

anatolia

ISSN 1300 - 4220

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ • ÜÇ AYLIK DERGİ • YIL : 6 SAYI : 3-4 • EYLÜL - ARALIK 1995

Türk konaklama sektöründe risk yapısı

Otel işletmeciliğinde pazarlama anlayışının gelişimi

Türkiye turizmde sayısal veri kaynakları

Otel yatırımının hukuki aşamaları

Konaklama sektöründe güçlü araştırması ve Antalya örneği

Türkiye'de yayla turizmi ve Karadeniz yaylaları

Türkiye'de turizmle ilgili yasaların doğal çevreye etkileri

Türkiye turizmde süreli yayınlar: dergiler, bültenler

Turizmde planlama - politikalar ve KKTC turizm sektörü

Turizmde kalifiye eleman açığı ve meslek yüksek okullarının etkinliğinin artırılması

Anatolia dergisi bibliyografyası (1990 - 1995)

Tez Özetleri





İSTANBUL ATAKÖY MARİNA

POSTAL ADDRESS: Sahilyolu 34710 Ataköy
İSTANBUL/TÜRKİYE

TELEPHONE: (90) 212 560 41 10

FAX: (90) 212 559 49 05

TELEX: 20030 HINN TR



 **Holiday Inn**
CROWNE PLAZA®

POSTAL ADDRESS: Sahilyolu 34710 Ataköy
İSTANBUL/TÜRKİYE

TELEPHONE: (90) 212 560 81 00

RESERVATION DIRECT LINE: (90) 212 560 81 51

FAX: (90) 212 560 81 55

TELEX: 20030 HINN TR

Stay With Someone You Know.

Sizin hayatınız ne zaman değişecek?



*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 değiştirmeye 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" broşürü alın ve her gün ayrı bir masraf çıkaran sevimli otomobilinizi değiştirin. 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.
Pişman olmayacaksınız.*

TÜRKİYE İŞ BANKASI

anatolia

TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
a journal of tourism research

ISSN 1300 - 4220

Yıl : 6 Sayı : 3 - 4
Eylül - Aralık 1995
(September - December)
(üç ayda bir yayınlanır)
issued every three months

