

Kıbrıs Hükümeti'nin 1974 başlarında Mağusa'da Maraş Bölgelerinde Golden Sands (Altın Sahili) kompleksi içinde ilâve 1000 yatak için 3 milyon Kıbrıs Liralık bir harcamayı öngörmüş olması, söz konusu yanlış gidişin bir başka örneği olarak göze çarpmaktadır. Eğer halktan toplanarak oluşturulan fonların daha yerinde harcanması ihtimali söz konusu olsaydı, ne seçilen zaman ne de yer doğru kabul edilemezdi. Birçok uzmana göre, Maraş'ta mevcut plaj imkanları dikkate alındığı takdirde, yatak kapasitesi açısından fazlasıyla gelişmiş bulunmaktaydı. Buna ek olarak, uygulanan fiziksel planlama sonucu yüksek otellerin ve blok apartmanların plajlara çok yakın inşa edilmiş olması, şehrin diğer kesimlerinin denizden yararlanma olanağını adeta ortadan kaldırdığı için turizm açısından diğer bir çok sakıncanın nedeni olmaktadır. Mağusa'nın kanalizasyon problemini bile çözülmeden bu şekilde bir gelişme göstermesi,

Akdeniz sahil şehirlerinin belirgin bir özelliğidir. Böyle bir gelişme, gerek yerli halk, gerekse turistler için aynı ölçüde rahatsız edicidir. Lefkoşa ve diğer çevreden gelen günübirlikçiler yüzünden daha da güçleşen Mağusa halkının dinlenme ihtiyaçlarının dikkate alınmadığı görülmektedir.

1972 yılında adaya gelen turistlerin %49.6'sı Mağusa'da kalmıştır. Aynı yıl yapılan bir araştırmada, gelen turistlerin tekrar Kıbrıs'a gelmeleri halinde Mağusa'da konaklayacaklarını belirtenlerin oranı %43.5'tir. Diğer taraftan, Mağusa'ya kıyasla daha az gelişmiş olan Gime'ye gelecek turistlerin oranında bir artış olacağı görülmekteydi. 1972'de Gime'de konaklayan turistlerin ada toplamı içindeki payı %18.5 olduğu halde, sözkonusu araştırmadan anlaşıldığına göre aynı turistlerin tekrar gelişlerinde %31'i Gime'yi seçecektir. Bu oranlar kesin bir gösterge olmamakla beraber Mağusa turizminin geleceği açısından fikir verebilecek niteliktedir. Gerek yerel otoritelerin, gerekse turizm sanayicilerin fikirbirliği ettikleri husus yerli halkın yabancılaşmasını önlemek gereğidir. Bu anlayış birliği, aşırı kalabalıklaşma ve düzensiz gelişmeni ortaya çıkardığı huzursuzlukların yığılması sonucudur. Yerli halkın (turizm konusunda takip edilecek politikalarda) anlayış birliği içinde olması, sağlıklı bir turizm sanayiinin kurulabilmesi için başlıca unsurdur.

20. Gelişen turizm merkezleri

1970'li yıllarda geliştirilen konaklama kapasitelerinin büyük kısmının Mağusa'da toplanmış olmasına rağmen, birkaç mil kuzeydeki Salamis'te yeni bir tatil yöresi geliştirilmiştir. Son yıllarda burada da önemli yatak kapasitelerine ulaşılmıştır. Yeni turizm gelişme merkezleri halen adanın üç ayrı yerinde belirmiş durumdadır. Limasol, mevcut kapasitesine biri lüks, diğeri dört yıldızlı iki otelle 700 yeni

1970 yılı başlarında ada dışında iki Kıbrıs turizm bürosu bulunmaktadır. Bunlardan biri 1967'de Londra'da, diğeri de 1969'da Frankfurt'ta açılmıştır.

yatak eklenmiştir. Adanın güney sahilindeki Lamaka ve batı ucundaki Baf 1974'de dört yıldızlı birer otele kavuşmuşlardır. Lamaka'da inşa edilen ve 130 civarında küçük yatı barındırabilecek bir liman, bu merkezde turizmin gelişmesinde önemli ölçüde etkili olacaktır.

SONUÇ

1. Kıbrıs ekonomisini yeni bir bünyeye kavuşturma çalışmalarında, tarım ve sanayi ile birlikte üç ana sektörden biri olarak turizme özel bir önem verilmiştir. 1961'de ancak 4 bin civarında olan toplam otel yatak kapasitesi 1973'te 11 bine ulaşmıştır. Ayrıca diğer konaklama tesisleri de 2 bin yatak kapasitesine sahiptir.

2. Adanın siyasi kaderi ve bir ölçüde de Ortadoğu'ya yakınlığı dolayısıyla, sık sık ortaya çıkan problemlerine rağmen, turizm, gelen ziyaretçiler ve sağlanan gelir açısından çok tatminkâr bir gelişme göstermiştir.

3. 1960'larda Kıbrıs adeta İngiliz turistlerin tekelinde idi. 1970'lerden itibaren turist trafiğinde farklılaşma görülmeye başlamıştır. Bu tarihler Alman ve İsveç pazarlarında adanın söz sahibi olmaya başladığı devrelerdir. İçinde bulunulan on yılda Batı Avrupa'daki yeni pazarlara açılmak suretiyle, sözkonusu trafik farklılaşmasının daha da artacağı görülmektedir.

4. Kıbrıs'ta "turizm mevsimi" normal olarak sekiz ay civarında idi. Son gelişmelerle bu süre on aya çıkmıştır. Bu sürenin uzaması ve mevsimlik probleminin önemini yitirmesi turizmle ilgili hedefler doğrultusundaki gelişmelerdir. Bu hususların gerçekleştirilmesi büyük ölçüde pazarlama stratejisine bağlıdır. Turizm mevsiminin uzatılması ve mevsim probleminin çözümü pazarların seçimi ve hangilerinin geliştirileceği konusu ile il-

gilidir. Pazarların seçimi ve bu pazarlardan hangilerinin geliştirileceği hususları turizm mevsiminin uzatılması ve mevsim probleminin çözümünde başlıca etkenlerdir.

5. 1971-1976 yıllarını kapsayan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, turist girişlerinde yılda %20'lik, turizm gelirlerinde ise %25'lik bir artışı öngörmüştür. Daha 1973'te turist girişleri bakımından plan hedeflerinin altına düşülmüştür. Avrupa'daki enerji krizi ve İngiltere ekonomisinin genel durumu Kıbrıs'ın turizm sanayiini olumsuz yönde etkilemiştir. Petrol krizinin yarattığı sonuçları kesin rakamlarla ifade etmek güçtür, fakat Kıbrıs'ın Akdeniz'deki diğer turizm yöreleri gibi turist girişlerinde en azından 1974-1975 kısa döneminde düşüş görülecektir.

6. Kıbrıs'a olan turist akımındaki görülen yavaşlama yeni pazarlara açılmayı zorunlu hale getirmektedir. Danimarka, Batı Avrupa ülkeleri, İsviçre ve Fransa sistemli bir şekilde pay alınması gereken potansiyel pazarlardır.

7. Kıbrıs'taki genel fiyat enflasyonu kadar petrol fiyatlarının neden olduğu maliyet artışları, yetkilileri birçok pazar için Kıbrıs'ı cazip halden çıkaracak olan uçak "fiyatlarını ayarlamak" zorunda bırakmıştır.

8. Rum Yönetiminin 1972'de kendi parasını (Kıbrıs Pound'u) Sterline göre ayarlama kararına müteakiben, sterlin önemli ölçüde bir değer kaybına uğramış ve Kıbrıs Pound'u ise %18'lik bir değer artışı görmüştür. Bu devalüasyon sonucu, Kıbrıs'a gelen İngiliz turistlerin satın alma güçlerindeki önemli kaybın İngiltere'den Kıbrıs'a yöneltilen trafiğin yoğunluğundan olumsuz etkileri görülmeye başlanmıştır. İleriki yıllarda Kıbrıs'ın turizm sanayiini geliştirmek amacıyla döviz kurlarını veya tur fiyatlarını yeniden gözden geçirmesi gerekecektir.□

Kıbrıs ekonomisi yeni bir bünyeye kavuşturma çalışmalarında, tarım ve sanayi ile birlikte üç ana sektörden biri olarak turizme özel bir önem verilmiştir. 1961'de ancak 4 bin olan yatak kapasitesi, 1973'te 11 bine ulaşmıştır. Ayrıca diğer konaklama tesisleri de 2 bin yatak kapasitesine sahip olmuştur.

Gelişen turizm etkinlikleri ve mavi bayrak uygulaması

DR. TURHAN İSTANBULLU
CIHAN ERDÖNMEZ

GİRİŞ

Turizmin önemi, bir yandan sıkıcı yaşam ortamlarında bunalan bireyler ve genel olarak toplum açısından artmakta, öte yandan, ulusal ekonomiye getirdiği katkılar açısından gelişmektedir. Temelinde tamamı doğal kaynaklara dayanan maddesel üretim biçimleri, sözkonusu kaynakların azalması ve bozulması nedeniyle, ister istemez kendi kendini frenleme zorunluluğu ile karşı karşıya kalmıştır. Bu durumda, hizmet üretimi içerisinde önemli ve öncelikli bir yere sahip olan turizmin öneminin artmaya devam etmesi de kaçınılmazdır.

Olayı, gelişmiş ülkelerle aralarında oluşan toplumsal farkları hızlıca kapatma amacı güden az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler açısından ele aldığımızda, daha da hassas bir durumun ortaya çıktığı rahatlıkla görülür. Zira, global bazda oluşmuş bulunan çevresel kaygılar, bu tür ülkelerin, ellerindeki doğal kaynakları sömürürcesine kullanmalarına olanak tanımaktadır. Aynı biçimde, tutarsız ve plansız sanayileşme modelleri de artık geçerliliğini yitirmiştir. Aslında doğru olan da budur.

Bu kapsamda ele alındığında, turizm, global boyutta paylaşılmaya açık, büyük ve önemli bir pazar konumunu güçlendirmektedir. Uluslararası Turizm Örgütü (WTO) Genel Sekreteri A. Enriquez Savinnac'ın bu konuyla ilgili şu sözleri hayli dikkat çekicidir: "2000'li yıllarda, turizm anlam ve yapı olarak önemli değişimlere uğrayacaktır. Politika belirleyiciler ve turizmciiler kendilerini şiddetli bir yarışın içerisinde bulacaklardır, çünkü tüketiciler, gelişen global turizm pazarı hakkında daha

fazla bilgi sahibi olmakta ve daha fazla talepkar hale gelmektedir."

Hemen hatırlatmakta yarar olan bir nokta da şudur; turizm, bir hizmet üretimi dahi olsa, doğal kaynaklarla son derece yakından ilgili bir sektördür. Bu nedenle de, turizmin sınırsız bir gelir kapısı olduğu zannedilmemelidir. Ekoloji bilincinden giderek geliştiği ve yaygınlaştığı, hatta ekolojinin köktenci bir yaklaşımla ele alınıp "derin ekoloji" (Henderson 1990), gibi yeni kavramların ortaya atıldığı bir zamanda, doğayı ve doğal kaynakları hiçe sayan bir turizm anlayışının başarıya ulaşması olanaklı değildir.

Bütün bunların ışığında, turizmin uluslararası platformda katettiği gelişmelerin yakından izlenmesi ve ulusal çerçevede bunlara uygun politikaların belirlenerek uygulamaya sokulması zorunlu hale gelmiştir.

Dünyada ve Türkiye'de turizm

Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) yayınladığı rakamlar, turizmin genel seyri hakkında birtakım fikirler vermektedir. Şöyle ki; 1992 yılında tüm dünyada seyahat eden turist sayısı 500 milyon kişidir. Bu rakam, bir önceki sene % 5.5 oranında gerçekleşen yıllık artışın, % 3.8'e düştüğünü göstermektedir. Ancak buna rağmen, toplam turizm gelirlerinde bir önceki yıla göre % 9'luk artış gerçekleşerek, 300 milyar Amerikan Doları civarında bir rakam elde edilmiştir. WTO tahminlerine göre, dünyadaki toplam seyahat eden turist sayısı 2000 yılında 661 milyona, 2010 yılında ise 937 milyona ulaşacaktır.

Tablo 1'de dünyadaki toplam turistik

ABSTRACT

DEVELOPING TRENDS OF TOURISM ACTIVITIES AND THE BLUE FLAG REGULATION

Tourism development became one of the modern economic development priorities in the world in recent years. The development of a tourism infrastructure to provide accommodation, accessibility and facilities for the tourists have a direct impact on the environment and historical values. A sustainable tourism approach requires that these tourist attractions have to be preserved to maintain the quality of them. The Blue Flag as a regulation was introduced by European Community in 1987 to protect the environment and to establish the standards. This article aimed to assess this regulation thoroughly and suggested that the important decisions had to be taken after a serious analysis of it.

Turhan İstanbullu - Cihan Erdönmez, İstanbul University Faculty of Forestry, İstanbul, Turkey.

Prof. Dr. Turhan İstanbullu ve Cihan Erdönmez, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesinde öğretim elemanıdır.

TABLO:1 - DÜNYA'DA TURİST GİRİŞLERİNİN ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI

SIRA 1992	ÜLKE	GELEN TURİST SAYISI (000)		SIRA 1985	YILLIK ARTIŞ ORANI 1985 - 1992	DÜNYA TURİZMİ İÇİNDE PAYI	
		1992	1985			1985	1992
1	FRANSA	59.590	36.748	1	7,15	12,37	11,15
2	ABD	44.647	25.417	3	8,38	9,27	7,71
3	İSPANYA	39.638	27.477	2	5,37	8,23	8,34
4	İTALYA	26.113	25.047	4	0,60	5,2	7,60
5	MACARİSTAN	20.188	9.724	11	11,00	4,19	2,95
6	AVUSTURYA	19.098	15.168	5	3,35	3,96	4,60
7	İNGİLTERE	18.098	14.49	6	3,62	3,85	4,38
8	MEKSİKA	17.271	11.907	9	5,46	3,59	3,61
9	ÇİN	16.512	7.133	12	12,74	3,43	2,16
10	ALMANYA	15.147	12.686	8	2,57	3,14	3,85
11	KANADA	14.741	13.171	7	1,62	3,06	4,00
12	İSVİÇRE	12.800	11.900	10	1,05	2,66	3,61
13	YUNANİSTAN	9.331	6.574	13	5,13	1,94	1,99
14	PORTEKİZ	8.989	4.989	14	8,66	1,85	1,48
15	ÇEKOSLAVAKYA (E)	8.000	4.869	15	7,35	1,66	1,48
	DÜNYA	481.672	327.634		5,57	100,00	1000,0

KAYNAK : Dünya Turizm Örgütü(WTO)

hareketlerin ülkelere göre dağılımı izlenebilmektedir.

İlk onbeş ülkeyle ilgili rakamların yer aldığı tablodan da anlaşılacağı gibi, en çok turist çeken ülkeler sıralamasında, 59 milyon 590 bin turistle Fransa birinci durumdadır. Öte yandan, 1985-1992 yılları arasında, yıllık ortalama % 12.74 ve % 11.00'lik artış oranlarıyla Çin ve Macaristan'ın uluslararası turizm piyasasında hızlı bir gelişme gösterdikleri görülmektedir. Bu ülkeleri, Portekiz ve ABD gibi ülkeler izlemektedir.

Olaya turizm gelirleri açısından bakıldığında ise daha farklı bir dünya ortaya çıkmaktadır. Örneğin, Fransa ABD'ne oranla yaklaşık 15 milyon daha fazla turist

ağırlarken, elde ettiği turizm geliri bakımından ABD'nin neredeyse 29 milyar dolar gerisinde kalmaktadır ki, bu Fransa'nın elde ettiği toplam turizm gelirlerinin iki katından daha fazladır.

