

DÜNYA TURİZMDE YENİ ARAYIŞLAR VE TÜRKİYE TURİZMİNDE GELECEĞE YÖNELİK EĞİLİMLER

Süleyman KARAÇOR*

Özet

Ülkeler karşılaştıkları ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde turizm faaliyetlerini bir çıkış noktası olarak görmektedir. Aynı nedenlerle ülkemizde de kalkınmada özel öneme sahip sektörler arasına alınmıştır. Ancak ülkenin elinde bulunan mevcut turizm potansiyeline göre dünya turizmi içerisindeki yeri çok düşüktür. Bunun için artık geleceğe yönelik turizm politikaları geliştirmek gerekmektedir.

1. Giriş

Günümüzde turizm, zamanı bol zenginler tarafından zevk ve yeni yerler görmek için yapılan seyahat olmaktan öteye sanayileşmiş ülkelerde birçok kişi için bir yaşam biçimi ve bir tüketim şekli haline gelmiştir. Bu ülkelerde nüfusun yarısından fazlası yabancı ülkelere yılda en az bir defa seyahat etmektedir.

Diğer taraftan endüstrileşme, hızlı nüfus artışı ve kentleşme insanların doğa ile ilişkilerini en alt düzeye indirmiştir. Günümüzde, artık insanlar yoğun bir seyahat etme arzusu duymaktadırlar. Bundan dolayı turizm, 20. yüzyıla damgasını vurduğu gibi 21. yüzyıla da damgasını vuracağı rahatlıkla söylenebilir.

Tarihi geçmişi, kültürel yapısı, belli başlı ülkelere olan mesafesi, coğrafi yapısı, iklimi ile oldukça büyük bir potansiyele sahip olan Türkiye'nin de geleceğe yönelik turizm politikaları geliştirmesi gerekmektedir. Geleceğe yönelik bir turizm politikası geliştirebilmek için, öncelikle dünyada meydana gelen değişiklikler çok iyi takip edilmeli ve buna uygun stratejiler geliştirilmelidir.

* Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi.

2. Uluslararası Turizm Hareketlerinin Yönü

Türkiye'nin geleceğe yönelik turizm politikaları saptayabilmesi için 2000'li yıllarda dünya turizminin ulaşacağı boyutları analiz etmemiz gerekmektedir. Dünyada 1991 yılında 250 Milyon olan turist sayısının 2000'li yıllarda yaklaşık yüzde 41.5 oranında bir artışla 637 Milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir. Yine aynı dönemde uluslararası turizm gelirlerinin 278 Milyar dolardan, yüzde 89'luk bir artışla 527 Milyar dolara yükseleceği hesaplanmaktadır. Bu durumda şu anda ortalama 617 dolar olan kişi başına turist harcaması 2000 yılında 827 dolara yükseleceği bulunabilir (Turizm Dünyası, 1993: 2). Diğer taraftan dünyada iç turizm hareketleri de içine alındığında, turizm; 1990 yılında 2.3 trilyon dolarlık iş hacmi yaratırken, 2000'li yıllarda yaklaşık 3.3 trilyon dolarlık bir iş hacmi yaratacağı hesaplanmaktadır (Yılmaz, 1992: 23). Böyle olunca turizmdeki gelişmeler bütün dünya ülkeleri tarafından yakından takip edilmektedir. Özellikle de son yıllarda gelişmiş ülkeler, ekonomi politikalarında turizme fazlasıyla yer vermeye başlamışlardır.

Turizmin dinamik bir yapıya sahip olması turizmde sürekli yeni değişimler yaşanmasına yol açmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (WTO)'nun yaptığı bir sınıflamaya göre dünya turizmi dört bölgeye ayrılarak incelenmektedir. Bu bölgeler; Avrupa, Asya, Pasifik ve Afrika'dır. Yapılan araştırmalara göre önümüzdeki yıllarda dünya turizm merkezlerinin Avrupa'dan, Asya ve Pasifik bölgesine kayacağı anlaşılmaktadır. 1991 yılında dünya turizm pazarındaki payı yüzde 55 olan Avrupa'nın, 2000'li yıllarda uluslararası turizm gelirlerindeki payı yüzde 39'a düşeceği hesaplanmaktadır. Aynı yıllarda Asya Pasifik bölgesinin payı ise yüzde 21.9'dan yüzde 30.5'e yükseleceği anlaşılmaktadır (Turizm Dünyası, 1993: 2). Görünen odur ki, gelecek yıllarda zengin turistlerin Asya/Pasifik bölgelerine kayma eğilimleri fazla olacaktır. Afrika bölgesinin de şimdiki durumuna göre daha fazla turisti kendisine çekeceği ifade edilebilir.