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

genel yayın danışmanı
general publishing consultant
DR. MEHMET ÖZDEMİR

turizm - çevre
tourism - environment
MEHMET YEŞİLTAŞ
MERYEM AKOĞLAN

ingilizce bölümler
english text
METİN KOZAK

yurtiçi temsilcileri
domestic branch

İSTANBUL
BÜLENT AĞAOĞLU
TEL: (212) 523 57 96

ESKİŞEHİR
PROF. DR. UĞUR DEMİRAY
TEL: (222) 395 05 81

AYDIN
DOÇ. DR. BAHATTİN RİZA OĞLU
TEL: (256) 225 69 09

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

NEVŞEHİR
KURTULUŞ KARAMUSTAFA
TEL: (384) 212 24 90

BALIKESİR
Y. DOÇ. DR. AYHAN GÖKDENİZ
TEL: (266) 241 17 80

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

yurtdışı temsilcileri
foreign / abroad branch

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

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

(LEFKOŞA) K.K.T.C.
MEHMET KIRAL
TEL: (392) 227 83 24

YAZISMA 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: (0312) 341 80 90

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

İ Ç İ N D E K İ L E R

- 3** anatolla'dan...
NAZMİ KOZAK
- 4** aym yorumu...
DR. MEHMET ÖZDEMİR
- 6** Eylül - Aralık 1995 günlüğü
- 12** Türk konaklama sektöründe risk yapısı
NURCAN ÇIRAKLAR
- 20** Otel işletmeciliğinde pazarlama anlayışının gelişimi
CELİL ÇAKICI
- 28** Türkiye turizmde sayısal veri kaynakları
NAZMİ KOZAK
- 44** Otel yatırımının hukuki aşamaları
İSKENDER GÖNÜR
- 48** Konaklama sektöründe insangücü araştırması ve Antalya örneği
DR. AHMET AKTAŞ - DR. CEMİL BOYACI
- 63** Türkiye'de yayla turizmi ve Karadeniz yaylaları
İSMAİL KIZILIRMAK
- 66** Türkiye'de turizmle ilgili yasaların doğal çevreye etkileri
MEHMET ARSLAN
- 76** Türkiye turizmde süreli yayımlar: dergiler, bültenler
NAZMİ KOZAK
- 87** Turizmde planlama - politikalar ve KKTC turizm sektörü
DR. MEHMET ALTINAY - DR. HASAN ALI BIÇAK - DR. H. ALİPOUR
- 92** Turizmde kalifiye eleman açığı ve meslek yüksek okullarının etkinliğinin artırılması
KADİR ÖZTAŞ
- 101** Anatolia Dergisi bibliyografyası (1990 - 1995)
HAZIRLAYAN : NAZMİ KOZAK
- 109** Tez Özetleri
HAZIRLAYAN: NAZMİ KOZAK
- 111** 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 Yenışehir/ ANKARA adresine göndermeniz yeterlidir. Abonelik için yapacağınız başvuruda adınızı, açık adresinizi, posta kodunuzu, (varsa) vergi numaranızı ve bulunduğunuz vergi dairesinin adını, telefonunuzu ve hangi sayıdan itibaren abone olmak istediğinizi lütfen belirtiniz. Bir yıllık abone tutarı 500.000 TL'dir. (Anatolia Dergisi yılda dört kez Mart, Haziran, Eylül, Aralık aylarında yayınlanır.)



Türkiye'de 1965 yılından bu yana, başlangıçta düzensiz, son yıllarda ise biraz daha düzenli olmak üzere sayısal veriler derlenmektedir. Ancak, birkaç çalışma dışında kalanlarında derlenen konular arasında standartlaştırmaya henüz gidilemediği gözlenmektedir. Bundan dolayı, Türkiye'de periyodik olarak derlenmiş olsa da, pek çok sayısal veri çalışması arasında zaman dizini oluşturmak mümkün olamamaktadır.

NAZMI KOZAK

Türkiye'de turizmne yönelik dergiler ve sayısal veri kaynakları

Anatolia'nın bu sayısında Türkiye'de turizm sektörüne yönelik yayın yapan dergiler ve derlenen sayısal veri kaynakları incelenmektedir. Hem dergiler ve hem de sayısal veri kaynakları, aslında bir sektörün gelişiminin düzenli olup olmadığını ölçmede değerlendirmeye alınabilecek faktörler arasındadır. Çünkü, sektöre yönelik hazırlanan dergilerin incelenmesi ile sektörün istikrarı ölçülebileceği gibi, istatistiklerin düzenli ve farklı konularda derlenmesi de sektörün sayısal veri kaynaklarına olan ihtiyacını ölçmesi açısından önemli olmaktadır.

Turizm dergiciliğinin geçmişini Türkiye'de 1960 yıllara kadar götürmek mümkün olabilmektedir. Yani, turizmin bakanlık düzeyinde temsil edilmeye ve kalkınma planlarında konuyla ilgili düzenlemelerin yapılmaya başladığı dönemde çakışmaktadır. Turizm dergiciliğinin gelişme içerisinde olduğu dönem ile turizm sektörünün gelişme trendinin ivme kazandığı dönemler de çakışmaktadır. Son on yılda turizm sektörünün yaşamış olduğu sorunların turizm yayıncılığı alana yansdığı da söylenebilir. Zira, sektörün bu dönemdeki sorunları, turizm dergilerinin de kısa süreli olmasına yol açmıştır. Zaten incelenen turizm dergilerinin önemli bir bölümünün 1-3 sayı arasında yaşam süresine sahip olduğu görülmektedir. Öte yandan son birkaç yıldır turizm sektöründe yaşanan kurumsallaşmanın etkileri turizm dergiciliği alanına yansımaktadır. Hemen her demek, vakıf veya kamu kurumu kendi faaliyetlerini kamuoyuna duyurmak amacıyla dergi çıkarma yoluna gitmektedir. Burada üzerinde önemle durulması gereken husus; Türkiye'de turizm ile ilgili yükseköğrenim düzeyindeki okulların sayısının önemli artışlar kaydetmesine rağmen, bu artışın turizm dergiciliği alanına hiç yansımamıştır.

