

KALKINMA YOLUNDAKİ ÜLKELERDE TURİZMİN GELECEĞİ (*)

Çeviren :

H. David DAVIS

Öğ. Gr. Necmi ERYILMAZ

Son 15-20 sene zarfında kalkınma yolundaki ülkelere (1) giden yabancıların sayısında hızlı bir artış olmuştur. 1950'de bu ülkeler ancak, 2,25 milyon civarında «uluslararası» yolcu kabul etmiş iken, 1967'de bu sayı 16 milyonu bulmuştur. Böylece bu dönem zarfında turistler tarafından bırakılan dövizler (uluslararası ulaşımaya değgin olan ödemeler hariç olmak üzere) 0,5 milyardan 3 milyar dolara yükselmiştir.

Uluslararası turizmde şimdiye kadar bu derece büyük artış kaydedilmemiştir. Dünya uluslararası yolcu sayısı 1950'de 25 milyondan 1967'de 138 milyona ve bu dönemde toplam gelir 2,1 milyar dolardan 14.1 milyar dolara ulaşmıştır.

Şurası gerçek ki bu sahada da aslan payını alan gene Avrupa ve Kuzey Amerika ülkeleridir. 1967 de bu iki bölge gene bütün yabancı turistlerin yüzde doksanını, toplam giderlerin de yüzde seksen kadarını kabul etmiştir. Fakat kalkınma yolundaki ülkelerin turizmi, özellikle son seneler zarfında kalkınmış ülkelerinkinden biraz daha hızlı bir tempoyla gelişmiştir.

(*) *Finance et Développement*, 1968, No : 4, s. 40-46 «L'avenir du tourisme dans les pays en voie de développement.»

(1) Burada «kalkınma yolundaki ülkeler» deyiimiyle Avrupa ve Kuzey Amerika dışındaki bütün ülkeler kastedilmiştir. Bu makaledeki istatistiki verilerin çoğu uluslararası Resmî Turizm Örgütleri Birliği (UIOOT) tarafından temin edilmiştir. UIOOT'nin bölgesel tasnifindeki en son değişiklikler bizi bazı düzeltmeler yapmaya zorladı. (Yazarın Notu).

ULUSLARARASI TURİZMİN BÜYÜK PAZARLARI

Kalkınma yolundaki ülkelerin ekseriyeti uluslararası turizmin büyük pazarlarından çok uzaktırlar. Turist «ihraç eden» oniki büyük ülkenin (Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Birleşik Krallık (2), Fransa, Kanada, Belçika/Lüksemburg, Hollanda, İtalya, İsviçre, Danimarka, Avusturya) uluslararası seyahatleri 1967 yılında bütün turistlerin yapmış oldukları harcamaların % 80'ine yakın bir kısmını ve dünyada o sene yapılan bütün seyahatlerin % 75 den fazlasını gerçekleştirmişlerdir.

Her ne kadar bu ülkelere mensup uluslararası turistlerin ekseriyeti karşılıklı iki bölgenin (Avrupa ve Kuzey Amerika) içine nisbeten yakın ülkelere gidiyorlarsa ve geriye kalanları atlantik ötesi seyahatlerin büyük kısmını teşkil ediyorsa da, dünyanın öteki kısımlarına giden uluslararası seyahatlerin üçte ikisine yakını gene de bu iki bölgeden çıkmaktadır. Üstelik, turist ihraç eden bu oniki ülkenin, gelişme yolundaki uzak ülkelere giden turistler konusunda kârı daha ağır basmaktadır. Zira bu oniki ülke aynı bölgedeki diğer ülkelere oranla daha uzakta olmalarına rağmen bu gelişme yolundaki ülkelere toplam turist sayısının % 90'ını yollamaktadırlar.

Gelişme yolundaki ülkeler, uluslararası turistlerin niçin ancak zayıf bir oranı çekebiliyorlar ve niçin bu ülkeler pek az sayıdadır? Bunların nedenlerini ayırdetmek zor değildir. Dış ülkelere seyahat için ayrılan gelirler belirli ülkelerde toplanmıştır; hatta bu ülkelerde bile gelir dağılımı, uzak ülkelere pahalı bir gidiş-dönüş bileti alabilecek kişilerin sayısını sınırlar.