Öte yandan, gelen turist sayısı bakımından dünya çapında ilk onbeş ülke arasında bulunan Macaristan, Çin, Yunanistan, Portekiz ve eski Çekoslovakya gibi ülkelerin, turizm gelirleri açısından aynı yeri koruyamadıkları, bu ülkelerin yerini Hong Kong, Singapur, Hollanda, Tayland ve Belçika'nın aldığı görülmektedir.

Türkiye'de ise, turizmin hızlı bir biçimde gelişmesinin, ancak 1980'lerden itibaren başladığı söylenebilir; 1980'li yılların başında Türkiye'ye gelen yıllık turist sayısı 1.5 milyon dolan civarındadır.

Turizm, bir hizmet endüstrisi üretimi dahi olsa, doğal kaynaklarla son derece yakından ilgili bir sektördür. Bu nedenle de, turizmin bir gelir kapısı olduğu zannedilmemelidir.

TABLO 2 - TURİZM GELİRLERİNİN ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI

SIRA 1992	ÜLKE	TURİZM GELİRİ (\$ MİLYON)		SIRA 1985	YILLIK ARTIŞ ORANI % 1985 / 92	DÜNYA TURİZMİ İÇİNDE PAYI	
		1992	1985			1985	1992
1	ABD	53.861	17.937	1	12,09	13,45	15,44
2	FRANSA	25.000	7.942	4	24,73	12,59	6,84
3	İSPANYA	2.181	8.151	3	18,56	9,06	7,02
4	İTALYA	21.577	8.756	2	12,39	6,69	7,54
5	İNGİLTERE	13.683	7.120	5	12,87	5,61	6,13
6	AVUSTURYA	13.250	5.084	6	15,46	4,69	4,38
7	ALMANYA	10.982	4.748	7	13,14	3,80	4,09
8	İSVİÇRE	7.650	3.145	8	16,81	3,15	2,71
9	HONKONG	3.037	1.788	11	21,77	2,39	1,54
10	MEKSİKA	5.997	2.901	10	13,17	2,33	2,50
11	KANADA	5.679	3.103	9	11,85	2,29	2,67
12	SİNGAPUR	5.204	1.660	14	21,80	2,23	1,43
13	HOLLANDA	5.004	1.661	13	20,45	2,06	1,43
14	TAYLAND	4.829	1.171	15	26,49	2,05	1,01
15	MEKSİKA	4.053	1.663	12	18,76	1,87	1,43
	DÜNYA	296.375	116.149		14,32	100,00	100,00

KAYNAK : Dünya Turizm Örgütü(WTO)

Yine yıllık 280 milyon dolar turizm geliri ile, Türkiye'nin dünya çapında turizm pazarından aldığı pay % 0.3 oranında kalmaktadır. Oysa bu rakamlar 1990'ların başına gelindiğinde hızlı bir artış göstermiştir. Şöyle ki, bir yılda gelen turist sayısı 5.4 milyon, turizm geliri 3.3 milyon dolara ve dünya turizm pazarındaki pay da % 1.2'ye tırmanmıştır.

Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre, 1993 yılı için, 4.5 milyar dolarlık turizm geliri hedefine ulaşılmıştır.

Gelen turistlerin dağılım açısından, daha çok OECD ülkelerine yönelik bir eğilimin ağırlık kazandığı da Turizm Bakanlığı kaynaklarında belirtilmektedir. OECD ülkelerinden gelen turist sayısı 1992'ye oranla % 12.5 oranında artmış,

1993'ün ilk yedi ayı itibarıyla turizm gelirlerinde % 9.9'luk artış kaydedilmiş, turist başına harcama düzeyi 530 dolardan 640 dolara, ortalama kalış süresi de 8 günden 11 güne yükselmiştir.

Dünya Turizm Örgütü (WTO), Türkiye'ye gelen turist sayısının 2000 yılında 12 milyon dolaylarında olacağını, turizm gelirin'in ise 10 milyar dolara yükseleceğini tahmin etmektedir. Bu rakamlar, Türkiye'nin dünya turizm pazarından alacağı payın 2000 yılında % 2 oranında olacağını da göstermektedir.

Turizmin gelişimini yönlendiren temel etmenler

Turizm in, son derece hızlı bir biçimde gelişimini etkileyen birtakım temel et-

Mavi bayrak uygulaması, 1987 yılında Avrupa Topluluğu Çevre Eğitim Vakfı tarafından 11 AT ülkesini kapsar biçimde başlatılmıştır.

menler bulunmaktadır. Genel olarak, toplumsal yapıyı oluşturan ögelerde, bunlar arasındaki etkileşimlerde ve sonucunda da, toplumsal yapının bütününde meydana gelen değişimler diyebileceğimiz "toplumsal değişim" olgusu, söz konusu etmenleri kapsayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Aslında, bu tür değişimlerin turizm üzerindeki etkilerinin dile getirilmesi hiç de yeni değildir. Bundan tam 43 yıl önce, bir dönem Orman Bakanlığı da yapmış olan Orman Fakültesi'nin değerli hocalarından Selahattin İnal'ın konuyla ilgili olarak yazdıkları bugün bile geçerliliğini korur niteliktedir. İnal, "Turizm ve Tabiatı Koruma İşlerimiz" adlı yazısında, turizmin taşıdığı önemi çeşitli rakamlarla vurguladıktan sonra, turistik etkinliklerin artık yalnızca doğal ve tarihi güzellikleri görmek amacıyla değil, aynı zamanda çeşitli kültürel olaylardan, sportif etkinliklerden ve eğlencelerden yararlanmak amacıyla da yapıldığını belirtmekte, bütün bunları dikkate alındığında ise, ülkemiz turizm açısından çok büyük bir potansiyele sahip olduğunu söylemektedir. Kuşkusuz, bunlar bugün için de geçerli yargılardır.

Schwaninger (1990), turizmin geleceğini yönlendirecek etmenlerin, ekonomi, siyaset, teknoloji, ekoloji ve sosyo-kültürel boyutlarda meydana gelecek değişimler olarak ele almıştır. Bunları, çalışma sürelerinde azalmalar, gelirlerdeki artışlar, bireysel etkinlik eğilimlerinin artması, yabancı kültürleri keşfetme isteğinin çoğalması, çevre duyarlılığının yoğunlaşması, pazarlama ve ulaşım olanaklarının genişlemesi, tam istihdamın sağlanması için boş zamanların artırılması biçiminde özetlemek olanaklıdır.

Benzer bir yaklaşımla, Martin ve Mason (1990), turizmin gelişimini, ekonomik, teknolojik ve toplumsal değişimlerin etkileyeceği üzerinde durmaktadır. Bu gibi görüşler benzerleriyle çeşitlendirilebilirler.

Sayılan tüm bu etmenlerin ışığında, turizm literatüründe yeni bazı kavramların girdiği de gözlemlenmektedir. Kuşkusuz

bunlardan en önemlisi "yumuşak turizm" (soft turizm, doğa turizmi)'dir.

Tekin (1991), yumuşak turizm kavramı üzerinde durarak, 2000'li yıllarda güneşe ve denize dayalı, pasif nitelikli, kitlesel turizm hareketlerinin yön değiştireceğini, daha eylemli ve araştırmacı boyut taşıyan, ayrıca, insani ilişkilerine önem veren tür- lere yöneleceğini vurgulamakta ve bu durumun "yumuşak turizm" adı altında toplanabileceğini belirtmektedir.

Tüm bunlardan hareketle, turizm alanında gelişen görüşleri bazı ana başlıklarda toplamak olanaklı olacaktır.

1. Turizm, dünya çapında gelişen ve ekonomik anlamda oldukça fazla değer taşıyan bir sektördür.

2. Ülkeler, giderek gelişen bu sektörden daha fazla pay alabilmek için güncel gelişmeleri yakından izlemek ve kaynaklarını bu doğrultuda değerlendirmek zorunluluğu ile karşı karşıyadır.

3. Toplumsal yaşamda meydana gelen gelişmeler, turizm alanında süregelen bazı olguları değiştirmekte ya da yerlerine yenilerini getirmektedir. Bunlar;

- Bireysel hareket etme, kitlesel etkinliğe bağlı kalmama, kendi kararını verme ağırlık kazanmaktadır.

- Değişik kültürleri tanıma ve onların içinde yer alma istekleri artmaktadır.

- Çevre duyarlılığı oldukça hızlı bir biçimde gelişmekte, bu nedenle de, gidilen yerlerdeki genel temizlik koşulları ile birlikte, doğal değerlere gösterilen özen önemli bir seçim kriteri durumunu almaktadır.

MAVİ BAYRAK UYGULAMASI VE ÜLKEMİZ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Mavi bayrak uygulaması

Mavi bayrak uygulaması, 1987 yılında Avrupa Topluluğu Çevre Vakfı (FEEE) tarafından 11 Avrupa Topluluğu ülkesini kapsayacak biçimde başlatılmıştır. Uygulamaya 1990 yılında Finlandiya'nın da katılımıyla Topluluk dışında açılma ger- çekleşmiştir.

Mavi bayrak uygulaması, genel olarak, deniz suyu kirliliğini kontrolü ile birlikte, kıyı halkının çevresel açıdan bilinçlendirilmesi, ayrıca resmi ve gönüllü kuruluşların bu amaç doğrultusunda barekete geçerişmesini amaçlamaktadır.

Uygulama genel olarak, deniz suyu kirliliğinin kontrolü ile birlikte, kıyı hal-kının çevresel açıdan bilinçlendirilmesini ayrıca resmi ve gönüllü kuruluşların bu amaç doğrultusunda harekete geçirilmesini amaçlamaktadır. Mavi bayrak verebilme kriterleri incelendiğinde, bu durum açık bir biçimde görülecektir.

1992 yılında toplam 847 plaj ve 225 marinaya mavi bayrak verilmesi uygun görülmüş, bu rakam 1993 yılında 1203 plaj ve 277 marinaya yükselmiştir. Söz konusu sayının ülkeler arasındaki dağılımı incelendiğinde, önemli bölümünün Fransa, Yunanistan ve İspanya gibi Akdeniz ülkeleri tarafından paylaşıldığı ortaya çıkmaktadır. Türkiye Çevre Eğitim Vakfı'ndan alınan 1992 yılı rakamlarına göre, mavi bayrak verilmesi uygun görülen toplam 847 plajdan 248'i Fransa'da, 235'i Yunanistan'da, 206'si ise İspanya'da bulunmaktadır.

Kuşkusuz, verilmesi uygun görülen mavi bayrak sayısının toplamı da söz konusu ülke için önemli bir turistik kıvanç kaynağı olacaktır. Çevresel kaygı ve duyarlılığın önemli ölçüde arttığı günümüzde bu durum, hem işletme planlaması hem de ulusal turizm politikası yönünden gözardı edilemeyecek bir gelişmedir. Öte yandan uygulamanın, çevresel kirliliğinin ve sonuçlarının ulusal sınırları tanımadığı günümüzde, uluslararası etkinliği olan bir yapının algılanması da yanlış olmayacaktır.

Mavi bayrak uygulamasının ülkemizdeki durumu

Turizmin ülkemiz açısından taşıdığı önem su götürmez bir gerçek olarak karşımızdadır. Benzer bir gerçeklik de, mevcut ulusal turizm gelirimizin, alternatif potansiyeli oldukça fazla olmasına ve bu potansiyeli harekete geçirebilecek kimi çalışmaların son zamanlarda ağırlık ve hız kazanmasına rağmen, önemli ölçüde deniz ve kıyısı etkinliklerine dayalı olmuştur.

Uluslararası sayılan belirgin gerçeklerden hareket eden Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TCEV), mavi bayrak uygulama-

sının Türkiye'de de uygulanabilmesi için 1992 Mart'ından başlayarak, Hatay'dan Çanakale'ye kadar uzanan 25000 km'lik şeridin 300 ayrı noktasında ölçümler yapmaya başlamıştır.

1992 yılında Avrupa Topluluğu Çevre Eğitim Vakfı (FEEE) yöneticilerinin ülkemizi ziyaret etmesinin ardından, mavi bayrak kampanyasının kamu yararına çalışan bir vakıf yürütülmesi öngörülmüş ve gerekli çalışmalar başlatılmıştır. Bu doğrultuda olmak üzere FEEE, Türkiye Çevre Eğitim Vakfı'nı (TÇEV) önce ortak üyeliğe, sonra tam üyeliğe kabul ederek, mavi bayrak uygulamasını Türkiye'de yürütmeye yetkili kılmıştır. Bu yetkilendirmeden dolaydır ki, TÇEV Resmi Senedi'nin Vakfın amacının açıklandığı 3. maddesinde..."Avrupa Çevre Eğitim Vakfı'nca başlatılmış bulunan Avrupa Topluluğu'nca yürütülen "Mavi Bayrak Kampanyası"nın ülkemizde organizasyonunu, yürütülmesini ve geliştirilmesini ... sağlamaktır." hükmü yer almıştır.

1994 yılının başında TÇEV, ülkemizde mavi bayrak asmaya uygun plaj ve marinaları belirlemek amacıyla bakanlık (Turizm, Çevre, Sağlık), üniversite ve gönüllü kuruluş temsilcilerinin yer aldığı bir komisyon oluşturarak, fiilen çalışmaya başlamıştır. Önümüzdeki aylarda, mavi bayrak asacak plaj ve marinaların açıklanması beklenmektedir.

Mavi bayrak uygulamasının ülkemiz açısından değerlendirilmesi

Uluslararası turizm pazarının giderek büyüdüğü ve ulusal ekonomiler açısından giderek daha fazla yer tuttuğu günümüzde, mavi bayrak uygulaması gibi çok önemli bir olayı, oldukça geniş ve çok yönlü değerlendirme zorunluluğu bulunmaktadır. Olaya bu bakış açısıyla yaklaşıldığında belli başlı iki düşünce biçimi karşımıza çıkmaktadır.

Banlardan ilki, daha önce de değindiğimiz gibi, uluslararası turizm rekabeti açısından olayın dışında kalmama gereğidir. Kuşkusuz hatırlatma yarar var; tu-

1992 ydı sonunda toplam 847 plaj ve 225 marinaya mavi bayrak verilmesi uygun görülmüş, bu rakam 1993 ylında 1203 plaj ve 277 marinaya yükselmiştir.

ristler artık uluslararası gelişmeleri daha yakından izlemekte ve daha fazla talepkâr hale gelmektedirler.

Bu düşünce biçimi açısından konuyu incelediğimizde, mavi bayrak uygulamasının, ülkemizde de hızla yaygınlaştırılması ve gerçekte olduğu gibi, Akdeniz'in en temiz sularına sahip olduğumuzun tüm turizm kamuoyuna duyurulması gerekmektedir.

İkinci düşünce biçimi ise, ilkinde oranla biraz daha kuşku ve temkinli olanıdır. Şöyle ki;

Yukarıdaki açıklamalardan da rahatlıkla anlaşılacağı üzere, mavi bayrak uygulaması temelinde Avrupa Topluluğu ülkelerini kapsayan bir etkinliktir. Uluslararası turizm rekabeti açısından, Türkiye'nin en önemli rakiplerinin (Fransa, İspanya, Portekiz, Yunanistan) bu Topluluğun üyeleri olduğu da bilinen bir gerçektir. Şu halde ilk alka gelen, söz konusu mavi bayrak uygulamasının AT ülkelerine avantaj sağlamak amacıyla oluşturulduğu yolundadır. AT ülkeleri dışında yalnızca Finlandiya'nın uygulama kapsamına sokulması ki Finlandiya, deniz ve kıyısı etkinlikleri açısından önemli bir rakip olarak görülmemelidir. Bu düşüncenin yanlış olmasını gerektirmemektedir.