Sayısal veri kaynaklarına gelince; bilindiği üzere sayısal veri kaynakları veya yaygın adıyla istatistikler, bir ülkenin çağdaş, demokratik ve açıklık politikaları ile birebir ilişkilidir. Zira, toplumların çağdaş, karmaşık ve çoğu zaman da belirsizliklerle dolu yapısı karşısında karar alıcıların rasyonel davranabilmeleri sayısal veri kaynaklarına olan ihtiyacı gündeme getirmektedir. Zaten dünya genelinde istatistiklerin derlenmeye başlandığı dönemlerin devletlerin çağdaş yapılaşmalara girmeye başladıkları dönemlere rastladığı görülmektedir. Konuya turizm sektörü açısından bakıldığında da durum aynıdır. Turizm sektörünü geliştirmek, bu alana ayırdığı kaynaklarını rasyonel dağıtmak ve gelecekteki olası gelişmeleri önceden tahmin etmek isteyen yönetimlerlerin dayandıkları en önemli kaynak, istatistiklerdir.

Türkiye'de 1965 yılından bu yana, başlangıçta düzensiz, son yıllarda ise biraz daha düzenli olmak üzere sayısal veriler derlenmektedir. Ancak, birkaç çalışma dışında kalanlarında derlenen konular arasında standartlaştırmaya henüz gidilemediği gözlenmektedir. Bundan dolayı, Türkiye'de periyodik olarak derlenmiş olsa da, pek çok sayısal veri çalışması arasında zaman dizini oluşturmak mümkün olamamaktadır.

Öte yandan son yıllarda, asli işi istatistik derlemek olan Devlet İstatistik Enstitüsü ile Turizm Bakanlığı haricinde kalan bazı kuruluş ve kurumların turizm ile ilgili alanlarda sayısal veri derlemeye başlamasını, Türkiye turizm sektöründe sayısal verilerin karar almadaki öneminin anlaşılmasına başlandığı yolunda yorumlamak mümkündür.

Son olarak ise, hem turizm dergiliği ve hem de sayısal veri kaynaklarının bir arada bulunabileceği bir dokümantasyon merkezinin bulunmaması büyük bir eksikliklerdir. Özellikle önceki yıllarda derlenmiş pek çok sayısal veri kaynağını herhangi bir dokümantasyon merkezinde bulmak olanaksızdır. Turizm Bakanlığı'nın önceki dönemlerde (hatta şimdilerde bile) derlemiş olduğu bazı çalışmaları, bu bakanlığın kütüphanesinde bulamamak büyük talihsizliktir. Derginin izleyen sayfalarında incelenen sayısal veri araştırmalarının önemli bir çoğunluğu tek bir kütüphanede bulunamamaktadır. Hatta bazılarının Türkiye'de bulunabilen nüshaları bir-iki tanedir. Hazırlanan söz konusu çalışmanın hazırlanma nedeni de, Türkiye'de her geçen gün artan "turizm araştırmacı"larına, kolay kolay rastlayamayacakları sayısal veri kaynaklarının toplu dökümünü vermektir.

ayın yorumu...