İstisnalar belkide bu kuralı doğrulamak isterler. Birkaç Kuzey Afrika ülkesi bazı pazarlara diğer Avrupa ülkelerinden daha yakındırlar. Aynı şekilde Antillerin bazı adaları Amerika'nın bazı bölümlerine, Amerika'nın kendi bazı bölümlerinden daha yakındır. Buralar, turizmin pek erken geliştiği ve turistlerin Avrupa ve Kuzey Amerika dışında, tercih ettikleri yerlerdir.

(2) Royaume—Uni= İngiltere, İskoçya ve Kuzey İrlanda'nın doğu kesimini kapsayan Büyük Biritanya Krallığı (Çevirenin notu).

TALEBİN GELİRE ORANLA ESNEKLİĞİ

Bazı kanıtlar uluslararası turizmin sağladığı döviz gelirinین yılda % 11 gibi yüksek bir orana ulaşmasının nedenlerini ortaya koymaktadır (değişmeyen fiyatlarda aşağı yukarı % 9). Bu ulusal gelir artışı oranın iki katıdır; fakat asıl nedenlerden birisi, ortaya koymaktadır ki dış ülkelere seyahat etme isteği, özellikle turist «ihraç eden» ülkelerde gelire oranla daha elâstiktir. Ulusal gelirin yükseldiği ölçüde yabancı ülkelere seyahat harcamaları hızla artmaktadır.

Bazı belirtilere göre —elimizde daha derin araştırmalara dayanan ayrıntılı bilgiler bulunmadığından— yabancı ülkelere seyahat isteğinin esnekliği ulusal gelire oranla, kişi başına düşen gelirin ulaştığı aşamadan daha hızlı bir artış göstermektedir. Hernekadar, ulusal gelire oranla azalmaya başlayan istek esnekliği ile kişi başına düşen maksimum gelir arasında bir seviye olması gerekiyor gibiyse de hiçbir ülkenin bu seviyeye ulaşamadığı görülmektedir. Örnek olarak ele alınan bir ülke içinde dış ülkelere seyahat isteği toplu olarak bazı faktörleri kesin olarak etkiler. Bu faktörlerin bazıları sadece ulusal gelir değişikliklerine dayanan talep esnekliği ile ilintilidir, en önemlilerinden biri de gelir dağılımıdır. Şurası açıktır ki eşit olmayan bir gelir dağılımı, gelirleri dış ülkelere seyahat isteği seviyesinin üstünde olan halkın yüzdesini belli bir sınıra indirme eğilimi gösterir.

Yapılan hesaplardan anlaşılıyor ki, bu yıllarda gelirler % 10, dış ülkelere seyahat harcamaları ise % 15 bir artış kaydetmiştir, (ekonomide ortalama talep esnekliği katsayısı milli gelire oranla dünyada 1.5 idi).

Fakat turist ihraç eden ülkelerin bazılarında katsayı esnekliği, milli gelir değişikliğine göre % 1.5 un üstünde gözle görülür bir artış kaydetmiştir. Geniş ölçüde asıl açıklanması gereken şey dış ülkelere yapılan toplam turistik harcamaların niçin, ortalama katsayı yardımı ile elde edilen orandan daha hızlı bir orana yükseldiğidir.

FİATLARA ORANLA TALEP ESNEKLİĞİ

Seyahat talebini etkileyen diğer faktör maliyet düşüncesidir; zira bazı belirtilere göre bu talep özellikle belli bir seviyenin altın-

da bazı fiyatlara oranla çok elâstik görünüyor. Dış seyahat harcamalarının iki önemli temel unsuru ulaşım ücreti ve gidilen ülkedeki harcamalardır. Çok uzak mesafeler konusunda uçak en yaygın yolculuk aracı oldu ve uçak yolculuğu fiyatları gittikçe düştü. Ulaşım ücreti bütün seyahat maliyetinin esas elamanı olduğu için bu gelişim, uzak ülkelere yapılan seyahatler için büyük bir önem taşımaktadır.