Gelişen turizm rekabeti ortamında, denizlerimizin ve kıyılarımızın turistik etkinlikler açısından yeterli olup olmadığının, üyesi olmadığımız ve olmamız olasılığının da pek fazla görülmediği bir ekonomik birliğin öncülük ettiği örgütün kararlarına bırakılması, oldukça hassas bir düşünme noktası olarak görülmelidir. Zira, söz konusu birliğin alacağı tüm kararlarda öncelikli ölçüt, o birliğin ve üyelerinin ekonomik çıkarları olacaktır. Bu anlamda, Türkiye'nin gelişen turizm pazarından aldığı payın oransal olarak artışı da dikkate alındığında, mavi bayrak uygulamasında çeşitli biçimlerle taraflı davranışları da olabileceği dikkate alınmalıdır.

SONUÇ

Bu düşünceden hareket edildiğinde ise, mavi bayrak uygulamasının Türkiye'de

uygulanabilmesine -gerçekte yalnızca AT ülkelerini kapsamasına rağmen- olanak tanımının nedenlerinin neler olabileceği konusunda yeterince düşündükten sonra karar vermenin daha doğru olacağı yolunda bir sonuç çıkmaktadır.

Kuşkusuz uygulamayı çevresel bazda gelişen global değişimler, sınır tanımayan sorunların boy göstermesi ve ortak geleceğimiz kaygıları nedeniyle ve oldukça iyi niyetle, hangi ülkeler olursa olsun, kaynakların korunarak kullanılmasını amaçlayan bir girişim olarak değerlendirmek, doğruluk olasılığı oldukça yüksek olan bir yoldur.

Bilimsel düşünce yetisi, olayları olabildiğince çok yönlü, bol olasılıklı değerlendirmeyi ve kuşku olmayı gerekli kılar. Bu nedenledir ki, mavi bayrak uygulamasına, ikinci düşünce biçimiyle de yaklaşılması gerekliliğini doğumuştur. Ancak, yine bilimsel düşünme yetisi ve bilimsel ahlak, eldeki bilgilerin sınırlı olduğu durumlarda kesin yargılara varmayı engeller ki, bu nedenden dolayı da olumsuz olabilecek durumları yalnızca bir kuşku niteliğiyle ve oldukça kapalı bir biçimde ifade etmemize yol açmıştır.

Mavi bayrak uygulamasının tüm yönleriyle incelenmesi ve kesin kararların bu incelemelerden sonra alınması gerekliliği, tüm bu açıklamalardan çıkan tek kesin sonuçtur. □

KAYNAKÇA

- HENDERSON, K. A. (1990), "Deep Ecology and Recreation Incompatible?" *Joperd*, March, ss. 77-80.
- İNALS, S. (1951), "Turizm ve Tabiatı Koruma İşlerimiz", *İ.Ü. Orman Fakültesi Dergisi*, cilt: 1, sayı: 1.
- MARTIN, B., S. MASON (1990), "Boş Zamanların Değerlendirilmesi Açısından Geleceğin Turizmi ve Toplumsal Yönelişler" (çev. U. Demiray), *Anatolia Dergisi*, Mayıs 1990, ss. 3-6.
- SAVINGNAC- A.E. (1994), "New Year's Message", *WTO News*, January/February 1994.
- SCHWANINGER, M. (1990), "2000-2010 Yılları İçin Boş Zaman Yaklaşımları ve Turizm" (çev. A. Hastürk), *Anatolia Dergisi*, Ocak 1990, ss. 15-18.
- TEKİN, A. (1991), *Strello Aktuel*, 91/1, Özel Sayı.
- TURİZM BAKANLIĞI, *Turizm Bülteni*, Ekim 1993, s. 1.
- WTO News, January/February 1994.

Gelişen turizm rekabeti ortamında, denizlerimizin ve kıyılarımızın turistik etkinlikler açısından yeterli olup olmadığının, üyesi olmadığımız ve olmamız olasılığının da pek fazla görülmediği bir ekonomik birliğin öncülük ettiği örgütün kararlarına bırakılması, oldukça hassas bir düşünce noktası olarak görülmelidir.

Türkiye'de yayımlanan turizm konulu makaleler üzerine bir inceleme

NAZMI KOZAK

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF TOURISM ARTICLES PUBLISHED IN TURKEY FOR THE PERIOD FROM 1979 TO 1994

It is meaningful to inspect the articles which are published in a certain time period because it contributes to identify the major development patterns in a certain discipline and the dominant trends. The articles were published on tourism in Turkey from 1979 to 1994 were investigated in terms of 'the name of the author', 'the subsector which they work for', 'the name of the journal'. The articles were also analyzed whether they had published in journals which have an editorial board or not. The result of the research indicated that the majority of the articles were published in two main journal. Most of these articles were descriptive and they were published by the journals which did not have an editorial board. Also, the findings of the analysis revealed that most of the authors were not academicians.

Nazmi Kozak, Anatolia Dergisi, P. O. Box. 589 06445 Yenisehir - Ankara, Turkey.

Nazmi Kozak: lisans, Çukurova Üniversitesi İİBF Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (1986); yüksek lisans, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı (1991); doktora, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı (öğrenci). Anatolia Dergisi sahibi ve sorumlu yazarları müdürüdür.

Bir bilim dalının bir ülkedeki durumunu anlayabilmek ve değerlendirebilmek için belki de en önemli veri tabanını o alanda yapılmış yayınlar oluşturmaktadır (Üsdiken ve Pasadeos 1992, s.107). Dünya genelinde veya herhangi bir ülkede, bir bilim dalıyla ilgili belirli zaman aralıklarında yapılacak "stok tesbiti" araştırmalarının yararlı sonuçları olduğu, bilim adamları arasında genel kabul görmektedir. (Üsdiken ve Pasadeos 1992; Dener ve Atasagun 1982; Schlachter ve Thomison 1974; Berkman 1987; Berkman ve Kozan 1979; Yıldırım 1993). Makale yayınlarının, taşıdıkları önem açısından kültürel ve disiplinler farklılıkları olmakla birlikte bilimsel faaliyetin en önemli türlerinden birisini oluşturması (Üsdiken ve Pasadeos 1992, s. 108) ve bir ülkedeki her türden yayınların bir kalkınma göstergesi olması (Dener 1985, s. 6), böyle bir çalışmanın her bilim dalında yapılmasının yararını ortaya koymaktadır.

Yayımlanan makalelerin çeşitli parametrelere göre incelenmesi ile; bir ülkedeki ilgili bilim dalında sağlanan gelişmeler ve ortaya çıkan yeni egemen eğilimlerin ortaya çıkarılması sağlanabilmektedir (Üsdiken ve Pasadeos 1993, s. 73). Böylesi araştırmaların ortaya çıkardığı bulgulardan yararlanarak, ilgili bilim dallarında var olan sorunların giderilebilmesi için nelerin yapılabileceği konusunda tartışma olanağı da sağlanabilmektedir.

Makalerin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi, ne Türkiye'de ne de dünya genelinde yeni bir çalışma alanı değildir. Bununla ilgili olarak uzun bir süredir bazı çalışmalar yapılmaktadır.

Bu konuyla ilgili olan bir çalışma Go-odall ve Westing (1972) tarafından Public

Administration Review'de 1940-1969 yılları arasında yayımlanan makaleler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Perry ve Kraemer de (1986), Public Administration Review'de yayımlanan makaleleri çeşitli değişkenlere göre analiz etmişlerdir. Bowman ve Hajjar tarafından yapılan bir araştırmada ise (1978), Amerikan Public Administration dergisinde yayımlanan makaleler incelenmiştir.

Türkiye'de ise İnönü (1971), 1923-1966 yılları arasında fizik dalındaki araştırmalara Türkiye'nin katkısını gösteren bir bibliyografya ile araştırması sonrasında elde ettiği gözlemlerini içeren bir çalışma yapmıştır. Yine İnönü tarafından gerçekleştirilen bir diğer araştırmada (İnönü 1973), 1923-1966 döneminde Türkiye matematik araştırmaları bibliyografyası hazırlanmış ve bu bibliyografyanın incelenmesi sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. İnönü (1975) başka bir araştırmasını da "1923-1966" döneminde Türkiye'nin Kimya ve Biyokimya, Eczacılık, Kimya Mühendisliği, Metalurji Gibi İlgili Dallarda Araştırmaya Katkısını Gösteren Bir Bibliyografya Üzerine Gözlemler" başlığı altında toplamıştır. İnönü bu çalışmasında 1317 araştırma sonucunu içeren makaleyi araştırma kapsamına alarak, birtakım analizler yapmıştır. İnönü'nün bir diğer çalışmasının konusu da, Türkiye'deki kimya araştırmaları oluşturmamaktadır (İnönü 1982). Bu çalışmasında, araştırmacı 1923-1966 yılları arasında kimya alanında gerçekleştirilmiş araştırmalara ilişkin bazı gözlemlerde bulunmuştur. Öner (1972), çalışmasında Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi'nde yayımlanan iktisat konulu makaleleri; Cüceoğlu (1971) tarafından gerçekleştirilen

bir çalışmada ise, Türkiye'de yayımlanan kitap ve makaleleri yöntembilim açısından incelemiştir. Berkman ve Kozan (1979) ise Amme İdaresi Dergisi'nde 1968-1977 yılları arasında yayımlanmış olan makaleleri birtakım parametrelere göre analiz etmişlerdir. Berkman (1987) tarafından yapılan bir başka araştırmanın konusunu yine Amme İdaresi Dergisi'nde yayımlanan makaleler oluşturmuştur. Lee (1991), Cumhuriyet Gazetesi'nde latin harflerinin kullanılmaya başlandığı 1928 yılından 1960'a kadar geçen sürede yayımlanmış yazıları, yazarlarına, konularına ve zaman içerisindeki dağılımlarına göre değerlendiren bir bibliyografya çalışması gerçekleştirmiştir. Üsdiken ve Pasadeos'un (1992) gerçekleştirmiş olduğu bir çalışmada konu, yönetim konulu makalelerdir ve bu çalışmada Eskişehir İİBF Dergisi, ODTÜ Gelişme Dergisi, İ.Ü. İşletme Dergisi ve Amme İdaresi Dergisi'nde yayımlanan makaleler araştırma konusunu oluşturmuştur. Yazarlar bu çalışmalarında, söz konusu dergilerde yayımlanan veri temelli makaleleri yöntembilim açısından analiz etmişlerdir. Üsdiken ve Pasadeos (1992) tarafından Amme İdaresi Dergisi'nde yayımlanan bir başka çalışmada inceleme alanı yine Amme İdaresi Dergisi, ODTÜ Gelişme Dergisi, Eskişehir İİBF Dergisi ve İ.Ü. İşletme Dergisi'nde yayımlanan yönetim konulu makalelerdir. Yazarlar bu çalışmalarında söz konusu dergilerde 1975-1989 yılları arasında yayımlanan yönetim konulu makaleleri "atıf analizi" tekniklerinden yararlanarak incelemiştir. Üsdiken ve Pasadeos'un bir başka çalışması ise (1993), "Türkiye'de Örgütler ve Yönetim Yazını" başlığını taşımaktadır ve yazarlar bu çalışmalarında da, söz konusu dergilerde yayımlanan makaleleri "atıf analizi" tekniklerinden faydalanarak analiz etmişlerdir. Dergilerde yayımlanan makaleleri konu alan bir başka çalışma da Yıldırım (1993) tarafından yapılmıştır. Yıldırım çalışmasında Amme İdaresi Dergisi'nde 1968-1992 yılları arasında yayımlanan makaleleri incelemiştir. Atasagun (1983) tarafından yapılan çalışmada, Jo-

urnal of Economic Literature'de sınıflandırılan makalelerin tasnif gruplarına ve yıllara göre sayısal dökümü yapılmıştır. Dener ve Atasagun da (1985) Journal of Economic Literature'de yayımlanan iktisat konulu makaleleri incelemiştir. Yazarlar çalışmalarında, sözü edilen dergide yer alan makalelerden yola çıkarak iktisat biliminin gelişme yönlerini, tarihsel ve güncel perspektifleri çerçevesinde açıklamışlardır. Dener (1990) bir başka çalışmasında Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi'nin on yıllık yayın yaşamında yayımlanmış olan makaleleri denetimli permüte başlık indeksine göre gruplandırmasının yanı sıra; dergide yazıları yayımlanan yazarların ve makalelerin kısa bir dökümünü vermiştir. Kozak (1994) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada ise konu, Anatolia Dergisi'nde yayımlanan yazılardır. Yazar bu çalışmasında sözü edilen derginin ilk beş yıllık yayın döneminde yayımlanmış yazıları bazı değişkenlere göre incelemiştir.

ARAŞTIRMANIN VERİ TEMELİ VE ANALİZ YÖNTEMİ

Bu çalışmada, Türkiye'de 1979-1994 yılları arasında yayımlanmış turizmle ilgili makaleler incelenmektedir. Çalışma kapsamına 1979 yılının baz alınmasının nedeni, o yıla değin Türkiye'de turizm alanında bir bilimsel derginin olmaması ve ayrıca, turizmle ilgili çok az makalenin yayımlanmış olmasıdır. Aydın'da bir grup bilim adamının çıkardığı "Turizm İşletmeciliği Dergisi"nin ilk çıktığı yıl olan 1979, bu çalışmanın geçmişe dönük kapsamını belirleyen faktör olmuştur. Türkiye'de turizm alanında yayımlanmış makalelerin 15 yıllık bir süreyi kapsayan dönemi, bu çalışmanın sınırlarını oluşturmaktadır.

İnceleme kapsamına alınan makalelerin seçiminde gözetilen en önemli unsur, makalenin yayımlandığı yayının makale düzeyinde yazıları sürekli yayımlaması olmuştur. Bundan dolayı üniversitelerde ve üniversite dışında yayınlanan ulaşılabilen bütün dergilerin taranması sonucunda elde edilen makaleler araştırma kapsamına

Bu çalışmada, Türkiye'de 1979-1994 yılları arasında yayımlanan turizm konulu makaleler incelenmektedir.

almıştır. Öte yandan magazin ağırlıklı turizm dergilerinde yayımlanan yazılar çalışma kapsamına dahil edilmemiştir. Bu bağlamda TÜRSAB Turizm Dergisi, Turizm Dünyası, Ekonomi ve Turizm, International Turizm Magazine, Amfora, TYD Dergisi, Skylife ve benzeri mesleki turizm magazin dergilerindeki yazılar bu çalışmanın kapsamına dahil edilmemiştir.

Araştırma kullanılan bazı kavramlara ilişkin açıklamalar

Çalışmadan istenilen bulguların elde edilebilmesi amacıyla altı ayrı değişken değerlendirmeye alınmıştır. Bunlar makale yazarının ünvanı, makalenin konusu, makalenin yayımlandığı yıl, makalenin yayımlandığı yayının adı, makalenin yayımlandığı yayında yayın kurulu denetiminin olup olmama durumu ve makalenin görgül veya kavramsal temelli olma durumudur.

Yukarıda belirtilen değişkenler, her bir makalenin tek tek incelenmesiyle bilgisayarda analize uygun hale getirilmiş ve sonuçta 491 adet makaleye ait kodlar SPSS programında analiz edilmiştir.