Turizm gelirleri ve giderleri açısından bakılacak olursa, ABD'nin hem turizm geliri hem de turizm gideri bakımından 1950, 1970 ve 1991 yıllarında ilk sıralardadır. Japonlar turizm geliri bakımından alt sıralarda, turizm gideri bakımından ise üst sıralarda görülmektedir. Japonların 1950 yılında turizm gideri çok küçük olmasına rağmen dünya sıralamasında 1970 yılında 11. sırada, 1991 yılında ise 3. sırada bulunduğu görülmektedir. Avrupa'da turizm gelir ve giderleri bakımından İtalya'nın oldukça yüksek bir yerlerde olduğu bilinmektedir. İtalya turizm gelirleri bakımından iyi olduğu kadar, turizm giderleri bakımından da dünyada ilk beşe

girmeyi başarabilmektedir. Dünya’da turizm sektörü, dünya ticaretinde 6. sırayı almışken, eğer bu artış hızı sürerse 2000 yılında 5. sırayı da aşıp 4. sıraya yükseleceği hesaplanmaktadır (Aslan, 1993: 37).

3. Dünyada Geleceğe Yönelik Turist Yapısı

2000’li yıllarda uluslararası turizmin yönü kadar, uluslararası turizmin yapısı da önem taşımaktadır. Gelecek yıllarda turizm faaliyetlerinin yapısına bakıldığında üçüncü yaş grubu (65 ve yukarı yaş grubu) payının giderek artacağı görülmektedir. Kişi başına milli geliri yüksek olan Avrupa ülkelerinde 60 yaş üzeri grubun yıllar itibariyle toplam nüfus içerisindeki payının da giderek arttığı görülmektedir.

1950 yılında toplam nüfus içindeki yüzde 13’lük bir orana sahip olan ikinci yaş grubu, 1960’da yüzde 14.4, 1970’de yüzde 16.7, 1980’de yüzde 16.9, 1990’da yüzde 18.7’ye ulaştığı ve 2000 yılında yüzde 20.2’ye, 2010 yılında yüzde 22.0’ye ulaşacağı tahmin edilmektedir (İpek Yolu, 1993/2: 26). İstatistiki verilere göre çoğunlukla emeklileri içeren üçüncü yaş grubu turistlerin deniz aşırı gezilere bütçelerinin elverdiği ölçüde rağbet ettikleri bulunmuştur. Turizme talebin büyük çoğunluğu ile sosyal sigorta sistemleri iyi işleyen İngiltere, Almanya ve İskandinav ülkelerinden olduğu görülmektedir. Amerika’dan, Avrupa ülkelerine 1990 yılında 2 Milyon ikinci yaş grubu turist gelirirken, ikibinli yıllarda 3.6 Milyona ulaşacağı hesaplanmaktadır. Bu sayı içinde 800 bin kişi Kanadalılar ve 400 bin kişi ile Japonların’da bulanacağı hesaplanmaktadır. Ayrıca 2000 yılında turistlerin büyük çoğunluğunu kadınların oluşturacağı ifade edilmektedir (TYD Dergisi, 1993/13: 6).

İkinci yaş turizmi ortalama harcama eğilimi açısından incelendiğinde harcama eğilimi yüksek bir topluluk olduğu görülmektedir. 1992 yılında yapılan bir ankette Türkiye genelinde turistin kişi başına ortalama harcaması 533 dolar iken, ikinci yaş grubunun ortalama harcamasının ise 764 dolar olduğunu görülmektedir. Söz konusu harcamanın da 609-678 dolarlık kısmının alış-veriş harcamalarına gittiği saptanmıştır (Turizm Bakanlığı, 1993: 24).

2000’li yıllarda Avrupa’da aile boyutunda önemli değişiklikler olacağı ifade edilmektedir. Örneğin, Fransa 1992 yılında toplam aile sayısı içerisindeki tek kişilik aile yüzde 24 oranında iken ikibinli yıllarda bu oranın yüzde 30’a ulaşacağı anlaşılmaktadır. Çift kişilik aile yüzde 28

oranında iken, yüzde 39'a ve üç ve beş kişilik aile oranı ise yüzde 48 oranından yüzde 40 oranına düşeceği hesaplanmaktadır (Kahraman, 1992: 24). Özellikle yalnız yaşayanlarda tatile gitme ve değişiklik psikolojisi ağır basacağından seyahat eğilim daha fazla görülecektir.