Düzenli hatlar için konan resmi tarifeler yıllar geçtikçe biraz azaldı, fakat fiyat indirimlerinin en önemlisi özel tarifelerde uygulanmıştır. Örneği 21 günlük götürü seyahat ve grup seyahati için indirimli tarife. Bu fiyatlar halkın büyük bir kısmına uygulanmıştır; başlıca da fiyatları konusunda hassas olan tatil geçirmeye gidenlere uygulanmaktadır. Daha yüksek olan tarifeler normal seyahatlerde uygulanmıştır. Tatil gezileri dahil, hava aracı kiralamalar da hızla gelişti : Tahminen yabancı ülkelere uçakta tatil gezisi yapan Avrupalıların % 70 i bugün grup halinde ve indirimli tarife ile seyahat ediyor. Grup halindeki seyahatler için kiralanabilecek taşıtları son haddine kadar yüklemek mümkün olduğu ve böylece giderlerin artması önlendiği için, seyahat kurumları her yolcuya oldukça indirimli tarife uygulayabilmektedirler.

Hava ulaşım şirketlerinin günlük uçuşlarında özel tarife uygulanan yerlerin gittikçe önem kazanması ve özel taşıt kiralamalarında gözle görülür gelişmeler nedeniyle yolcular tarafından kilometre başına ödenen ortalama ücret son yıllarda çok düşmüştür. Ayrıca, bu hava trafiği yayılmasının özellikle grup seyahatlerinin uyarıcı etkisinden sonra otel fiyatları üzerinden yapılan ekonomiler ve seyahat edilen ülkedeki diğer turistik kolaylıklar bu seyahatlerin maliyetini azaltmaya büyük ölçüde yardımcı olmuştur.

TALEPTE HAREKET YARATAN BAŞKA FAKTÖRLER

İçlerinden bazıları, sadece karşılıklı bağımlı değil fakat gelir artışının ve fiyat değişikliğinin de fonksiyonu olan diğer faktörler isteğin artmasında aynı derecede yardımcı olmuştur. En önemlileri demografik ve sosyolojik düzendeki değişimler ve başlıcası da nüfusun çoğalması olmuştur. Hattâ, yaşlar pramidinde kendini gösteren değişimler serüvenci ve seyahat etmeyi seven gençlerin sayısındaki artış şeklinde açıklanabilir.

Şehirleşmeye yönelen gelişim tahminen şehirlielerin şehirden kaçma ihtiyaç ve isteklerini uyarıcı bir etki gösterdi; oysa ücretli izinler bu kaçmalara olanak sağlıyordu. Sonuç olarak yaşama tarzının değiştirilmesi —yılın geri kalan kısmındaki şehirli yaşamına karşılık değişik eğlenceler arama— seyahat isteğini artırmıştı. Süreçlerin tümü kütlelere yeni ufuklar açan öğretimin genelleştirilmesiyle güçlendi; bu arada haberleşme araçlarının gelişmesi bizi çeviren evreni yavaş yavaş tanımamıza yardımcı olmuştur.

Şimdiye kadar özellikle gelişmiş ülkelerde bütün faktörler önemli etkilemeler yaptılar; uluslararası turizm pazarının niçin bu kadar az sayıda ülkede toplandığını açıklayan budur işte; fakat diğer ülkelerin ekonomik seviyelerinin yükseldiği oranda bu pazar yayılma eğilimi gösterecektir. Bu arada turizmde istidadı olan bölgeler, karşılıklı turistik pazarlarını geliştirmek için turist ihraç eden büyük ülkelere doğru dönmeliler yüzlerini. Ancak bu ülkelerde turizmde yükselme çabaları —istek artışının diğer faktörü— kısa sürede en iyi sonuçlar verme şansına sahiptir.