Araştırma kapsamında konu edinilen parametrelerin içerik açıklamaları şu şekildedir:

a) Makale yazarının ünvanı: Bu değişken çerçevesinde dikkate alınmış olan ünvanlar profesör, doçent, yardımcı doçent, doktor, araştırma görevlisi, öğretim görevlisi ve üniversite dışı kurum ve kuruluşlarda çalışanlar şeklindedir.

b) Makalenin konusu: Araştırma kapsamında değerlendirmeye alınan başlıklar ve içerdikleri alt konular aşağıdaki gibidir:

1. Turizm ve çevre: Bu başlık altında turizmin doğal, tarihi ve kültürel çevre ile olan ilişkisini inceleyen makaleler yer almaktadır.

2. Turizmin çeşitlendirilmesi: Burada turizmin çeşitlerini ve turizmin çeşitlendirilmesini konu edinen makaleler yer

almaktadır. Örneğin termal turizmi, golf turizmi, yat turizmi gibi.

3. Turizm pazarlaması: Bu başlık altında turizm pazarlamasını makro ve mikro açılardan inceleyen makaleler yer almaktadır. Örneğin, halkla ilişkiler, tanıtım, satış geliştirme, ülke ve bölge tanıtımı konularını işleyen makaleler bu başlık altında değerlendirilmiştir.

4. Turizm sosyolojisi: Turizmin sosyal yapı ile olan olumlu veya olumsuz ilişkilerini inceleyen makaleler bu başlık altında toplanmıştır.

5. Rekreasyon işletmeciliği ve planlaması: Bu başlık altında rekreasyon alanlarının düzenlenmesi, rekreasyon tesislerinin işletilmesi ve ekonomiye katkılarını inceleyen makaleler toplanmıştır.

6. Turizm ekonomisi: Turizmin ülke ekonomisine olan katkılarını konu edinmiş makaleler bu başlık altında yer almaktadır.

7. Turizm envanter araştırması: Türkiye'deki yörelerin turizm potansiyelini inceleyen ve konu edinen makaleler bu başlık altında değerlendirilmiştir.

8. Turizm eğitimi: Turizm eğitimini çeşitli düzeylerde inceleyen ve turizm eğitim kurumlarının envanterini yapan makaleler bu başlık altında yer almaktadır.

9. Seyahat işletmeciliği: Seyahat acenteciliği, tur operatörlüğü ve uiaştırma işletmeciliği ile ilgili olan makaleler bu başlık altındadır.

10. Turizm yatırımları proje analizi: Fiziksel planlamaya yönelik makro ve mikro çalışmalar, öneriler, modeller, taslaklar ve yatırım projelerinin analizini konu edinmiş makaleler bu başlık altında yer almaktadır.

11. Konaklama işletmeciliği: Otel işletmeciliği, pansiyon işletmeciliği, yiyecek-içecek işletmeciliği, otel departmanlarını konu edinen ve personel, muhasebe, finansman, kuruluş yeri, yönetim ve organizasyonla ilgili makaleler bu başlık altında değerlendirilmiştir.

Çalışmadan istenilen bulguların elde edilebilmesi amacıyla beş ayrı değişkene ilişkin veriler SPSS programında değerlendirmeye uygun hale getirilmiştir.

12. Dünya turizmi: Diğer ülkelerdeki turizm hareketlerini ve bunların Türkiye ile olan ilişkilerini konu edinen makaleler bu başlık altındadır.

13. Diğer: Bu başlık altında yukarıda sıralanan sınıflandırmaya sokulamayan makaleler yer almaktadır.

c) **Yayının adı:** 1979-1994 yılları arasında Türkiye'de pek çok süreli yayında turizm konulu makale yayımlanmıştır. Makaleler pek çok yayına dağıldığı için, en çok makale yayınlayan 10 yayına göre inceleme yapılması uygun görülmüştür. Geriye kalan dergiler ise "diğer" başlığı altında analiz edilmiştir. Bütünleştirme çalışması bilgisayar uygulaması sonrasında yapıldığından bütün yayınlara ait ayrı ayrı analizler arşimizde bulunmaktadır.

d) **Makalenin yazım yılı:** Bu değişken çerçevesinde makalelerin yayımlandığı yıllar inceleme konusu edilmiştir.

e) **Yayınlarda yayın kurulunun bulunup bulunmama durumu:** Bu değişkenin araştırma kapsamına alınmasından amaç, yayın kurulu olan veya olmayan dergilerde yayınlanan makaleleri bazı değişkenlere göre incelemektir. Böylelikle dergilerde yayın kurulu bulunmasının veya bulunmamasının hazırlanan makalenin kalitesine ne oranda etkide bulunduğu ilişkin bazı ipuçları elde edilebilecektir. Bu çalışmada dergilerin yayın kurulu olup olmadıkları, yayınların incelenmesiyle saptanmıştır. Dergi üzerinde yayın kurulu üyelerinin isimlerinin olup olmadığına bakılarak karar verilmiştir. Öte yandan bazı bilim adamları tarafından Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. tarafından yılda bir kez yayınlanan "Turizm Yıllığı"nın yayın kurulu olduğu beyan edilmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda, Turizm Yıllığı'nın T.C. Turizm Bankası A.Ş. tarafından yayınlanan ilk iki sayısı dışında kalan sayılarında yayın kurulu denetiminin bulunmadığı ortaya çıkmıştır. Yıllık'ta özellikle son yıllarda yazıların seçimi turizm formasyonu bile olmayan bir kişi tarafından yerine getirilmekte olduğu öğrenilmiştir. Bu nedenle, bu çalışmada

TABLO:1 - 1979-1994 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'DE TURİZM KONULU YAYIMLANMIŞ MAKALELERİN DERGİLERE GÖRE DAĞILIMI

Dergiler	n	%
Anatolia Dergisi	133	27.1
Turizm Yıllığı	142	28.9
Turizm İşletmeciliği Dergisi	110	22.4
Eskişehir İİBF Dergisi	6	1.2
İ.Ü. İCTAM Seçme Makaleler	6	1.2
Turizmde Seçme Makaleler	6	1.2
Banka ve Ekonomik Yorumlar	3	0.6
Verimlilik Dergisi	6	1.2
H.Ü. İİBF Dergisi	8	1.6
Kalkınma Dergisi	29	5.9
Diğer	42	8.5
TOPLAM	491	100.0

Turizm Yıllığı adlı yayında 1985 ve 1986 yılları sonrasında yayımlanan makaleler yayın kurululu değerlendirilmesine tabi olmaksızın yayımlanmış kabul edilmiştir.

g) **Makalelerin görgül (ampirik) veya kavramsal temelli olma durumu:** Bu değişkenin araştırma kapsamına alınmasından amaç; turizmle ilgili makalelerin hangi oranda görgül veya kavramsal temelli olduklarının ortaya çıkarılmasıdır. Bilim adamları, bir ülkedeki herhangi bir bilim dalındaki görgül temelli olan çalışmaların azlığı ile o ülkedeki araştırma düzeyinin düşüklüğü arasında doğru orantının bulunduğu birleşmektedirler (Sümbüloğlu 1977, s. 63; Üsdiken ve Pasadeos 1992, s. 260).

BULGULAR

Türkiye'de 1979-1994 yılları arasında turizm konusunda yayımlanmış olan makaleleri konu edinen bu araştırma kapsamında, toplam 491 makale tek tek incelenerek bilgisayar uygulamasına uygun hale getirilmiştir. Kodlamaların bilgis-

1979-1984 yılları arasında Türkiye'de turizmle ilgili en fazla makale "Turizm Yıllığı" adlı yayında yayınlanmıştır. Bu yayını Anatolia Dergisi izlemektedir.

TABLO:2 - 1979-1994 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'DE YAYIMLANMIŞ TURİZM KONULU MAKALELERİN KONULARINA GÖRE DAĞILIMI

Makalelerin konuları	n	%
Turizm ve çevre	42	8.6
Turizmin çeşitlendirilmesi	56	11.4
Turizm pazarlaması	71	14.5
Turizm sosyolojisi	29	5.9
Rekreasyon işl. ve planlaması	14	2.9
Turizm ekonomisi	78	15.9
Turizm envanter araştırması	10	2.0
Turizm eğitimi	28	5.7
Seyahat işletmeciliği	22	4.5
Turizm yatırımları proje analizi	8	1.6
Konaklama işletmeciliği	105	21.4
Dünya turizmi	5	1.0
Diğer konular	23	4.7
TOPLAM	491	100.0

Makaleler konuları bakımından "konaklama işletmeciliği"nde yoğunlaşmaktadır. Diğer yüksek orana sahip konular, "turizm ekonomisi" ve "turizm pazarlaması"dır.

yarda analiz edilmesiyle de çeşitli bulgular elde edilmiştir.

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen bulgular önce tek, sonra da çok değişkenli olarak incelenerek, birtakım sonuçlara ulaşılmaya çalışılacaktır.

1. Makalelerin dergilere göre dağılımı

1979-1994 yılları arasında Türkiye'de turizmle ilgili konularda dergilerde yayımlanan makalelerin dağılımı Tablo 1'de görülmektedir. Tabloda yer alan değerlerin arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmüştür (ki - kare = 481.07). Tablonun incelenmesinden anlaşılmaktadır ki; 1979 yılını izleyen 15 yıllık dönemde Türkiye'de en fazla makale "Turizm Yıllığı"nda yayımlanmıştır. Bunu az bir fark ile Anatolia Dergisi'nin Aralık 1994 sayısının bu analize gereken bir husus olarak Anatolia Dergisi'nin Aralık 1994 sayısının bu analize, derginin geç yayımlanması dolayısıyla alın-

mamış olmasıdır. Anatolia'nın sözü edilen son sayısında 11 tane turizmle ilgili makale bulunmaktadır ki; bu veri, tablo sonuçlarını kısmen de olsa değiştirebilecek olan bir rakamdır. Bu durumda en fazla makale Anatolia'da yayımlanmış olmaktadır.

Aydın'da, ilk sayısı 1979 yılında yayımlanan ve 1982 yılına kadar sürekli ve ardından da değişik zamanlarda birkaç sayısı daha yayımlanan "Turizm İşletmeciliği" dergisinde 110 tane makalenin yayımlanmış olduğu görülmektedir. Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.'nin magazin dergisi olan "Kalkınma Dergisi"nde (birkaç yıl "bülten" adıyla yayımlanmıştır), 29 tane turizmle ilgili makalenin yayımlanmış olduğu tablodan anlaşılmaktadır. Turizmle ilgili en fazla makale yayımlayan üç yayın organı ile diğerleri arasındaki fark oldukça yüksektir. Tablonun ortaya koyduğu bir başka bulgu da, uzun zamandan bu yana turizm alanında yüksek lisans ve doktora düzeylerinde programları bulunan üniversitelerdeki dergilerde çok az miktarda turizmle ilgili makalenin yayımlanmış olduğudur. Bu durum, bu programlarda makale yazma oranının düşük olduğu biçiminde yorumlanabileceği gibi, öğretim elemanlarının başka dergilerde yazmayı tercih ettikleri şeklinde de yorumlanabilir.

2. Makalelerin konularına göre dağılımı

Türkiye'de 1979 yılından sonraki 15 yıllık dönemde turizm konularında yayımlanan makaleleri konularına göre incelemeye tabii tuttuğumuzda; değerler arasında anlamlı ilişki bulunduğu (ki-kare 37.77) görülmüştür. Değerlerin incelenmesi sonucunda, "konaklama işletmeciliği" konulu tezlerin büyük farkla önde olduğu (%21.4) anlaşılmaktadır. Yayımlanan makaleler içerisinde "turizm ekonomisi" de % 15.9 ile ikinci en fazla yayımlanan konuyu oluşturmaktadır. "Turizm pazarlaması", % 14.5 ile üçüncü sırada gelirken; "turizmin çeşitlendirilmesi" de % 11.4 ile onu izleyen konuyu teşkil etmektedir.

Tablo verilerinin analizi sonucunda elde edilen bulgulardan bir tanesi de "seyahat

işletmeciliği" konulu tezlerin az bir orana (% 4.5) sahip olmasıdır. Bilindiği üzere turizmle ilgili eğitim kurumlarının programları incelendiğinde, hemen bütün müfredat programlarında "seyahat işletmeciliği" dersi bulunmaktadır. Bu bulgu, Türkiye'de turizm denilince akla ilk olarak "konaklama işletmeciliği"nin geldiği yolundaki görüşü güçlendirmektedir.

Öte yandan, tablo dikkatlice incelendiğinde, yukarıdaki bulguya benzer başka bulguların da olduğu görülmektedir. Bu veriler de göstermektedir ki, Türkiye'de turizmle ilgili genel başlıklarda makale yazmak yaygın bir alışkanlık iken, daha spesifik alanlarda makale yazma konusunda yazarların fazla istekli davranmadıkları anlaşılmaktadır.

Makalelerin konularına göre analizini içeren Tablo 2'deki bulguları daha önce gerçekleştirdiğimiz tezlerle ilgili çalışmanın sonuçlarıyla karşılaştırdığımızda (Kozak, 1995, s. 156); tez konularıyla makalelerin konuları arasında çok benzer yönlerin bulunduğu görülmektedir. Tezlerde de "konaklama işletmeciliği" en fazla hazırlanan tez konusunu oluştururken, "turizm ekonomisi" ve "turizm yatırımları proje analizi", en çok hazırlanan diğer konular olmuştur. Tez konularında da "seyahat işletmeciliği" en altlarda (%2.9) kalan konular arasındadır.

3. Makalelerin yazarların ünvanlarına göre dağılımı

Türkiye'de son 15 yılda yayımlanan makaleleri yazarlarının ünvanlarına göre analize tabii tuttuğumuzda; ki-kare değeri 54.56 bulunmuştur. En fazla makaleyi "diğer" kısmında yer alan ve çoğunluğu, sektör çalışanları ile üniversitelerde görevli olmayan lisansüstü öğrencilerden oluşan grubun yayımlattığı (%22.0) anlaşılmaktadır. "Diğer" olarak belirtilen grubu "doçent"ler (%16.9), "dr"ler (%16.5) ve "yardımcı doçentler" (%13.6) izlemektedirler.

Öte yandan, üniversitelerde görevli olan yazarlar, kendi aralarında değerlendirilmeye tabii tutulduğunda (diğer + ya-

TABLO:3 - 1979-1994 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'DE YAYIMLANMIŞ TURİZMLE İLGİLİ MAKALELERİN YAZAR ÜNVANLARINA GÖRE DAĞILIMI

Yazarların ünvanı	n	%
Profesör	31	6.3
Doçent	83	16.9
Yardımcı doçent	67	13.6
Dr.	81	16.5
Araştırma görevlisi	56	11.4
Öğretim görevlisi	56	11.4
Okutman	6	1.2
Diğer	108	22.0
Yazarsız	3	0.6
TOPLAM	491	100.0

zarsız toplamı 111 sayısı, 491'den çıkarıldığında, geriye 380 kalır), "doçentler" in %21.8, "yardımcı doçentler" in % 17.6 ve "dr"lerin de % 21.3'lük yüzdelere sahip oldukları ortaya çıkmaktadır. Araştırma görevlileri % 14.7 ve profesörlerin de % 8.1 olduğu da dikkate alındığında, Türkiye'de akademik kariyer için yayımlanmış esere gereksinmesi olan kesimlerin makale yayımlatmakta daha istekli oldukları anlaşılmaktadır ki; bu bulgu, Türkiye'de yaygın bir iddia olan "çalışmanın kariyer için olduğu" görüşünü desteklemektedir.