Gelecek yıllarda tatile gidenler için otel ve tatil köylerinin kaç yıldızlı olduklarından çok sundukları hizmetin kalitesi önemli olacaktır. Tatil yapmaktan maksat; stresten arınma, sağlığa ve neşeye süreklilik kazandırmak olacaktır. Bu durumda seyahate çıkan insan konakladığı yerde aradığı her şeyi bulabilme arzusunu taşıyacaktır. Konaklama tesisleri, büyük kapasiteli dev blok oteller yerine, doğa güzellikleri arasında bulunan tesisler olarak hizmete sunulacaktır. Bu tesisler ise geçmiş yılların modern yapılı binaları yerine daha çok yöresel özellikleri taşıyan klasik binalar olacaktır. Önümüzdeki on yıl içerisinde şehir merkezlerine yönelecek talebin diğer tatil yörelerine yönelen seyahat talebinden daha hızlı bir şekilde artacağı belirtilmektedir (Ekonomi ve Turizm Dergisi, 1988/28-29: 19). Bunun nedeni ise gerek kısa süreli seyahat eğilimlerinin artmış olması, gerekse seyahat eden turistlerin kültür seviyesinin yükselmesine bağlanabilir.

2000'li yıllarda paket turlar daha çok revaçta olup, daha esnek rezervasyon biçimleri benimsenebilecektir. Daha rahat ve daha küçük seyahat grupları tercih edilecektir.

Dünya ekonomisi üzerinde turizm yarattığı etkinin artması bu sektördeki rekabet ortamını artırmaktadır. Bu da turizm konusunda pazar araştırma talebini artıracaktır. Böylece turizmde tanıtım ve organizasyonun öneminin daha da arttığı görülmektedir.

Geleceğin neler getireceği kesin bilinmeyen bir durum olmasına rağmen turizmin normal gelişme hızını sürdüreceği söylenebilir. Çünkü turizm faaliyetlerinde, talebin doyum noktasına oldukça uzak bir yerde olduğu görülmektedir. Talebi; dünya nüfusunun artması, gelir düzeyinin yükselmesi, tatile ayrılan zamanın artması, şehir hayatının insanlarda doğa özlemini yaratması gibi nedenler sürekli olarak kamçılanmaktadır (Göksan, 1978: 247). İnsanları uluslararası turizm faaliyetlerine katılmaya teşvik eden en büyük etkenin refah artışıyla birlikte çalışma dışı boş zamanın artmasıdır denilebilir. Geçmişten günümüze kadar insanların boş zamanları sürekli artış göstermiştir. Örneğin; 1900'lü yıllarda çalışarak geçirilen zaman toplam zamanın yüzde 73'ü iken, boş zaman yüzde 27 olduğunu, 1950 yılında boş zamanın yüzde 34 düzeyine ulaştığını ve

2000 yılında tahmini bir rakamla insanların çalışma dışı boş zamanlarının yüzde 38'e ulaşacağı tahmin edilmektedir (Ceylan, 1992: 25).

4. Turizmde Yeniden Yapılanma Arayışları ve Türkiye Turizmi'nin Mevcut Yapısı

Turizm sektöründeki bu hızlı gelişme, ekonomik birlik görünümündeki Avrupa Birliğinde bile yeni girişimler yaratmaktadır. Son yıllarda bu ülkelerin tümünün turizmi kalkınma planlarına dahil ettiklerini görülmektedir. Topluluk ülkeleri tek pazar oluşumunun tamamlanması ve merkezi Avrupa'nın liberasyonu ile birlikte ekonomik durumun yeni boyutlar alacağı bilinci ile turizmde yeni hedefler geliştirmişlerdir. Bu hedefleri aşağıdaki şekilde ana başlıklar halinde verilebilir (Chatilon, 1990: 15):

- Turizm arzında kalite artışı,
- Sektörde istihdam edilen personele profesyonel eğitim verilmesi,
- Turizmde yeni ürünler geliştirilmesi,
- Turizme hizmet veren tesislerin bulunduğu fiziki ortamın kaliteli olması,
- Avrupa turizminin tanıtımı,
- Turizm sektöründe özel girişimin geliştirilmesi,
- Turizme hizmet veren şirketlere yardım yapılması,
- Avrupa Birliği ile üçüncü ülkeler arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi olarak sayılabilir.

Bu kararları almanın zorunluluktan doğduğu söylenebilir. Çünkü, dünya turizminde gelişme olmasına karşılık Avrupa'nın turizmde payının düşmesi söz konusudur. Diğer taraftan topluluk vatandaşlarının yüzde 50'sinin kendi ülkesi dışına hiç çıkmamış olması da potansiyel bir durum olduğunun göstergesidir.