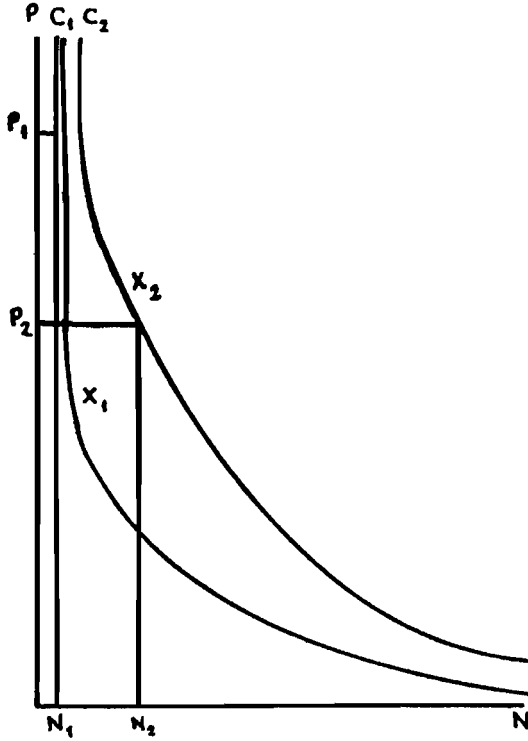
BÜYÜK SEYAHATLAR DALGASI

Faktörlerin bunca değişmesi herne kadar seyahat etme eğiliminin artmasına yardımcı olduysa da gelişme yolundaki daha uzak ülkelere seyahat imkânları olan turistlerin artış yüzdesinin anlaşılmasını sağlayan daha çok ekonomik faktörlerdir. Eğer uzak ülkelere yapılan seyahatler daha yaygın oluyorsa, bunun nedeni bir yandan, turist ihraç eden büyük ülkelerdeki seyahat için yararlanılabilecek gelir artışı, öte yandan da uzun yolculuklar için pahalıya mal olan uçak yolculuğunun maliyetinin indirilmesi olmuştur. Bunu bir grafikte göstermek mümkündür. (Şekil I). Bu grafikte iki eğrinin takip ettiği yol açıklama ihtiyacına göre kesinlikle belirlenmiştir.

C_1 eğrisi talep eğrisidir; dikey eksen P kişi başına düşen dış seyahat harcamalarının (ulaşım giderleri de dahil) ve yatay N eksenini dış seyahat için yeterli geliri olan kişileri gösterir. Eğrinin her noktası dış seyahat için belirli bir miktar harcama yapabilen kişileri gösterir. Bu miktar yükseldikçe kişi sayısı karşılıklı olarak sınırlanır.

Ayrıca, fiyatlara göre esneklik değişir ve belli bir X_1 noktasının üstünde, P nin indirimleri N yi pek az etkiler, oysa bu noktanın altında, etkileme gittikçe büyür.

SEYAHAT TALEP EĞRİSİ



(ŞEKİL : I)

Dış seyahat isteği, gelire aynı oranda elâstik olduğu için, bu konudaki harcamalar milli gelir değişikliğine göre artar. Talep çizgisi tamamen sağa doğru oynar. C_2 milli gelirlerin yükselmesinden sonraki talep çizgisidir; bu eğri, verilen bütün harcamalar seviyesinde dış seyahat için bu miktarda para harcayan kişilerin sayısının C_1 eğrisinde belirtilenden daha çok olduğunu gösterir. Fakat milli gelire oranla esneklik fiyatlara oranla görülen esnekliği de etkiler. Bundan şu sonuca varılır ki, bu noktadan sonra P nin alçalması N 'nin değerini gittikçe etkilediği için büyük C_2 çizgisinin diğer karakteristiği, C_1 deki değerinden daha yüksektir. Bu X_1 ve X_2 nin karşılaştırılmasında da görülür.

Gelişme yolundaki ülkelerin çoğuna yapılan gezilerin toplam maliyeti genellikle bir dereceye kadar yüksek olmaktadır, çünkü bu ülkeler turistlerin hareket noktasına uzaktırlar ve ulaşım ücreti bu toplamın yüksek bir oranını teşkil etmektedir. Eğer böyle bir ülkeye yapılan seyahatin maliyeti yüksekse, tabii olarak bu harcamayı yapabilecek yolcu sayısı düşük oluyor. Eğer maliyet değişmez de gelir yükselirse çok sayıda insan bu seyahati yapabilecek demektir. Ancak yine de ilâve talep artışı az olacaktır.