Tablo verileri incelendiğinde, gerçekten de akademik kariyer için yayımlanmış makaleye ihtiyacı olan kesimlerin (dr., yardımcı doçent ve doçentler), diğerlerine oranla daha çok sayıda makaleyi yayımlattıkları, daha açık anlatımla; makale yayımlatanlar ile kariyer için yayımlanmış makaleye gereksinmesi olanlar arasında yüksek bir korelasyon olduğu görülmektedir.

4. Makalelerin beş yıllık dönemlere göre dağılımı

1979-1994 arasında Türkiye'de turizm konusunda yayımlanmış makalelerin yıllara göre analizini üç dönem halinde yap-

Üniversitelerde görevli olan yazarların içerisinde en fazla makaleyi "doçent", "yardımcı doçent" ve "dr"ler yayımlattırmışlardır.

TABLO:4 - 1979-1994 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'DE TURİZM KONUSU YAYIMLANMIŞ MAKALELERİN YILLARA GÖRE DAĞILIMI

Yıllar	n	%
1979-1984	83	16.9
1985-1989	115	23.4
1990-1994	293	59.7
TOPLAM	491	100.0

Makalelerin dönemler itibariyle incelenmeye alınması ile, en fazla makalenin 1990-1994 döneminde yayımlanmış olduğu ortaya çıkmıştır.

mak, daha anlamlı bulgulara ulaşmak açısından uygun bulunmuştur(Tablo 4). Tablo değerlerin ki-kare analizi uyguladığımızda, sonucun 164.04 çıktığı görülmüştür. Bu değer, tablo değerleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. 1979-1984 döneminde turizm konulu 83 (%16.9) makale yayımlanırken; bu rakam, ilerleyen dönemlerde anlamlı artışlar kaydetmiştir. 1985-1989 dönemini içeren yıllarda makale sayısı, ilk beş yıllık döneme göre yaklaşık % 8 artış göstermiş ve toplam makale oranı içerisinde % 23.4'e ulaşmıştır. 1990-1994 döneminde yayımlanan makale oranı, önceki iki dönemin toplamını bile ikiye katlayacak bir oranda gerçekleşmiştir (%59.7).

Bulgular, 1979-1994 yılları arasında içeren 15 yıllık dönemde Türkiye'de yayımlanan turizm konulu makalelerin yaklaşık % 60'ının 1990-1994 yılları arasında yayımlandığını göstermektedir. Bu yoğunlaşmanın nedenleri üzerinde dururken gözden uzak tutulmaması gereken noktalar arasında Anatolia Dergisi'nin 1990 yılında yayınlanmaya başlaması ve Kalkınma

TABLO:5 - 1979-1994 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'DE TURİZM KONUSU YAYIMLANMIŞ MAKALELERİN YAYIN KURULUNUN DENETİMİNE TABİ OLUP OLMAMA DURUMLARINA GÖRE DAĞILIMLARI

Yayın kurulu var mı?	n	%
Yayın kurulu olan	204	41.6
Yayın kurulu olmayan	287	58.5
TOPLAM	491	100.0

Dergisi'nde(Bülteni) turizm konulu makalelerin 1990 yılından sonra yayımlanması bulunmaktadır. Gerçekten de özellikle Anatolia'nın yayın hayatına girmesiyle bu alandaki yayın sayısında önemli artış (beş yılda 133 makale) olduğu ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, 1979 yılından sonra hazırlanan tez sayıları da incelendiğinde, benzer artışların tez sayısında da olduğu görülmektedir (Kozak, 1995, s. 155). Bulgular, Türkiye'de hazırlanan tez sayısıyla yayımlanan makalelerin sayısı arasında yüksek bir korelasyonun bulunduğunu göstermektedir. Çünkü, tezlerin sayılarında da yükselişin yaşandığı yıllar da, 1990 yılına rastlamaktadır.

5. Dergilerin yayın kurulu olma durumu

Türkiye'de turizm alanında çalışmalarda bulunan bilim çevreleri arasında son zamanlarda makalelerin yayın kurulu dergilerde yayımlanıp yayımlanmaması hususunda tartışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu tartışmalara katkıda bulunmak amacıyla Türkiye'de makalelerin ne kadarının yayın kurulu olan dergilerde yayımlandığının incelenmesinde yarar bulunmaktadır. Böyle bir inceleme, şimdiye kadar yapılan durumu ortaya koyacaktır. Tablo 5, 1979-1994 yılları arasında yayımlanan makalelerin yayın kurulu olan veya olmayan dergilere göre dağılımını vermektedir. Tablo 5'e göre, Türkiye'de son onbeş yılda yayımlanan makalelerin % 41.6'sı yayın kurulu olan, % 58.5'i ise yayın kurulu olmayan dergilerde yayımlanmıştır.

Tablo 11, dergilerde yayımlanan makaleleri, yayın kurulu denetimine tabi olup olmama durumlarına göre dağılımlarını vermektedir. Tablo verilerine Brandt-Snedecor testini uyguladığımızda, ki-kare değeri 123.48 çıkmıştır. Bu sonuç da, tabloda yer alan değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Öte yandan Tablo 11'de yer alan parametreler arasında güçlü bir ilişkinin var olduğu da anlaşılmaktadır (Pearson'

C = 0.63). Yayın kurulu olmayan dergilerde yazı yayımlatanlar arasında en yüksek oranları profesör (%74.1), yardımcı doçent (%68.7), üniversite dışından yazarlar (66.7, öğretim görevlisi (%60.7), doçent (%55.4), araştırma görevlisi (55.4) almaktadır.

8. Makalelerin görgül veya kavramsal temelli olma durumu

Daha önce de vurgulandığı üzere, bir ülkedeki veya herhangi bir bilim dalındaki çalışmaların düzeyi ile hazırlanan yayınların görgül (ampirik) temele dayanması arasında çok yakın ilişki bulunmaktadır. Bu görüşten hareketle inceleme kapsamına alınan bu değişken ile turizm konulu makalelerin hangi oranda görgül temele dayandıkları analiz edilecektir.

Tablo 6, turizm konulu makalelerin % 89.8'inin kavramsal, % 10.2'sinin de görgül temelli olduğunu göstermektedir.

Makalelerin görgül veya kavramsal temelli olma durumlarının dergilere göre dağılımını incelediğimizde (Tablo 7), makalelerin kavramsal veya görgül olmaları ile yayımlandıkları dergiler arasında istatistiksel olarak anlamlı ancak çok güçlü olmayan bir ilişki görülmüştür (ki-kare = 60.72142 ve Cramer's V = 0.35167). Tablo 7 verileri, Görgül veri temelli makaleleri, yayımlandıkları dergiler açısından incelersek, en yüksek görgül veri temelli makalenin "Seçme Makaleler" isimli TUGEV tarafından hazırlanan yayında yayımlandığı görülmektedir (%66.7). "Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi", % 25.0'lik bir oranla veri temelli makale yayımlayan ikinci dergi olmaktadır. Yayımladığı makalenin sayı itibarıyla yüksek olması dolayısıyla "Turizm Yıllığı" isimli yayında yer alan makaleler geneli yansıtmadaki gücü bakımından önemli verilere sahiptir. Sözü edilen yayında yayımlanan makalelerin % 21.8'i görgülüne temele dayanmaktadır.

Makalelerin görgül veya kavramsal temelli olma durumlarının dergilerin yayın kurullu olup olmalarına göre dağılımını incelediğimizde (Tablo 8); aralarında

TABLO:6 - 1979-1994 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'DE TURİZM KONULU YAYIMLANAN MAKALELERİN KAVRAMSAL VEYA GÖRGÜL TEMELLİ OLUP OLMAMALARINA GÖRE DAĞILIMI

Görgül veya kavramsal temelli olma durumu	n	%
Kavramsal veri temelli	441	89.8
Görgül veri temelli	50	10.2
TOPLAM	491	100.0

anlamlı bir ilişkinin var olduğu görülmektedir (ki-kare = 17.40852). Yayın kurullu olan dergilerde yayımlanan makalelerin % 3.4'ü görgül veri temelli iken, yayın kurulu olmayan dergilerde yayımlanan makalelerin oranı da % 15.0 çıkmaktadır. Görüldüğü üzere yayın kurulu olmayan dergilerde yayımlanan makalelerin ampirik temele dayanma oranı daha yüksek çıkmaktadır. Veriler, Türkiye'de yayın kurulu kurumlaşmasının henüz tam anlamıyla oluşmadığına ilişkin görüşleri destekler nitelikte çıkmıştır. Tablo 8'in ortaya koyduğu bir başka bulgu da, Tür-

TABLO:7 - 1979-1994 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'DE TURİZM KONULU YAYIMLANMIŞ MAKALELERİN GÖRGÜL VEYA KAVRAMSAL TEMELLİ OLMA DURUMLARININ DERGİLERE GÖRE DAĞILIMI

Dergiler	Kavramsal		Görgül	
	n	%	n	%
Anatolia Dergisi	125	94.0	8	6.0
Turizm Yıllığı	111	78.2	31	21.8
Turizm İşletmeciliği Dergisi	107	97.3	3	2.7
Eskişehir İİBF Dergisi	6	100.0	-	-
İ.Ü. İCTAM Seçme Yazılar	6	100.0	-	-
Seçme Makaleler	2	33.3	4	66.7
Banka ve Ekonomik Yor. Dergisi	3	100.0	-	-
Verimlilik Dergisi	6	100.0	-	-
Hacettepe İİBF Dergisi	6	75.0	2	25.0
Kalkınma Dergisi	25	92.6	2	7.4
Diğer	48	100.0	-	-
TOPLAM	441	89.8	50	10.18

TABLO:8 - TÜRKİYE'DE TURİZM KONULU MAKALE YAYIMLAYAN DERGİLERİN YAYIN KURULLU OLUP OLMAMASININ MAKALELERİN GÖRGÜL VEYA KAVRAMSAL TEMELLİ OLMASINA GÖRE DAĞILIMI (1979-1994)

Dergilerin yayın kurullu olup olmama durumu	Kavramsal		Görgül		TOPLAM
	n	%	n	%	
Yayın kurullu	197	96.6	7	3.4	203
Yayın Kurulsuz	244	85.0	43	15.0	287
TOPLAM	441	89.8	50	10.2	491

kiye'de araştırmacıların turizm konulu makale yayımlamak için derginin yayın kurullu olup olmasına bakmadığıdır.

Makalelerin veri temelleriyle ilgili dağılımın makaleyi hazırlayan yazarların ünvanlarına göre analiz edilmesi de konuyla ilgili birtakım önemli bulguları ortaya koymaktadır. (Tablo 10). Tablo verilerine Brandt-Scenedor testini uygularsak, ki-kare değerinin 333.29 çıktığı görülmektedir. Öyleyse, makalelerin kav-

TABLO:9 - 1979-1994 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'DE TURİZM KONULU YAYIMLANMIŞ MAKALELERİN KONULARININ DÖNEMLER İÇERİSİNDEKİ DEĞİŞİMİ

Konular	D Ö N E M L E R		
	1979-84	1985-89	1990-94
Turizm ve çevre	-	3.4	12.9
Turizmin çeşitlendirilmesi	10.8	11.3	11.6
Turizm pazarlaması	13.2	13.0	15.3
Turizm sosyolojisi	9.6	2.6	6.1
Rekreasyon işl. planlaması	1.2	3.4	3.0
Turizm ekonomisi	21.6	23.4	11.2
Turizm envanteri	-	0.8	3.0
Turizm eğitimi	3.6	8.7	5.1
Seyahat işletmeciliği	7.2	2.6	4.4
Turizm yat. proje analizi	-	1.7	2.0
Konaklama işletmeciliği	26.5	24.3	18.7
Dünya turizmi	2.4	-	1.0
Diğer konular	3.6	4.3	5.1
TOPLAM	100.0	100.0	100.0

ramsal veya görgül temelli olması ile makaleleri yazarların ünvanları arasında bir ilişki bulunmaktadır. Verilerin gücünü ortaya çıkarmak için uyguladığımız Pearson's C testi, 0.91 çıkmıştır. Bu sonuç da, Tablo 10'da yer alan veriler arasında çok güçlü bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır.

7. Makale konularının dönemlere göre dağılımı

1979-1994 yılları arasında yayımlanan turizm konulu makalelerin 1990-1994 döneminde yoğunlaştığı daha önce belirtilmişti.. Gerçekten de, 1990-1994 döneminde 491 adet makalenin 293'ünün yayımlandığı görülmektedir. Dönemler arasında önemli artışlar gösterecek makalelerin dönemsel ağırlıklarıyla ilgili yüzdelerinde önemli oynamaların olmadığı Tablo 9'un verilerinin incelenmesinden anlaşılmaktadır. Örneğin, "turizmin çeşitlendirilmesi" konulu makaleler 1979-1984 döneminde 10.8 oranında bir yer kaplarken, bu oran 1985-1989 döneminde % 11.3'e ve 1990-1994 döneminde de % 11.6'ya ulaşmıştır. "Turizm pazarlaması" konulu makalelerde ise ilk iki dönem hiçbir değişme gözlenmezken, 1990-1994 döneminde çok az bir değişme görülmektedir. Öte yandan "turizm ekonomisi" konulu makaleler birinci dönemde % 21.6 ve ikinci dönemde % 23.4 iken, üçüncü dönemde % 11.2'ye düşmüştür. "Konaklama işletmeciliği" konulu makalelerde de benzer bir şekilde üçüncü dönemde bir düşme gözlenmektedir. Tablo 9'dan çıkarılabilecek sonuç, Türkiye'de turizm sektörünün dönemler itibarıyla sorunları ve üzerinde yoğunluklu olarak fikir üretmesi gereken konularının değişiklik göstermesine karşılık, hemen hiçbir dönemde makale konularında önemli bir değişim olmamasıdır. Buradan, makale yazarlarının turizm sektörünün gelişmeleriyle, ya fazla ilgilenmedikleri ya da gelişmelerin onlar için herhangi bir şey ifade etmediği yolunda bir yorumda bulunulabilir. Tablo 9'dan elde edilen bulgular; turizm araştırmacılarının sektörel gelişmeleri genellikle izlemedikleri şeklindeki iddiaları destekler niteliktedir.

SONUÇ

1979-1994 yılları arasında Türkiye'de yayımlanan turizm konulu makaleleri inceleyen bu çalışmada aşağıda yer alan sonuçlar elde edilmiştir:

1. Sözü edilen dönemde turizm konulu en fazla makaleyi "Turizm Yıllığı" isimli yayın yayımlamıştır. "Anatolia Dergisi", ikinci ve "Turizm İşletmeciliği Dergisi" de üçüncü sırada en fazla makale yayımlayan dergilerdir.

2. Makalelerin konuları itibariyle değerlendirilmesi sonucunda; en fazla "konaklama işletmeciliği" konulu makalelerin yayımlandığı anlaşılmıştır. "Turizm ekonomisi" ve "turizm pazarlaması" diğer ağırlıklı konuları oluşturmaktadır. Makale konularının incelenmesinde ortaya çıkan en önemli sonuç, Türkiye'de turizm araştırmacılarının henüz spesifik alanlarda yeterli sayıda makale hazırlamadıklarıdır.

3. Makalelerin, yazar ünvanlarına göre analiz edilmesi ile de; en fazla makaleyi "diğer" adı ile ifade edilen ve üniversite dışındaki yazarların oluşturduğu grubun yayımlattıkları ortaya çıkmıştır. Üniversitelerde görevli olanların kendi aralarında analiz edilmesi sonucunda, en çok makaleyi doçentlerin, dr'lerin, yardımcı doçentlerin yayımlattıkları görülmüştür. Bu bulgu, Türkiye'de akademisyenlerin kariyer için makale yayımlattığı yolundaki iddiayı destekler niteliktedir.