Tablo 1: Türkiye'ye Gelen Turistlerin Geliş Amaçları

Amaçlar	Sayı	Yüzde (%)
Tatil	3.00.652	67.0
Kültürel	391.446	8.7
Aktif Spor	38.008	0.8
Dost Ziyareti	97.848	2.2
Toplantı	65.415	1.5
Resmi Görev	31.486	0.7
İş	358.175	8.0
Sağlık Kaplıcaları	13.600	0.3
Dini	15.500	0.3
Alış-Veriş	187.648	4.2
Eğitim-Öğretim	35.193	0.8
Transit	50.583	1.1
Diğer	59.013	1.3
Cevapsız	134.472	3.0

Kaynak: *Kalkınma Bankası Turizm Yıllığı, 1992, s. 200.*

Türkiye'de geleceğe yönelik turizm politikalarına girilmeden önce Türkiye'ye gelen turistlerin geliş amaçları iyi analiz edilmelidir. Ülkeye turistlerin yüzde 67'si tatil için gelirken, ortalama harcamayı yükselten kültürel amaç yüzde 8.7 ve alış-veriş amaçlı gelişin ise yüzde 4.2 oranında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla sağlık turizmi, din turizmi, eğitim-öğretim ve kongre turizmi konusunda Türkiye'nin varolan potansiyellerini değerlendirmede ciddi yatırımlara girmesi gerekmektedir. (Bakınız Tablo) Gelenlerin mesleklerine göre dağılımında ise; büro işçisi yüzde 29.9, işveren yüzde 16.5, kendi işi olan yüzde 16.4, beden işçisi yüzde 13.1, öğrenci yüzde 10.6, ev kadını yüzde 6.3, emekli yüzde 5.3 ve işsiz yüzde 1.9 düzeyindedir (Turizm Dünyası, 1993: 4). Görüldüğü gibi Türkiye'de hala tarih, kültür ve sağlık turizminden yeterince yararlanılmamaktadır. Türkiye daha çok tipik bir tatil beldesi olarak görülmektedir. Ülkeye daha çok turist gelmesi ve turistlerin ortalama harcamaları artırılmak isteniyorsa dünyada meydana gelen değişimler çok yakından takip edilerek buna uygun stratejiler üretilmelidir.

5. Türkiye Turizminde Geleceğe Yönelik Yapılanmalar

Türkiye’de 2000’li yıllarda turizm gelirlerinin 10 Milyar doları aşacağı varsayılmaktadır. İspanya’ya yılda 41 Milyon, İtalya’ya 22 milyon, Yunanistan’a 6 Milyon turist geldiği düşünülürse şartları uygun olan ülkeler için gelişmiş bir turizm varlığının ne kadar önemli bir unsur olduğu görülebilir (Akat, 1990: 64). Bu durumda dünyada gelişmelere göre Türkiye’nin de geleceğe yönelik olarak bir takım politikalar tesbit etmesi gerekmektedir.

Türkiye turizmi için önemli bir potansiyele sahip üçüncü yaş turizmi ile ilgili bazı eksikliklerimiz olup bunların giderilmesinde yarar bulunmaktadır.

Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Turizm Bülteni, 1993: 26) :

- Turist sağlığını koruyucu önlemlerin alınması,
- Standardı yüksek termal tesislerin yapılması,
- Güvenlik önlemlerinin artırılması,

- Konaklama tesislerinde yüksek merdiven gibi mimari hataların kaldırılması şeklinde sıralanabilir. Ayrıca, üçüncü yaş grubunun motivasyonları doğrultusunda diğer turizm türleriyle de (dini, kültürel, sağlık, yayla, yat turizmi) bağlantı kurup, mevcut potansiyeli daha arttırmak mümkün olabilecektir.

Turizmde master planı yapılması ve ülkemizin Turizm haritasının çıkarılması gerekmektedir. Master planının en önde gelen unsuru ise, “acaba üreteceğin mala, üreteceğin hizmete talep olacak mıdır?” sorusuna cevap bulmamız gerekmektedir. Turizmde yeni yatırımlar yapmadan önce üreteceğimiz mala yada hizmete talep olup olmadığı hususunda araştırma yapılmalıdır. Ülkemizde kimi yörelerde fazla kapasite yaratılmasının nedenlerinden birisi de önceden piyasa araştırmasının yapılmaması olduğu söylenebilir. Diğer üretim alanlarında olduğu gibi turizmde de arz talebi yaratacağı diye bir kural olmadığı belirtilebilir (Var, 1990: 27). Öyleyse turizm alanında yatırım yapmadan önce yatırıma ihtiyaç olup olmadığı sorusuna yanıt bulmak gerekmektedir. Bu arada eğer tesis gerekli ise, yani talebin olması halinde; tesisin büyüklüğü, nerede yapılacağı, nasıl yapılacağı ve fiyatların ne kadar olacağı gibi sorulara cevap aramak gerekmektedir.