Eğer gelir artışı bir maliyet indirimi ile başbaşa giderse maliyetin dengeli kalması halinde, talepte daha fazla artma olacaktır. Talep artışının önemi=maliyetin düşme ölçüsüne bağlı kalacaktır. Maliyet kritik noktanın altına düşerse talepteki artış özellikle önem kazanacaktır. Zira bu noktadan itibaren —ki o nokta hatırlanacağı gibi gelir artışından sonra yukarılara fırlamıştı— esneklik fiyatlarına oranla birdenbire artmaya başladı. I. Şekilde, eğer maliyet P_2 seviyesine düşerse, N_2 nin değeri N_1 'e göre çok üstün olur.

Uluslararası turist ticaretinin gelişme olanakları, seyahat toplam maliyeti P_1 den P_2 yi düşerken gelire oranla esnekliğin talep eğrisini C_1 den C_2 ye geçirdiği ve eğrinin şeklini değiştirdiği bazı ülkelerde özellikle elverişlidir. Bu durum halihazır seyahat maliyeti gelire ve fiatlara oranla esnekliklerin karşılaşmasının daha büyük etki hasıl edeceği noktadan daha fazla yükseldiği ülkelerde daha fazla hasıl olma şansına sahiptir. Genel olarak hava ulaştırması en ucuz olan ve tarifelerin daha da düşmesi şansına sahip ülkeler söz konusudur. Buna göre, hava ulaşımının tarifelerinin indirimlerinden kâr etmemeyi ilk önce göze alan kalkınma yolundaki ülkelerdir bunlar. Gerçekten, genellikle Akdeniz Bölgesindeki, Kuzey Afrika ülkeleri ve Karaipler ülkelerinin tecrübeleri bu öneriyi gerçekleştirmektedir.

Bu talep analizinin tanıtıldığı ve tanıtlamadığı şeyleri belirlemek uygun olur. Yapılan analiz, belli bir anda yabancı ülkelere seyahat etmek için bir miktar para sarfedecek kimselerin sayısını bildirmekte; buna karşılık bu sarf edişin kaç yolcu için yapıldığını göstermemektedir. O halde bu sarfların toplam tutarına ulaşmak için gereken ülkeler sayısı söz konusu olduğunda yolcu sayısı, bu ülkelerin üzerinde rekabet halinde oldukları pazarın tümü ile aynı maliyet grubuna iştirak eden diğer sarfiyatları ve daha düşük maliyet gruplara ait olanları göstermektedir.

Ayrıca, aynı maliyet grubuna ait olan sarfiyatlar bütün aynı rekabet direnci üstünlüklerini göstermemektedir; zira bazı ülkeler diğerlerinden daha fazla yolcu çekmektedir. Bu bakımdan, bir ülke hakkında yapılan hayali hesaplar realiteden daha kuvvetlidir. Bu hayali hesapları değiştirebilecek modern teknikler olsa bile, nihayet bunlar da sınırlıdır ve uzun zaman gerektirir. Bu arada bir ülkeye giriş kolaylıklarının oynadığı rolü de unutmamak gerekir. Seyahat edenlerin öncelikle daha önce denemiş oldukları güzergâhları tercih etmeleri ve ancak kendilerini zorlayan daha büyük nedenler varsa «bayatlamış yöntemler dışı» yerlere yönelmeleri de ihtimal dahilindedir.

Eğer ulaşım maliyeti nisbeten uzak kalkınma yolundaki bir ülkeye yapılacak bir seyahatin toplam maliyetinin önemli bir kısmını teşkil ediyorsa o ülkede yapılacak masraflar da talep üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Şüphesiz gidilecek iki ayrı yer için ulaşım maliyeti uygulama bakımından aynı olduğu takdirde diğer maliyetleri daha düşük olan ülke çok belli bir şekilde en iyi rekabet durumunda bulunur. Fiatların genel seviyesi tayin edici etmen olduğu halde, yatırımların birlik -üniter- maliyetinin aşırı bir yük olmamasını kollamak ve etkili bir yönetim ve işçilikte yüksek bir ürün verme gücü sağlamaya da gayret etmek kaydıyla turistlere uygulanan fiatları bazı sınırlamalarla yerinde tutmak mümkündür.