4. Makalelerin dönemler itibariyle incelemeye alınması ile, 1990-1994 döneminde, toplam makale sayısının yarısından daha fazlasının yayımlanmış olduğu anlaşılmıştır. Toplam makale sayısının % 16.9'u 1979-1984 ve % 23.4'ü de 1985-1989 döneminde yayımlanmıştır.

5. Makalelerin yayın kurulu denetimi olan veya olmayan dergilere göre dağılımının araştırılması sonucunda, makalelerin çoğunlukla yayın kurulu olmayan dergilerde (% 58.5) yayımlanmış olduğu ortaya çıkmıştır.

6. Makalelerin % 89.8'inin kavramsal temelli, % 10.2'sinin de görgül veri temelli hazırlanmış oldukları görülmüştür.

TABLO:10 - 1979-1994 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE'DE TURİZM KONULU YAYIMLANMIŞ MAKALELERİN KAVRAMSAL VEYA GÖRGÜL TEMELLİ OLUP OLMAMALARININ YAZARLARIN ÜNVANLARINA GÖRE DAĞILIMI

Ünvanlar	Kavramsal		Görgül		n
	n	%	n	%	
Profesör	24	77.4	7	22.6	31
Doçent	74	89.2	9	10.8	83
Yardıma doçent	60	89.6	7	10.4	67
Dr.	75	92.6	6	7.4	81
Araştırma görevlisi	45	80.4	11	19.6	56
Öğretim görevlisi	57	91.9	5	8.0	62
Üniversite dışından	103	95.6	5	4.6	108
TOPLAM	438	89.8	50	10.2	488

7. Makalelerin konularının dönemler itibariyle incelenmesi ile, makale konularından pek fazla değişme olmadığı anlaşılmıştır. Dönemler itibariyle makale konularının pek fazla artış veya azalış göstermemesinin ardından yatan bir neden olarak, turizm araştırmacılarının Türk turizm sektöründe ya da dünya genelindeki gelişmeleri yakından izlemedikleri ve ilgilenedikleri yönünde değerlendirilebilir. □

TABLO :11 - YAZAR ÜNVANLARININ TURİZM KONULU MAKALE YAYIMLAYAN DERGİLERİN YAYIN KURULLU OLUP OLMAMALARINA GÖRE DAĞILIMI

Ünvanlar	Yayın kurullu		Yayın kurulsuz		n
	n	%	n	%	
Profesör	7	32.6	23	74.1	31
Doçent	37	44.6	46	55.4	83
Yardımcı doçent	21	31.3	46	68.7	67
Dr.	46	56.8	35	43.2	81
Araştırma görevlisi	25	44.6	31	55.4	56
Öğretim görevlisi	27	39.3	34	60.7	62
Üniversite dışından	36	33.3	72	66	108
TOPLAM	200	41.0	287	58.8	488

KAYNAKÇA

ATASAGUN, Hasan Fehmi, "Ekonomi Bilim Dalı Alanında Yazılmış Makaleler Üzerine Bir Araştırma, 1969-1982" (Basılmamış Mezuniyet Çalışması), Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü, Ankara, 1983.

BERKMAN, A. Ümit, Kamil KOZAN, "Amme İdaresi Dergisi'nde Yayınlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 12, Sayı:1, Mart 1979, ss. 9-26.

BERKMAN, A. Ümit, "Amme İdaresi Dergisi'nde Yayınlanan Makaleler ve Türk Yönetim Yazını", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt:20, Sayı: 4, Aralık 1987, ss. 19-42.

BİLGİN, N., "Türkiye'de Yapılan Psikoloji Araştırmaları Üzerine Bir İnceleme", *Türkiye'de Sosyal Bilim Araştırmalarının Gelişimi*, Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayını, Ankara, 1986.

BLALOCK, H.M., *Social Statistics*, McGraw-Hill Book Company, New York, 1972.

BOWMAN, J.S., J.B. RICHARD, "A Portrait of the Discipline: The Professional Literature of Political Science in the Seventies", *The Political Science Review*, Cilt: 5, Güz 1975.

DENER, H. Işın, H. Fehmi ATASAGUN, "İktisadi Makalelerin Alt Konulara Dağılımı Hakkında Bazı Gözlemler: Journal of Economic Literature'den Yapılan Sayım Sonuçlarının Değerlendirilmesi", *H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 1-2, 1985, ss. 125-143.

DENER, H. Işın, "Onuncu Sayısında Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Denetimli Permüte Başlık İndeksi", *H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt:8, Sayı:2, 1990, ss. 157-189.

GOODALL, M.R., J. BARRY, M.B. WESTING, "Public Administration Review: 1940 Through 1969", *Public Administration Review*, Cilt: 32, Sayı: 1, 1972.

HENDERSON, John, *SSPx Made Simple*, Wadsworth Publishing Company, California, 1987.

HEPER, Metin, A. Ümit BERKMAN, "Türkiye'de Kamu Yönetimi Araştırma ve Eğitiminde Kavramsal Kuram ve Yönetim Sorunları", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 12, Sayı:2, Haziran 1979, ss. 4-18.

İÇLİ, Tülin, *Sosyal Bilimlerde İstatistik*, Hacettepe Üniversitesi Fen Fakültesi Basımevi, Ankara, 1987.

İNÖNÜ, Erdal, 1923-1966 Döneminde Fizik Dalındaki Araştırmalara Türkiye'nin Katkısını Gösteren Bir Bibliyografya ve Bazı Gözlemler, ODTÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Yayınları, No: 24, Ankara, 1971.

İNÖNÜ, Erdal, 1923-1966 Dönemi Türkiye Matematik Araştırmaları Bibliyografyası ve Bazı Gözlemler, ODTÜ Fen ve Edebiyat Fakültesi Yayınları, No: 26, Ankara, 1973.

İNÖNÜ, Erdal, "1923-1966 Döneminde Türkiye'nin Kimya ve Biyokimya, Eczacılık, Kimya Mühendisliği, Metalurji Gibi İlgili Dallarda Araştırmaya Katkısını Gösteren Bir Bibliyografya Üzerine Gözlemler", *V. Bilim Kongresi Bilim Adamı Yetiştirme Grubu Tebliğleri*, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu Bilim Adamı Yetiştirme Kongresi, Ankara, 1975, ss. 29-36.

İNÖNÜ, Erdal, 1923-1966 Dönemi Türkiye Kimya Araştırmaları Bibliyografyası ve Bazı Gözlemler, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, No: 313, İstanbul, 1982.

KOZAK, Nazmi, "1963-1992 Yılları Arasında Türkiye'de Yüksek Lisans ve Doktora Seviyelerinde Yazılmış Tezlerin Çeşitli Parametrelere Göre Değerlendirilmesi", *Dört Yıllık Turizm Yüksek Okullarında Eğitim-Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları Semineri 23-25 Eylül 1994- Nevşehir*, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Yayını, Nevşehir, 1994, ss. 150-158.

KOZAK, Nazmi, "Anatolia Dergisi'nde Yayınlanan Yazılar Üzerine Bir İnceleme", *Anatolia Dergisi*, Yıl: 5, Sayı:4, Aralık 1994, ss. 22-33.

LEE, Nan-a, "1928'den 1960'a Kadar Cumhuriyet Gazetesi'nde Edebiyat, Tarih, Kültür ve Sanatla İlgili Yazıların Sistematik Bibliyografyası" (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1991.

PERRY, James L., Kenneth L. Kraemer, "Research Methodology in the Public Administration Review, 1975-1984", *Public Administration Review*, Cilt: 47, Sayı:3, 1986.

ÖNER, Oğuz, "S.B.F. Dergisi'nde İktisadi Araştırmalar: 1960-71", *Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 27, Sayı: 1, 1972, ss. 167-184.

SÜMBÜLOĞLU, Kadir, "Toplumsal Araştırmalarda Verinin Önemi", *Türkiye'de Toplumsal Bilim Araştırmalarında Yaklaşımlar ve Yöntemler* (Der. Seyfi Karabaş, Yaşar Yeşilçay), Ortadoğu Teknik Üniversitesi Türk Halkbilimi Topluluğu, Ankara, 1977, ss. 59-64

ÜSDİKEN, Behlül, Yorgo PASADEOS, "Türkiye'de Yayınlanan Yönetimle İlgili Makalelerdeki Atıflar Üzerine Bir İnceleme", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 25, Sayı: 2, Haziran 1992, ss. 107-134.

ÜSDİKEN, Behlül, Yorgo Pasadeos, "Türkiye'de Yayınlanan Yönetimle İlgili Veri Temelli Makalelerde Yöntem", *ODTÜ Gelişme Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 2, 1992, ss. 249-266.

ÜSDİKEN, Behlül, Yorgo PASADEOS, "Türkiye'de Örgütler ve Yönetim Yazını", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 2, 1993, ss. 73-93.

YILDIRIM, Yasemin, "1968'den 1993'e Amme İdaresi Dergisi", *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 1, Mart 1993, ss. 255-262.

Makale konularındaki değişimi dönemler itibariyle analiz ettiğimizde, konuların önemliklerinden önemli değişimlerin olmadığı ortaya çıkmıştır.

OTEL YÖNETİMİ TEORİ VE TEKNİKLERİ..

Otel işletmelerinde uygulanan yönetim teori ve tekniklerine bir bakış

FEVZİ OKUMUŞ

GİRİŞ

Yönetim teori ve tekniklerinin uygulanması, diğer sanayi işletmelerine oranla otel işletmelerinde daha zor ve yavaş olmuştur. Bunun temel nedeninin bu işletmelerin genellikle küçük oluşları ve aile bireyleri tarafından yönetilip işletilmeleri olduğu söylenebilir. Diğer endüstri dallarında gelişen ve kullanılan yönetim teori ve teknikleri zamanla otel işletmelerinde de kullanılmaya başlanmış ve oldukça geniş bir kullanım alanı bulmuştur. Herhangi bir teori ve teknik tek başına yeterli olmadığına göre, otel yöneticilerinin hedeflerine ulaşabilmeleri için bu teori ve teknikler hakkında derinlenmesine bilgi sahibi olmaları gerekir. Bu çalışmada klasik, neo-klasik ve modern yönetim teori ve teknikleri açıklanarak otel işletmelerinde ki kullanım alanları hakkında bilgi verilmiş ve bazı önerilerde bulunulmuştur.

Otel işletmelerinin tanımı

Oteller; asil fonksiyonları müşterilerin geceleme ihtiyaçlarını karşılamak olan ve bu hizmetlerin yanında yemek, içme, eğlence ve diğer tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen en az 20 odalı tesislerdir (Resmi Gazete 1983).

Medlik (1989) ise oteli, sahibi tarafından özel bir sözleşmeye gerek duyulmaksızın kendisine yapılacak hizmete, belirlenen bir fiyatı ödemeye istekli ve kabul edecek olan insanlara; yer, yiyecek ve içeceğin sunulduğu bir işletme olarak tanımlamıştır. Olali ve Korzay (1989) ise oteli; yapısı, teknik donatımı, konforu gibi maddi, personelin hizmet kalitesi ve marka gibi moral elemanlarıyla da uygar bir insanın arzu ettiği nitelikte konaklama, beslenme, eğlence vs. ihtiyaçlarını bir ücret

karşılığında karşılamayı meslek olarak kabul eden ekonomik ve sosyal açıdan disiplin altına alınmış bir işletme olarak tanımlamışlardır. Otellerde yukarıda belirtilen asgari koşulların yanında, konferans ve kokteyl salonları, bar, yüzme havuzu, gece kulüpleri, ziyafet ve oyun salonları, dükkanlar, seyahat acentesi gibi değişik birçok birim de bulunabilir.

Otel işletmelerinin özellikleri

Oteller faaliyet gösterdikleri yere, sezona, büyüklüklerine, sahiplik durumlarına, işletme şekillerine, ve sundukları hizmet kalitelerine göre değişik şekillerde sınıflandırılır. Ancak genel olarak bilinen ve uluslararası alanda kabul gören sınıflandırma yıldız esasına göre yapılan sınıflamadır. Bu da 5 yıldızlı, 4 yıldızlı, 3 yıldızlı, 2 ve tek yıldızlı otel şeklindedir. Tesislerin sahip oldukları nitelik ve nicelikleri ile sundukları değişik hizmetlerin kalitesi ve fazlalığına göre yetkili otoriteler tarafından yapılan analiz ve puanlamalar sonucu bu sınıflandırmalar (yıldızlama) saptanır (Kalkan 1989).

Otel işletmelerini diğer işletmelerden ayıran bazı temel özellikleri bulunmaktadır (Keiser 1989, Powirs 1988, Aktas 1989). Genel olarak bu özellikler şu şekilde sıralanabilir;

- Otel işletmeleri hizmet üretirler,
- Otel işletmeleri zaman satar,
- Otel işletmeciliği insan gücüne dayanır,
- Otel hizmetleri personel arasında yakın işbirliği ve yardımlaşmayı gerektirir.
- Otel işletmeleri günün 24 saati, haftanın 7 günü ve yılın 365 günü sürekli hizmet verir.

ABSTRACT

THE MANAGEMENT THEORIES AND TECHNIQUES IN THE HOTEL INDUSTRY

This article is concerned with the management theories and techniques in the hotel industry. The development of management theory has followed a rather circuitous route in the hospitality industry that same management approaches may differ considerably from other approaches and there is a considerable dispute over the relative effectiveness of each. A hotel manager should be aware of these often conflicting approaches and be able to draw from them what is the best for his or her purposes. The purpose of this study is to explain and investigate the development of management thought and theories in the hotel industry. In this article, after giving the definition and main characteristics of hotels, the classic, neo-classic and modern management theories are explained and detailed. Finally the article ends with a conclusion and some recommendations.

Fevzi Okumuş, Muğla University, Muğla, Turkey.

Fevzi Okumuş: Lisans, Çukurova Üniversitesi Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (1990); yüksek lisans, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı (1992), Muğla Üniversitesinde araştırma görevlisi ve Oxford Brookes Üniversitesinde lisansüstü çalışmalarını sürdürmektedir.

- Otel işletmeciliği dinamizm gerektirir,
- Otel işletmeciliğinde risk faktörü oldukça yüksektir.

OTEL İŞLETMELERİNDE YÖNETİM VE YÖNETİM TEORİLERİ

Yönetim evrensel bir süreç, toplumsal yaşam kadaireski bir sanat, gelişmekte olan bir bilimdir. Süreç olarak yönetim, birtakım faaliyet ve fonksiyonlar, sanat olarak yönetim bir uygulamayı, bilim olarak yönetim de sistematik ve bilimsel bir bilgi topluluğunu ifade eder (Baransel 1979). Yönetim sevk ve idare kavramının karşılığı olmakla beraber, başkalarına iş gördürme, başkaları aracılığı ile iş başarma ve amaçlara ulaşmak olarak da tanımlanabilir (Tosun 1982).

Otel işletmeleri açısından yönetim, örgütsel amaçlara ulaşmada, birey ya da grup aracılığı ile yapılan faaliyetlerin planlaması, organizasyonu ve kontrolü olarak tanımlanır (Keiser 1990).

Önceleri otel işletmelerinde yönetim tekniklerinin geliştirilmesine gerek duyulmamış, doluluk oranlarında düşümlere ve maliyetlerin artmasına karşın, karlılık korunmuş ve yönetim esas olarak gösteri ve ev sahipliği konusunda uzman olan bireylere bırakılmıştır. Otelin saygınlığı da başansı sahibinin ve idarecisinin adı ile orantılı olmuştur. Buna rağmen otel işletmelerinde yönetim başarıyla uygulamış Cesar Rits, Ellsworth Statler, Ralph Hitz, Geoerge Auguste Escoffier, Frank Cose, Condrad Hilton ve Horward Johnson gibi birçok ünlü otelci de bulunmaktadır.