Turizmde geleceğe yönelik yapılması gereken en önemli çalışmalarından birisi de istihdam unsuru olduğu söylenebilir. Turizmde istih-

dam edilen personelin insanlara hizmet için çalıştıkları bilinmektedir. Turizm olayının sosyolojik yönünü, turizm işletmelerine gelen turistlere çalışma devreleri dışında tatil ve dinlenme süresince hizmet verebilmek- tir diye açıklanabilir (Akat, 1990: 15). Bundan dolayı günümüzde ve ge- lecekte turizm işletmelerinde esas olan belli standart ve kalitede bir hiz- metin verilmesidir denilebilir. Bunu başarabilmek için yetenekli ve ye- terli eğitim almış personele gereksinim duyulmaktadır. Dünyada birçok bü- yük işletmenin, personeli kendisini yetiştirerek bu soruna çözüm bulduğu görülmektedir. Örneğin, Mac Donalds gibi firmalarda bir idarecinin başarı ölçülürken üç noktaya önem verilmektedir. Birincisi personel yetiştirilmesi, ikincisi mali konular, üçüncüsü de temizliktir (Var, 1990: 26). Bu durumda işletmeler başarılarının devamını istiyorlar ise, mevcut personeli yeterince eğitmesi ve yeni personel yetiştirmesi gerekli olmaktadır.

Türkiye’de de turizmde istihdam edilecek personel, işletme henüz yatırım aşamasında iken alınarak eğitilmesi bir çözüm şekli olabilir. Di- ğer yandan bu işletmeler personel ihtiyacını çeşitli kurum ve kuruluşlar- dan da temin edebileceklerdir. Bu eğitim kurumlarının teori ile uygula- mayı bağdaştırabilen bir özelliğe kavuşturulamamış olduğu görülmekte- dir. Teori ve uygulamayı kaynaştırmayı sağlayabilmek için, daha çok lisans düzeyinde eğitim veren kurumların birer bilimsel turizm araştırma merkezi olarak düşünülerek, turizm alanında istihdam edilecek persone- lin bu okullarda yetiştirilmesi planlanmalıdır. Okul-sektör işbirliğini sağ- layabilen entegre bir turizm eğitim politikası tesbit edilmelidir. Ayrıca turizmde istihdam edilecek personelin eğitiminde yabancı dile ağırlık verilmesi gerekmektedir.

Diğer taraftan turizm işletmelerinin ihtiyacını karşılayacak pro- fesyonel yöneticileri yetiştirecek yüksek okulların yeterli seviyeye geti- rilmesi gerekmektedir. Ayrıca turizm alanında çalışma koşulları ve mes- lek ile ilgili hukuki düzenlemeler yapılarak turizm işletmelerinin eğitil- miş personel çalıştırması teşvikine yönlendirilmesi gerektiği söylenebilir.

Turizmde sadece uzun vadeli değil kısa vadede çözülmesi gere- ken eğitilmiş personel sorununun da mevcut olduğu görülmektedir. Kısa vadede nitelikli ve eğitilmiş personel sorununun çözebilmesi için iki çö- züm yolu önerilebilir: Bunlardan ilki, iyi yabancı dil bilen en az ortaokul mezunu kişilerin personel ihtiyacı olan işletmelere hizmet içi eğitime alınması, diğeri ise; Türkiye’de turizm eğitimi yapan tüm meslek okulu ve turizm işletmeciliği yüksekokulu öğrencilerinin bu sektöre kanalize edilmesi şeklinde olabileceği söylenebilir (TOBB, 1993: 34:).

Nüfus artış hızı ve şehirleşme gibi konularda güneyli ülke özelliklerini taşıyan Türkiye, sahip olduğu kaynak potansiyeli ve ekonomik kalkınma bakımından kuzeyli ülke özelliklerini göstermektedir. Bugün, Türkiye'nin Akdeniz'in kuzeyi ile güneyini birbirine bağlayan, Asya ile Avrupa arasında köprü vazifesi gören konumda olduğu görülmektedir. Sahip olunan kaynaklar rasyonel kullanıp, kalkınma ve çevre faaliyetleri uyumlu bir şekilde gerçekleştirilmesi halinde 2000'li yıllarda turizm alanında en iddialı ülkelerden birisi olabilecektir. Bu durumda gerekli faaliyetler aşağıdaki şekilde açıklanabilir (Boyacı, 1989: 27).

6. Türkiye Turizmin Kendi Geleceğini Güvence Altına Alabilmesi İçin Yapılması Gereken Yeni Düzenlemeler.

1. Ülke genelinde doğal değerler envanterinin acele olarak çıkarılması gerekmektedir.

2. Çevre master planı yapılarak, ekolojik veriler bazında belirlenen duyarlı yöreler çok acele olarak koruma altına alınması gerekmektedir.

3. Yöresel ekolojik taşıma kapasiteleri belirlenmeli, mevcut arazi kullanım planları en üst sınır kapasitelerine göre yeniden düzenlenmelidir.