TURİZMİN EKONOMİK ÖNEMİ

Turizm sektörünün ekonomik önemi, ilkin dünyadaki talebin seyahatları mal ihracından çok daha hızlı olarak artırması sorununda yatmaktadır. 1958 ve 1967 yılları arasında uluslararası turizmin sağladığı gelirler dünya ihracat gelirlerinin % 7, 4üne karşı yıllık % 11,2 lik bir faiz oranına ulaşmıştır. Kalkınma yolundaki bir çok ülke için uluslararası turizm konusundaki taleple ilgili görüntüler bu ülkelerin geleneksel ihraçlarının evrimine ilişkin olanlardan çok daha fazla cesaret vericidir. Böylece uluslararası turizm genel olarak onlar için büyük bir önem arzeder şekilde, döviz gelirlerini de düzelterek bu ülkelerin gelirlerini artırmaya yardım etmektedir. Bundan başka turizm nisbeten önemli bir işçiliği de gerektirmekte ve iş sahası açıcı vasfıyla başka ekonomik faaliyetlerle mukayesele-re dahi yol açmaktadır. Turizmin gelişmesi sadece doğrudan doğruya turizm sanayinde iş sahası açmakla ve yöresel ürünler için önemli bir ilâve talep hasıl etmekle kalmamakta, yararları bütün

ekonomiye ve özellikle hizmetler ve inşaat sektörünün tümüne olmaktadır.

Turizmin gelişmesi bir ülkenin kalkınma sürecine nisbeten hızlı bir katkıda bulunabilir ;, şöyle ki, turizm endüstrisinde yatırım projelerinin ekseriyetinin gebelik müddeti genellikle nisbeten kısadır, yeter ki bir kere yatırım kararı alınmış olsun.

Her ne kadar turizmin gelişmesi, ekonomik plânda, bir kısım avantajla getirebiliyorsa da, bu avantajlar en küçük kaynakları sadece bu sektöre vermeye yeterli bir neden teşkil etmezler. Sıra turizmin kalkınmasına verilecek öncelikleri tesbit etmeye gelince, bu sektörün kalkınmasının sağlayacağı bütün ekonomik değerler arasındaki ilginin ve bundan çıkacak avantajların tümünün turizm veya ülkenin hepsini de geliştirebileceği ve görünümünün talep için de uygun olduğu diğer iktisadi faaliyetler lehinde kurulup kurulmadığını belirlemek gerekir.

Turizm kalkınmasına ayrılacak yatırımların tutarını belirlemek söz konusu olunca da daha büyük bir güçlük ortaya çıkmaktadır. Terimin dar ekonomik anlamında turizm bir sektör teşkil etmezse de, yabancı turist kabul eden bir ülke turist gelmediği takdirde üretmek zorunda olmayacağı türlü çeşitli mal ve hizmetleri onların emrine tahsis eder... Bütün bu mal ve hizmetleri temin etmek için sadece konuk kabul vasıtaları (oteller, lokantalar, eğlence ve benzeri faaliyetler) değil, ulusal yapı ve anlayışın dışında kalan —enfrastrüktür— alanlarda da (yollar, limanlar, hava meydanları, demir yolları, elektrikleendirme, su getirme, kanalizasyon teşkilâtı) yatırım yapmak gerektir. Turist gelmese bile bütün bu alanlarda zaten bir miktar yatırım yapılması gereklidir; şu halde burada turizmin gerekli kıldığı ilâve yatırımların neler olduğunu tayin etmek söz konusudur.

Bu zor sorunlar bir kere bir birinden ayrılınca artık ulusal bir turistik program hazırlanabilir; tabî bu da ayrı bir sorundur.