Özellikle 1920-1950 yılları arasında maliyetlerin yükselmesi, sendika faaliyetlerinin yoğunlaşması, doluluk oranlarının düşmesi ve ciddi rekabet koşullarının oluşması gibi önemli problemlerle karşılaşmıştır. Bunun sonucu otel sahip ve yöneticilerinin kişisel yetenek ve tanınırlıklarının yeterli olmadığı ve bilimsel yönetim tekniklerine gereksinim duyulduğu anlaşılmış ve bu konuda çalışma ve uygulamalara ağırlık verilmiştir (Keiser 1989).

Yönetim teori ve tekniklerinin otel işletmelerinde uygulanması diğer sanayi işletmelerine oranla daha zor olmuştur. Bunun temel nedeninin bu işletmelerinin genellikle küçük oluşları ve aile bireyleri tarafından yönetilip işletilmesi olduğu söylenebilir. Bu nedenle otel işletmeleri gelişen yönetim teori ve tekniklerini kabulde sınırlı ve tereddütlü olmuşlardır. Günümüzde otel işletmeleri yönetiminde klasik, neo-klasik ve modern yönetim düşüncesinin birçok tekniği başarıyla uygulanmaktadır (Keiser 1989, Powers 1988). Aşağıda bu teori ve teknikler sırasıyla açıklanmıştır.

1. Bilimsel yönetim yaklaşımı

Bilimsel yönetim anlayışının öncüsü Fredrick Winslow Taylor, personelibüyük gruplar haline getirerek sıkı bir grup kontrolü altında, mal ve hizmet üretimini önermiştir. Yaptığı çalışmalarla bilimsel yönetiminin temel unsurlarını dört ilkede toplayan Taylor, bu ilkelerin yöneticilerinin temel görevleri olduğunu savunmuştur. Bu ilkeler gerçek ve işbiliminin geliştirilmesi, personelin bilimsel olarak seçilmesi, eğitilmesi ve yönetim ve personel arasında süreli ve samimi bir işbirliğinin sağlanmasıdır (Powers 1988).

Frank Gilberth de iş verimini arttırmak amacıyla hareket etüdünü ortaya atmıştır. İş akışında gereksiz hareketlerin belirlenerek çıkarılması, bilinçli ve rasyonel bir iş akışının sağlanması Gilberth'in başlıca amacıydı. Gilberth çalışanların yaptıkları hareketleri belirlemede ve analiz etmede 'therblig' sembollerini geliştirmiş ve işçilik zamanını en aza indirmek ve personelin daha verimli çalışması konusunda çalışmalar yapmıştır (Maviş 1985, Powers 1988).

Taylor ve Gilberth tarafından geliştirilen hareket ve zaman etüdü 1948 yılında Chicago'nun Sherman otelinde Purdeu Üniversitesi'nin araştırmacıları tarafından uygulanmış ve oda temizliğinde 17 dakikalık bir tasarruf sağlanmıştır. Bu oran işgücü maliyeti ve para olarak değerlendirildiğinde yapılan hareket ve zaman etüdülerinin oteller için ne kadar önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Otel işletmelerinde

Otel işletmeleri açısından yönetim, örgütsel amaçlara ulaşmada, birey yada grup aracılığı ile yapılan faaliyetlerin planlaması, organizasyonu ve kontrolü olarak tanımlanır

haraket ve zaman etüdü sadece oda temizliğinde değil, aynı zamanda bütün departmanlarda başarı ile kullanılmaktadır. (Lundberg 1980)

Yönetim biliminin veya yönetim sürecinin kurucusu sayılan Henry Fayol, yönetim sürecinin planlama, örgütleme, kumanda, koordinasyon ve kontrol faaliyetlerinden oluştuğunu ileri sürmüş ve bazı ilkeler geliştirmiştir. Bunlar amaç birliği, iş bölümü, yetki ve sorumluluk, merkeziyetçilik veya merkezleşme gibi hiyerarşik düzenlemelerden oluşan yapısal ilkeler uygulamada ve düzenlemede eşitlik, disiplin, yeterli ödüllendirme ile kumanda birliği ve işletmenin genel çıkarlarının kişisel çıkarlardan üstün tutulmasını içeren süreç ve düzen, denge, inisiyatif geliştirme ve birlik ruhundan oluşan sonuçlarla ilgili ilkelerdir (Keiser 1989).

Taylor ve Fayol'un görüşlerini Vernon ve Gordon Stouffer kardeşler restoranlarında uygulamışlar ve başarılı sonuçlar almışlardır. Tecrübeli mutfak seflerinin yerine, beslenme uzmanlarını ve standart yemek reçetelerini uygulayacak kadın aşçıları istihdam etmişler ve işleri planlayarak hizmet birimlerine göre grupları örgütlemişlerdir. İşe göre personel istihdam ederek personelin eğitimini sağlamışlar, maliyet ve porsiyon kontrollerini geliştirmişlerdir. Modern bölümlendirme sistemini kurarak asgari bir organizasyon kataloğu içinde ast-üst ilişkileri sağlanmış, çalışanlarla yönetim arasında farklılığı gösteren üniforma ve hitap şekillerini geliştirmişlerdir. Stouffer kardeşler personel yönetimi konusunda öncülük ederek, çalışanlara ücretli izin, grup sigortası gibi sosyal haklar da tanımışlardır (Aktaş 1989).

Otelcilik sektöründe önemli düşünce ve uygulamalardan biri de Eldarth Statler tarafından başlatılmıştır. Statler, Amerika'da geliştiğini farkettiği orta sınıfın beklentilerine uygun, piyasaya hitap eden küçük işletmesini, ulusal piyasaya hitap edebilen bir otel zincirine dönüştürmüştür. Önceleri halkın ödeme gücüne uygun bir restoranla işe başlayan Statler, daha sonra lüks otellerin bütün konfor ve etkinliğini sağlayan oteller inşa ederek lüks otellerin etkinliğini sarsmıştır. Statler zincir otel-

lerinin sayısı arttıkça merkezi yönetim merkezi kontrol, merkezi mimarı-dizaynı ve personel konularında kurmay hizmet birimlerini kurup geliştirmiştir (Powers 1988).

Sonuç olarak, klasik yönetim düşüncesini benimseyen otel işletmelerinde şu özellikler görülür (Maviş 1985): Biçimsel örgüt yapısı, sınırları kesin çizgilerle belirlenmiş hiyerarşik bir düzen içinde ast-üst ilişkilerine dayanır. Otel yöneticileri örgütsel simge olup, tüm otel faaliyetlerini içeren çeşitli görevleri üstlenirler. Bunlardan bazıları; otelin amaçlarını, politikalarını ve programlarını belirlemek, bunları örgütleme ve yöneltme fonksiyonları ile uygulamaya aktarmak, otel faaliyetlerinin istenilen amaçlara ulaşması için koordinasyonu sağlamak ve otel personelinin örgütsel amaçlara uygun davranışlarını teşvik etme ve uymayanları cezalandırmadır. Her göreve ilişkin yetki ve sorumluluklar ayrıntılı şekilde ve kesin çizgilerle belirlenmiştir ve kararlar çoğunlukla üst kademedede alınır ve astların kararlara katılmaları, iş ve örgüt ilgili fikir beyan etmeleri olanaksızdır. Haberleşme genellikle yukarıdan aşağıya doğru, yazılı ve belirli kurallara bağlanmıştır.

2. Neo - klasik yönetim düşüncesi (insan ilişkileri yaklaşımı)

Klasik yönetim yaklaşımının ve örgütü ikinci plana atması ve yönetimde kesin ve katı kurallar koyması haklı eleştirilere sebep olmuştur (Baransel 1979). Bunun sonucunda yeni bir yönetim felsefesini temsil eden, yönetim ve organizasyon olgusuna farklı açıdan bakın insan ilişkileri yaklaşımı' hızla gelişerek yönetim uygulamalarında bir akım ve ekol haline gelmiştir. İnsan ilişkilerine dayanan neo-klasik yönetim düşüncesi esas itibarıyla, klasik yönetim yönetim düşüncesi kavram ve prensiplerine dayanır. Ancak neo-klasik düşünce kavram ve prensipleri insan ilişkileri yaklaşımıyla yumuşatılmış ve geliştirilmiştir (Met 1989).

Elton Mayo ve arkadaşları tarafından yapılan Hawthorne araştırmaları "insan ilişkileri" yaklaşımının başlangıcını oluşturmuş ve yönetimde insan unsurunun

Otelcilik sektöründe önemli düşünce ve uygulamalardan biri de Eldarth Statler tarafından başlatılmıştır. Statler Amerikada geliştiğini farkettiği orta sınıfın beklentilerine uygun, piyasaya hitap eden küçük işletmesini, ulusal piyasaya hitap edebilen bir otel zincirine dönüştürmüştür.

önemli rol oynadığını ortaya koymuştur. Genel olarak beşeri ilişkiler yaklaşımı; işletmede personele önem verilmesi, onların ihtiyaçlarının tatmin edilmesi ve morallerinin yüksek olmasının üretim verimliliği üzerindeki etkisi üzerinde durmaktadır (Mucuk 1987).

Beşeri ilişkiler yaklaşımının özü, bir organizasyon içinde insan unsurunu anlamak ve yeteneklerinden en yüksek oranda yararlanmak için nelerin yapılması gerektiğidir. Gruplar ve davranışlar, biçimsel olmayan organizasyon, tutum ve algılar, motivasyon, liderlik, kararların davranışsal yönü, beşeri ilişkiler yaklaşımının ana konularını oluşturur.

Beşeri ilişkiler yaklaşımının üzerinde durduğu konular, otel işletmelerinde çok daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Çünkü otel işletmeleri insan endüstrisi olarak bilinir ve otel yöneticilerinin beşeri ilişkiler konusunda yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olmaları gerekir. Otel işletmelerinde beşeri ilişkiler, personel, yönetici ve müşteri arasında olmak üzere üç yönlüdür. İnsanlar yaradılışları gereği birbirinden farklıdır ve anlaşılmalrı ve yönetilmeleri zordur. Bu nedenle otel yöneticisi çalıştırdığı personel ve müşteri oranında problemle karşı karşıyadır. Başarı, hem personelin hem de müşterinin memnun edilmesine dayanır.

Beşeri ilişkiler yaklaşımı, çalışanların ilişkilerinin, gerek işletme içinde, gerekse işletme dışında devamını ve gelişmesini amaçlar. Beşeri ilişkiler yaklaşımını benimseyen otel işletmelerinin ortak özellikleri aşağıdaki gibidir. (Maviş 1985). Otel yönetimi çalışanlara değer vermek ve verimliliği arttırmak için onları ilgilendiren konularda fikirlerini alır ve kararlara ortak eder. Etkin bir haberleşme ve buna bağlı olarak güvenli bir ortamda üstlerin astlara yetki devretmesi, otel içindeki faaliyetlerin daha etkin şekilde gerçekleşmesini sağlar ve sonuçta karlılık ve verimlilik artar. Otel yönetimi ödüllendirme ve cezalandırmaya ağırlık vermeden işi benimsetmeye çalışır.

3. Modern Yaklaşımlar.

Beşeri ilişkiler yaklaşımının ardından 1950'lerden sonra gelişmeye başlayan

modern yönetim düşüncesini üç ayrı gelişme şekillendirmiştir. Bunlar insan davranışlarını bilimsel bir yaklaşımla inceleyen örgütsel davranış yaklaşımı matematiksel tekniklere ve elektronik makina ve bilgisayarlara dayalı rasyonel bir yaklaşım olan yöneylem araştırması' ve yönetime bir düşünce aracı olarak uygulanan sistem yaklaşımıdır. Ayrıca gelişimlere paralel olarak yönetim anlayışında durumsallık yaklaşımı' amaçlara göre yönetim ve 'kalite kontrol grupları' gibi yeni yaklaşım ve tekniklerde ortaya çıkmış ve geniş kullanım alanları bulmuşlardır.

Örgütsel davranış yaklaşımı beşeri ilişkiler yaklaşımının devamı niteliğindedir ve işgücü ve onların fikirlerine değer verilmesini savunur. Yöneylem araştırması ise otel faaliyetleri ile ilgili kararların rasyonelliğini artırma ve hataları azaltma amacıyla matematik, istatistik, bilgi-işlem gibi sayısal ve teknolojik gelişmelerden faydalanılmasıdır. Sistem yaklaşımı ise büyüme ve gelişme gibi konulara uygulanabilecek ilke, prensip ve teoriler geliştirmiştir. Böylece olayları tek bir açıdan, başka olay ve çevre şartlarından kopuk olarak incelemek yerine her olayı belirli bir çevre içinde başka olaylarla ilişkisi olarak incelemenin, olayları anlama, tahmin ve kontrol açısından daha etkin olduğu ileri sürülür. Sistem yaklaşımına göre otel açık ve makro bir sistem olarak ele alınmakta, restoran, odalar bölümü ve otelin diğer ana bölümleri sistem restaurantını oluşturan yemek salonu ve mutfak gibi birimler de alt sistemleri oluşturmaktadır (Keiser 1989).

Durumsallık yaklaşımında, ise her duruma uyan tek bir yolun olmadığı ve çevre koşullarının sürekli değiştiğini bu nedenle durum ve şartlara uygun yönetim uygulamalarının bulunması ve geliştirilmesi amaçlanır. Kalite çemberlerinde ise otel içinde kalite kontrol grupları oluşturularak personelin fikir ve önerilerinden faydalanılması amaçlanır ve elde edilen olumlu sonuçlar ve gelişmeler personele de yansıtılır.

II. Dünya savaşından sonra turizmin hızla gelişmesi, otelcilik sektörünün de hızla gelişmesini ve özellikle zincir ötel-

Beşeri ilişkiler yaklaşımının üzerinde durduğu konular, otel işletmelerinde çok daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Çünkü otel işletmeleri insan endüstrisi olarak bilinir ve otel yöneticilerinin beşeri ilişkiler konusunda yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olmaları gerekir.

ciliği beraberinde getirmiştir. Zincir oteller kendilerine özgü bina, hizmet ve yönetim tekniklerini geliştirerek faaliyetlerini merkezi bir organizasyon ve bilgi-işlem ağı içinde yönlendirmekte, personelin seçimi, eğitimi, motive edilmesi ve terfileri de belirli kurallara göre yapılmaktadır. Ayrıca etkin bir iletişim sistemi ile personelin fikirlerinden yararlanılması ve çalışanlarla iş içinde ve dışında ilgilenilmesi amaçlanmaktadır. Kaliteli personel ve kaliteli hizmet sloganı ile hizmet vermektedirler.

Yukarıda açıklanan modern yönetim tekniklerinin birçoğu otel işletmelerinde başarıyla uygulanmaktadır. Otel yöneticileri duruma ve karşılaştıkları problemlere göre bu yönetim teori ve tekniklerini seçmek ve kullanmak durumundadırlar. Modern yönetim yaklaşımlarını benimseyen otel işletmelerinde şu özellikler görülür (Maviş 1985): Yönetim, sorunların çözümünde sistem yaklaşımını uygular. Otel faaliyetleri içinde reklamlara dökülebilen alanlarda yöneylem araştırmasının tekniklerinden yararlanır. Otel yöneticileri, örgütsel sorunları çözmek için gerekli ortamı hazırlar, karar almada ve sorunların çözümünde sorumluluğu büyük ölçüde astlara devreder. Ayrıca personel arasında güven artırıcı düzenlemeler yaparak faaliyetlerin etkin bir biçimde yürütülmesini sağlayacak ödüllendirme sistemini kurar ve otel yönetiminin her kademesinde yönetilme katılımı ve özdenetimi artırıcı düzenlemelere gider.