4. Altyapı maliyetine yatırımcının ve kullanıcının katılmasını sağlayıcı bir sistem kurularak, alt yapısı tamam olmayan yerlere inşaat izni verilmemelidir.

5. Çevre bilincini geliştirici kampanyalar düzenlenmeli, gönüllü kuruluşların faaliyetleri desteklenmelidir. Bilinç geliştirici kampanyalar özellikle çeşitli düzeylerdeki kamu yöneticilerini, turizm yatırımcılarını ve işletmecileri çevrelerini hedef almalıdır. Gelecek kuşakların bu bilince sahip çıkmasını sağlamak üzere ilk ve orta öğrenim programlarında gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.

6. Ekolojik yönden aşırı duyarlı alanlarda doğa ve kültür turizmi geliştirilmesi gerekmektedir.

7. Turistik davranışı etkileyen etmenleri; kültürel çevre, toplumsal çevre kişilik, turistik reklam- tanıtım ve turistik tüketim eğilimleri şeklinde sıralanabilir (Usal, 1983: 183). Görüldüğü gibi turistik tanıtım çok önemli unsurlar olmaktadır. Bundan dolayı ülkemizin gelecek turistik tanıtımında nasıl bir politika izlemesi gerektiği üzerinde çok ciddi düşünülmesi gerekmektedir.

8. Ülkemizin 2000'li yıllarda turizm alanında diğer ülkeler arasında yerini daha yukarılara yükselmek için, pazarlama ve tanıtım politikalarının yeniden gözden geçirilerek düzenlenmesi gerekmektedir. Turizmde tanıtım faaliyetine başlamadan önce öncelikle aşağıda belirteceğimiz kuralların gözönünde bulundurulmasında fayda olduğu belirtilebilir.

9. Turistik tanıtıma başlamadan önce sezon başında mevcut turistik belgeli tesislerin kapasitelerinin ve ihtiyaçları karşılama imkanlarının tesbit edilmesi gerekmektedir. Turistik tesislerin yetersiz olduğu durumda yapılan tanıtım ve propagandanın aksitesir yaptığı araştırmalar sonucu görülmüştür.

10. Diğer ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de turistik tanıtımın yapılacağı ülkelerin çok iyi tanınmaları gerekmektedir. Tanıtımda öncelik, ülkemize turist gönderen ülkelere verilmelidir. Ayrıca tanıtım faaliyetlerinin daha çok ihtiyaç duyulan paranın bulunduğu ülkelerde gerçekleştirilmede yarar olduğu söylenebilir.

11. Turistik tanıtım yapılmaya başlamadan önce tanıtım yapılacağı ülke ve ülkeler arasındaki ulaştırma imkan ve kapasitesinin incelenmesinde yarar bulunmaktadır. Diğer taraftan tanıtım yapılacak ülkelerin ödeme güçlerini ve muhemel gelirini araştırmak gerekmektedir. Çünkü sert bir döviz politikasının uygulandığı ülkelerde tanıtım faktörleri bir sonuç vermeyebilir. Bunun için ülkemiz açısından geleceğe yönelik olarak turistik tanıtımın yapılacağı ülkeleri; ABD, Almanya, Fransa, İtalya, Kanada, Japonya ve bazı İslam ülkeleri şeklinde sıralanabilir.

12. Turistik tanıtım ülkelerin adetlerine ve sosyal yapılarına göre değişiklik arz edecek şekilde yapılması gerektiği söylenebilir. Tanıtım yapılacağı ülkenin özelliğine göre tarihi ve dini eserlerin tanıtılmasına da ayrı bir özen gösterilmesi gerekmektedir (Aksungur, 1989: 146).

Ülkemiz açısından, turistik tanıtımın yapımında nelere dikkat edilmesi gerektiği kadar, tanıtımın hangi imaja dayalı olarak yapılacağıının tesbitinin de çok önemli olduğu belirtilebilir.

Sonuç

Bugüne kadar turistik tanıtımda, ülkemizin tarih ve kültür imajı çok sık işlenmesine rağmen yapılan araştırmalardan Türkiye hakkında var olan imaj yaratılmak istenenin tam aksi olduğunu göstermektedir. Araştırma grubuna sorulan sorulara verilen cevaplar analiz edildiğinde Türkiye'nin deniz-güneş tatil ülkesi olarak görüldüğü söylenebilir

(Kırcıoğlu-Nazilli, 1983: 271). Bundan dolayı geleceğe yönelik turistik tanıtımda Türkiye'nin sıcak denizleri ve güneşi yanında tarihi ve kültürel özelliklerine daha fazla ağırlık verilmesi gerekmektedir. Ayrıca golf, kongre turizmi ve sağlık turizmi gibi turizm çeşitlerinin de oluşturulmasına çalışılması gerektiği belirtilebilir. Ülkemizde turizm alanında faaliyet gösterenler ve turizm yatırımcılarının 2000'li yıllarda oluşacak değişime ayak uydurabilecek güce sahip olduğu söylenebilir. Fakat asıl sorun bu gücün organize edilmesi ve iyi bir tanıtım yönteminin uygulanması olmaktadır.

Abstract

Countries have considered tourism as a safe way out in solving the national and international economic problems and in coping with bottlenecks they have encountered. That is why, in our country, tourism has already been included among the sectors that have a special importance in development. This point is not its true place compared with the existing tourism potential that our country holds. So we should produce and improve new tourism policies facing the future.

Kaynaklar

- USAL Alparslan (1983). *Turizm Alanında Tüketici Tiplerine Bir Yaklaşım*, **Dokuz Eylül Üniversitesi IIBF Dergisi**, Yıl: 1, Sayı: 1-2.
- BOYACI Cemil (1989). *Turizm Sezonu Başlarken, Bazı Endişeler*, **Antalya Ticaret ve Sanayi Odası Dergisi**, Sayı: 23.
- ÇEVRE KURULU RAPORU (1993). TOBB, Ankara.
- GÖKSAN Ergün (1978). **Turizmoloji**, Uğur Ofset, İzmir.
- KIRCIOĞLU E. Nilgün ve NAZILLI S. Selçuk (1983). **Dış Tanıtım ve Turizm**, Türkiye İş Bankası Yayını No: 253, Ankara.
- 2000 yılına Kadar Avrupa Seyahat Endüstrisini Etkileyecek Başlıca Eğilimler (1988). **Ekonomi ve Turizm Dergisi**, Yıl: 3, Sayı: 28-29.
- AKAT İlter (1990). *Turizmde Geleceğe Ümitle Bakıyoruz*, **Türkiye İktisat**, Sayı: 1864, 1-6.
- İPEK YOLU (1993). T.C. Turizm Bakanlığı, Sayı: 2.
- AKSUNGUR Mehmet (1989). *Türk Turizminde Tanıtım*, **Anadolu Üniversitesi, Kütahya IIBF, 15. Yıl Armağanı**, Eskişehir.
- KAHRAMAN Nüzhet (1992). *İkibinli Yıllarda Avrupa Turizmi ve Türk Turizm Yatırımcısı*, **TYD Dergisi**, Sayı: 13.
- CHATILON Pascal (1990). **Turizm Tek Bir Merkezden Yürütülemez, Avrupa Turizminde Tek Pazar-1992 ve Türk Turizmine Etkileri**, TYD.
- VAR Turgut (1990). *Turizmde Arz Talebi Yaratacaktır Diye Bir Kural Yoktur*, **Anatolia**, Yıl: 1, Sayı: 10, 11, 12.
- TURİZM BÜLTENİ 7 (1993). T.C. Turizm Bakanlığı.
- TURİZM DÜNYASI** (1993). **FOCUS**.
- TYD DERGISI (1993). Sayı: 13, Aralık.
- TÜRKERİ Yılmaz (1992). **Turizme Bakış 92**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 1992-13, Can Matbaası.
- ASLAN Zeynep (1993). *Dünya Turizm Gelirleri ve Türkiye'nin Payı*, Kalkınma, **Türkiye Kalkınma Bankası Yayını**, Sayı: 44.

İNGİLTERE'DE İDARENİN YARGISAL DENETİMİNDE MAHKEMELERE TANINAN AYRICALIKLI EMİR (PREROGATIVE REMEDY) VERME YETKİSİ

S. Burak AÇDOYURAN*

Özet

İngiliz Hukukunda mahkemelerin Ayrıcalıklı Emir Verme yetkilerinin uygulanması yetki aşımı (ultra vires) temeline dayanmaktadır. Kara Avrupası sisteminde idarenin faaliyetlerinin yargısal denetiminde sözkonusu olan iptal ve tam yargı davaları, İngiliz hukukunda karşımıza mandamus, prohibition, injunctio, declaration ve habeas corpus isimleri altında çıkmaktadır. Aslında bunlar da idarenin kanunsuz bir işlemi sebebi ile mahkemeden talep olunan ilamlardır. Bu anlamda denilebilir ki, yukarıda belirttiğimiz bu mahkeme ilamları, Kara Avrupası sisteminde iptal ve tam yargı davaları olarak isimlendirilen ve idarenin hukuka bağlı hareket etmesini sağlayan sisteme taalluk eden, yetkilerin ancak hukuki sınırlar dahilinde kullanılmasını öngören, İngiliz toplumuna özgü bir hukuki müessesedir.