SONUÇ

Günümüzde otel işletmeleri yönetiminde klasik, neo-klasik ve modern yönetim düşüncesinin birçok tekniği uygulanmaktadır. İş ve zaman etüdüleri, planlama, örgütlenme, koordinasyon, ve kontrol gibi faaliyetler klasik yönetim düşüncesini, çalışanlara daha fazla değer verilmesi, fikirlerinin alınması, kararlara ortak edilmesi ve yetki devri de neo-klasik yönetim düşüncesini otel faaliyetlerinin rakamlara dökülebilen ve kontrol aşamalarında kul-

lanılan yöneylem araştırması, sorunların çözümünde kullanılan sistem yaklaşımı, çalışanlarla ilgili konularda örgütsel davranış çalışmaları, durumsallık yaklaşımı ve kalite çemberleri çalışmaları da modern yönetim düşüncesini temsil etmektedir.

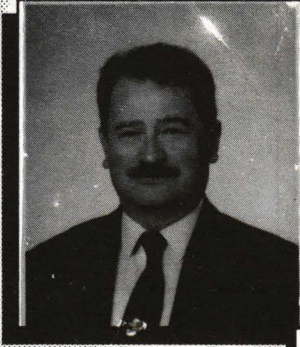
Sonuç olarak otel işletmelerinde gelişen yönetim teori ve teknikleri değişik şekillerde başarı ile kullanılmaktadır. Ancak otel işletmelerinde kaliteli hizmet, müşteri ve personel emniyeti ve yönetimin başarısı önemli ölçüde otel personelinin etkinliğine bağlıdır ve bu nedenle yönetimdeki gelişmeler diğer teori ve teknikleri dikkate almakla beraber daha çok beşeri ilişkiler ve örgütsel davranış yaklaşımları doğrultusundadır. Ülkemizdeki otel yöneticilerinin de bu hususu gözden kaçırmamaları, kendilerinin ve istemlerinin başarıları açısından oldukça önemlidir. Diğer önemli bir hususu da, yönetimin sürekli gelişen bir süreç ve aşama olması nedeniyle otel yöneticilerinin devamlı kendilerini yenilemeleri ve esnek olmaları gerektiğidir. □

KAYNAKÇA

- AKTAŞ, Ahmet, *Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi*, Antalya 1989.
- BARANSEL, Atilla, *Yönetim Düşüncesinin Evrimi*, İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul, 1979
- DERELİ, Toker, *Organizasyonlarda Davranış*, İstanbul, 1981.
- KELKEN, Orhan, *Turizm Mevzuatımız*, Ankara 1989.
- KEISER, J.R. *Principle and Practices of Management in the Hospitality Industry*, İkinci Baskı, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989.
- LUNDENBERG, D.E. ve ARMATOS P.J. *The Management of People In Hotels, Restaurants and Clubs*, 4. baskı, Iowa, 1980.
- MAVIŞ, Feri, *Otel Yönetimi ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Likert Modeli Uygulanması*, Eskişehir, 1985.
- MEDLİK, S., *The Business of Hotels*, 2. Baskı, Oxford, 1989.
- MET, O. L., *Ağırlama-Hizmet İşletmelerinde Yönetim ve Yöneticilik*, Balıkesir, 1989.
- MUCUK, İsmet, *Modern İşletmecilik*, İstanbul 1987.
- OLALI, Hasan ve KORZA Y. Meral, *Otel İşletmeciliği*, İstanbul, 1989.
- POWERS, T.F., *Introduction to Management in The Hospitality Industry*, 3. Baskı, John Wiley ile Sons, 1988. Resmi Gazete, S. 83/7288 (14.10.1983).
- SENER, Burhan, *Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon*, Ankara, 1990.
- TOSUN, Kemal, *İşletme Yönetimi*, Savaş Yayınları, Ankara, 1982.

Modern yönetim tekniklerinin birçoğu otel işletmelerinde başarıyla uygulanmaktadır. Otel yöneticileri duruma ve karşılaştıkları problemlere göre bu yönetim teori ve tekniklerini seçmek ve kullanmak durumundadırlar.

sektör'den...



**Uluslararası piyasada
şu anda iyi durumda olan
imajımız ve avantajlarımız
talebin özelliğinden
kaynaklanan faaliyetlerle
desteklendiğinde
devamlılık
kazanabilecektir.
Yatçılığın uluslararası
anlamda hazır olan yasal
bir ortamda yürütülen
bir faaliyet olması
nedeniyle yönetsel olarak
alınacak kararlarla
sonuca ulaşılması daha
kolay olacaktır.**

**HÜSNÜ
GÜMÜŞ**

Yat turizmi açısından talep arttırıcı önlemler

Yat Turizmi Yönetmeliği'nin yürürlüğe girmesinden sonra geçen 10 yıl içerisinde "yat işletmeleri" ve "yat limanları" başta olmak üzere yat turizmi alanında birçok teşebbüs hızla gelişmiş ve Türkiye uluslararası yat turizmi piyasasında yerini almıştır.

Bu gelişim sonucu yatçılık, yat inşa sektörü ve hizmetin verildiği yörelerdeki ekonomik yapıya olan katkıları dışında turizm ekonomisi içerisinde turizm gelirlerinin % 25'ini sağlayan bir sektör konumuna ulaşmıştır.

Sektörün bu durumunu koruması yatçılara verilen hizmetlerde farklılık oluşturarak talebin kıyılanımızda, marinalarımızda ve işletmelerimize yönelmesini sağlayacak faaliyetlerle mümkün olabilecektir.

Uluslararası ticari ve özel yat pazarındaki talep artışlarından yararlanılarak piyasa payının yükseltilmesi halinde milli ekonomi açısından elde edilecek katkıların da giderek artacağı açıktır.

Bu amaca yönelik faaliyetlerin gelen turistin % 25'inin yatçılardan oluşacağı görüşünden hareket eden yatırım, tanıtma, pazarlama ve işletme projeleri bütünü içerisinde düşünülmesi ve katkıyı arttırıcı desteklerle tamamlanması hareket hok-talarından biri olacaktır.

Özelliği olan bir müşteri grubuna hitap eden yat turizmi konusunda gelecek yıllara yönelik tanıtma ve pazarlama politikaları arasında verilen hizmetlerde sağlanacak farklılıklar kadar, yatçılık dünyası ile yakın ilişkilere yönelik faaliyetler de yer almaktadır.

Bu kapsamda yatçılarla ilgili fuarlara "boot-show" anlayışı içerisinde katılınmasını sağlayacak tesbit ve düzenlemelere ihtiyaç bulunmaktadır. Workshop düzenlemesi şeklinde ele alınacak bu katılım sonucu sektörün tüm unsurları (yatçılar, yat işletmeleri, marinalar, yat yapımcıları v.d.) tanıtma ve satışa yönelik olarak bir araya gelebileceklerdir.

Yatçılığın bir başka yönü de kulüp ve dernekler şeklinde bir örgütlenmenin hakim olmasıdır. Bu nedenle yatçılara ulaşmanın bir başka yolu da bu örgütlere yönelik etkinliklerin artırılması ile ilgilidir.

Yat turizmi açısından önem arzeden ülkelerde uygulanabilecek bir modeli Almanya'daki uygulamaları örnek alarak oluşturmak mümkün görülmektedir (1).

Modelimizin aşağıdaki faaliyetleri kapsayabileceği düşünülmektedir:

1. Almanyada seyahat kararları ve türlerinin oluşmasında ve hedef ülkelerin seçilmesinde etkili olan kuruluşlar arasında 10 milyon kişiden fazla üyesi bulunan Alman Otomobil Kulübü (ADAC) önemli bir yere sahiptir.

Kulübün yatçılarla ilgili susporları bölümü tarafından her yıl çeşitli faaliyetler düzenlenmektedir. Bunlardan en önemlisi olan ADAC Motorbot Ireffen -motorlu tekneciler toplantısı- 26 yıldır Portoroz (Slovenya)'da yapılmaktadır. Ekonomik katkıları da küçümsemeyecek kadar önemli olan benzeri bir etkinliğin Türkiye'nin özelliklerini ortaya çıkaracak şekilde yapılması yanında; Türkiye'de temsilciliklerin açılmasına yardımcı olunması ve kulüp üyelerine diğer promosyonlar etkili birer tanıtma ve satış unsuru olabileceklerdir (2).

2. Bir diğer kuruluş olan Alman yelken-yat- kulüpleri federasyonu (Deutscher Segler Verlang) -DSV'dur.

20.000 üyeli bir kuruluş da üyeleri arasında iyi bir iletişim temin etmekte ve ülke seçiminde etkili olmaktadır. Bu birliğin de temsilciliğinin alınması, bir genel kurul

toplantısının (Alman Seyahat Acenteleri Birliği DRV'nin 1990 yılı toplantısı gibi) Türkiye'de yapılabilmesi ve üyelerine yönelik bir diğer faaliyetler katkı oluşturabilecektir.

3. DSV'da bağlı Akdeniz Bilgi Merkezi (Informationsstelle Mittelmeer) Akdeniz'le ilgili bilgileri toplayıp, etüdler yapmakta, ülkelerle ilgili toplantılar ve yayınlar hazırlamakta ve her yıl yat turizmi konusunda yayın yapan kuruluşların temsilcileri için geziler düzenlenmektedir.

Gelecek yıllar için öngörülen gezilerden biri Türkiye tarafından organize edilebilir.

4. Kulüplerin yayın organları ve yatçılıkla ilgili medya devamlı olarak bilgi ve haber talebinde bulunmaktadır.

Avrupa Marinalar Birliği'nin ilk toplantısının Türkiye'de yapılmasından sonra bu gibi önemli forumların deniz turizmi dendiğinde ülkemizi çağrıştıran etkiler yarattığı dikkate alınarak, devlet - özel sektör işbirliği içerisinde desteklenmeleri olumlu etkiler yaratmaktadır.

Bu kapsamda Bundesverband Wassersportwirtschaft e.V. (BWVS)'nin Mart ayında İstanbul'da yapılan 1995 Genel Kurul Toplantısı da işbirliği imkanları bıkarak sonuçlanmıştır.

Akdeniz'de rekabet halinde bulunduğumuz diğer ülkelerin aynı hedeflere yönelik çalışmaları karşısında Türkiye'nin göreceli bir üstünlüğü olduğu bilinmektedir. Bu üstünlük, hizmette ve altyapıda oluşturulacak tedbirlere devam ettirilebilir.

Uluslararası piyasada şu anda iyi durumda olan imajımız ve avantajlarımız talebin özelliğinden kaynaklanan faaliyetlerle desteklendiğinde devamlılık kazanabilecektir. Yatçılığın uluslararası anlamda hazır olan yasal bir ortamda yürütülen bir faaliyet olması nedeniyle yönetsel olarak alınacak kararlarla sonuca ulaşılması daha kolay olacaktır.

Denizlerimizin, uluslararası turizmin sağladığı imkanların değerlendirilmesi suretiyle faydalanılması aynı zamanda içeriye yönelik deniz turizmi faaliyetleri ve yan hizmetleri de geliştireceğinden denizlerimizin sevilmesinde de etkili olacaktır.

(1) Modelin oluşturulmasında Almanya:

● Alman Turizm Araştırmaları Merkezi (Studienkreis für Tourismus)'nin Alman halkının % 15'inin yakın bir gelecekte yat ehliyetine sahip olarak piyasada talep yaratacağı yönündeki görüş ve çalışmaları,

● LMüniH CDR'94 sırasında bu anlamda yapılan yayınlar,

● Alman yat basınının Almanya'da yatçılığın gelişmesini sağlamaya yönelik yayın ve teşvikleri,

● Yine aynı basın grubunun Türkiye'deki olaylara ve gelişmelere gösterdiği yakın ilgi,

● Akdeniz Bilgi Merkezi (Informationsstelle Mittelmeer)'in Almanya, Avusturya ve İsviçreli yatçılar arasında uyguladığı ankete dayalı çalışmanın sonuçları, dikkate alınarak seçilmiştir.

(2) 26. ADAC Motorboot Treffen, 2-11 Haziran 1995 tarihlerinde yine aynı yerde yapacaktır.

Avrupa Marinalar Birliği'nin ilk toplantısının Türkiye'de yapılmasından sonra bu gibi önemli forumların deniz turizmi dendiğinde ülkemizi çağrıştıran etkiler yarattığı dikkate alınarak devlet - özel sektör işbirliği içerisinde desteklenmeleri olumlu etkiler yaratmaktadır.

Bilgiye ulaşmak için olduğu gibi..

Samanlıkta iğne aramanın da bir yolu vardır!

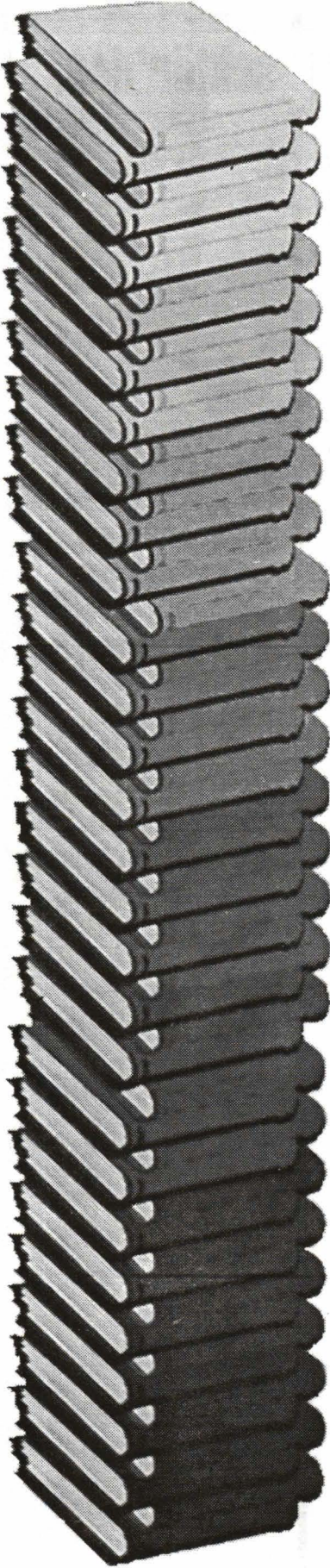
Tez mi yazıyorsunuz, araştırma mı yapıyorsunuz; turizmle ilgili dünyada ve Türkiye'de yayınlanmış makalelere, kitaplara ve diğer çalışmalara mı ulaşmak istiyorsunuz? Şehirden şehire, kütüphaneden kütüphaneye dolaşmanıza; tozlu rafları karıştırmanıza gerek yok. Çünkü, üç yıldır bilgiyi masanıza biz getiriyoruz. Hem de çok uygun fiyatlarla. Arayın görüşelim.

Veri tarama ücretimiz; her fotokopi sayfası (A4) için 10.000 TL'dir (100 sayfadan daha az taramalardan 1.000.000 TL alınır)
İstatistiki veriler için sayfa başına 100.000 TL alınmaktadır.
Tarama sonuçları postayla ödemeli gönderilir. Posta ücreti alıcıya aittir.

anatolia

DOKÜMANTASYON & VERİ TARAMA MERKEZİ

Yazışma adresi: Anatolia Dergisi, P.K. 589 06445 Yenisehir - ANKARA
Tel (0312) 479 10 84





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**[®]

KURULUŞUNUN 131. YILINDA



ZİRAAT
TÜRKİYENİN
GURURU



T.C. ZİRAAT BANKASI

BAŞARININ ADI