I. GİRİŞ

İngiltere'de idarenin yargısal denetimini idare mahkemeleri yapmaz. İdare, prensip olarak adli mahkemelerin kontrolüne tabidir. Bunun yanı sıra, uygulamadaki ihtiyaçlar sebebiyle belli meselelerde birtakım idari makamlara da yargısal yetkiler tanınmıştır¹. Anglo-sakson hukukunu bu yönüyle ele alanlar, İngiltere'de bir idari yargının bulunmadığı sonucuna kendilerini kolaylıkla kaptırabilirler. Ancak bir ülkede idare mahkemelerinin bulunmayışı, o ülkede idari yargının bulunmaması sonucunu doğurmaz. Bu yanlış kanının doğmasına sebep, adli yargıdan bağımsız bir idari yargının bulunmayışıdır².

* Arş.Gör., Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi İdare Hukuku Anabilim Dalı.

¹ ZABUNOĞLU Yahya K., İngiltere'de İdare Hukuku Anlayışı, AÜHFD., c. 18, sy. 1-4, s. 378.

² MUMCU Uğur, İngiliz Hukukunda Ultra Vires Kavramı, AÜHFD., c. 27, sy. 1-2, s. 66. Aslında İngiliz hukukunda, National Healty Insurance Tribunal (İşsizlik Sigortası Mahkemesi), Pensions Tribunals (Emeklilik Mahkemesi), Area Traffic Comissionars (Bölge Trafik Komisyonları), London Building Tribunal (Londra İnşaat yapımı Mahkemeleri) gibi bağımsız yargısal denetim yapan mahkemeler de vardır. Bu konuda bkz. VERSAN Vakur, İngiltere'de İdari Kaza Fikrinin Doğuşu, Tahir Taner'e Armağan, s. 134.

Oysa, bir hukuk düzeninde idarenin denetiminin genel ya da idari mahkemeler eliyle yapılıyor olması, o ülkede idari yargının varlığını gösterir. Bu anlamda İngiltere’de de idarenin yargısal denetimi, bunu yerine getiren yargı yerleri, dolayısıyla da idari yargı vardır. Ancak bunlar tek yargı sistemi içinde yer alırlar.

İngilizce “rule of law” teriminin olduğu gibi çevirisi ile “kanunun kural olması” ya da “kanun kural” denilen “Hukuk Devleti” kavramının özünü “hukukla bağlı devlet” veya yönetim oluşturmaktadır³. İdarenin yargısal denetimi, İngiltere’de “rule of law” ilkesinin pratik yönü olarak kabul edilmektedir⁴.

İngiltere’de idarenin eylem ve işlemlerinin yargısal denetimi, 1947 yılında kabul edilen Crown Proceeding Act ile gelişmiş⁵ ve Common Law’un yetki aşımı halleri için öngördüğü “ultra vires doktrini” nin gittikçe genişleyen bir tarzda uygulanması ile yaygınlaşmıştır⁶.

Wade’e göre, kendisine kanuni yetki verilen, sadece, yapılması için yetkilendirildiği konularda işlem yapabilir. Uygulamada tüm kanuni yetkilerin sınırları vardır ve belirtilen sınırların belirsiz olması durumunda da, bu belirsizlik mahkemeler tarafından giderilir. Hukukun üstünlüğünün benimsendiği bir sistemde, sınırlandırılmamış bir yetki fikri yer alamaz. Belirlenen sınırları dışına çıkan işlem “ultra vires”tir, hukuken sakattır⁷, yargı denetimine tabi olur.

II. İNGİLTERE’DE İDARENİN YARGISAL DENETİMİNDE GÜNDEME GELEN AYRICALIKLI EMİRLER (PREROGATIVE REMEDIES)

İngilizce kaynaklarda The Judicial Remedies (Yargısal Çareler ya da Yaptırımlar) başlığı altında düzenlenen bu bölümde, dikkati çeken husus İngiltere’de mahkemelerin sahip olduğu, yargısal alanın da dışına taşan bir

³ ÖZAY İl Han, *Günışığında Yönetim*, İstanbul 1996, s. 27.

⁴ ÖRÜCÜ Esin, *İngiltere’de İdarenin Sorumluluğu ve Yargısal Denetiminde Uygulanan Başlıca İdare Hukuku İlkeleri*, Onar Armağanı, İstanbul 1977, s. 676.

⁵ ÖRÜCÜ, s.631.

⁶ KARAMUSTAFAOĞLU Tuncer, *İngiliz İdare Hukuku ve Ultra Vires Doktrini*, Ernst. E. Hirsch’e Armağan, 1964, s. 62.

⁷ WADE H.W.R., *Administrative Law*, Oxford 1967, s. 47.