Turizm sektörümüz, 1995 yılında göstermiş olduğu gelişme ile, konuyla ilgili herkesin, tabii ülkemizin yüzünü güldürmüştür. Kasım 1995 yılı sonu itibariyle gerçekleşen rakamlar, Türk turizminin 1990-91 yıllarında yaşanan "Körfez Krizi" ve akabindeki "Körfez Savaşı" öncesindeki günlerine dönmekte olduğunu göstermektedir

**Dr. MEHMET
ÖZDEMİR**

Turizmimizde, 1990 yılının Temmuz ayına dönünüz gibiyiz...

Turizm sektörümüz, 1995 yılında göstermiş olduğu gelişme ile, konuyla ilgili herkesin, tabii ülkemizin yüzünü güldürmüştür. Kasım 1995 yılı sonu itibariyle gerçekleşen rakamlar, Türk turizminin 1990-91 yıllarında yaşanan "Körfez Krizi" ve akabindeki "Körfez Savaşı" öncesindeki günlerine dönmekte olduğunu göstermektedir.

Bilindiği üzere, 1990 yılı Ağustos ayı başında ortaya çıkan "Körfez Krizi", gelişmekte olan turizmimize çok ağır bir darbe vurmuştur. O günlerdeki benzetmemizle "turizmimiz adeta şiddetli bir trafik kazasına uğramıştı". "Körfez Savaşı"ndan sonra ortalık durulur gibi olurken de bir başka bela ortaya çıktı. Hızlanan terör olayları, Türk turizmine çok zor günler yaşattı. Özellikle 1993 yılındaki bombalama olayları ile terörizmin Türk turizmi üzerindeki etkisinin hat safhaya ulaştığı hatırlardadır. Daha sonra 1994 yılından itibaren başlayan lobilicilik ve diğer tanıtma faaliyetleri ile birlikte, Türk turizm sektörü yeniden canlanmaya başlamıştır.

Körfez krizinden, terörizme...

Terörle ilgili alınan önlemler çerçevesinde değerlendirilebilecek; son iki yılda yaşanan olumlu gelişmeleri, ilgili istatistikî verilerin incelenmesi ile daha berrak olarak görmek mümkündür. Şöyleki, 1991 yılında Türkiye'ye 5.5 milyon turist gelmiş iken 1992'de bu rakam 6.5 milyona çıkmış ancak 1993 yılında 5.3 milyona düşmüştür.

Değindiğimiz 1993 yılının, yukarıda da vurguladığımız gibi; terörizmin özellikle komşumuz bazı ülkelerden de yoğun olarak kaynaklanan etkisi unutulmamalıdır. Bizim de bu yıllarda Anadolu'da yazdığımız ve durumun vehametine dikkati çeken yazılarımız sanırım hatırlardadır.

Türkiye'ye 1994 yılında ise 6.3 milyon turist gelmiş, bu yükseliş trendi 1995 yılında da sürmüştür, Kasım ayı sonu itibariyle 7.2 milyon turiste ulaşmıştır. Öte yandan 1994 ve 1995 yıllarında, OECD ülkelerinden gelen turist sayısında da belirgin artışlar söz konusu olmuştur. Örneğin 1995 yılının ilk 11 ayında ülkemize gelen turistlerin 4.1 milyonu OECD ülkeleri vatandaşlarıdır.

Yeniden başlıyor gibiyiz!

Turizmimizin altın devri olarak kabul ettiğimiz 1985-1990 yılları hatırladığımız takdirde; 1990 yılından sonra içinde girdiğimiz "turizmimizin duraklama devri"nin artık sona erdiğini özellikle 1995 verileriyle gözleyebiliyoruz. Turizm gelirlerimiz tekrar bir göz attığımızda; 1991 yılında 2.6 milyar dolar bu yoldan elde edilmiş iken, 1992'de 3.6 milyara çıkmıştır. Her ne kadar 1993'te 3.9 milyar dolara ulaşılsa da, gelecek turist sayısı itibariyle bu rakamın düşük kaldığı anlaşılmaktadır. Çünkü daha önce yazdığımız yazılarda da belirttiğimiz gibi, 1993 yılında OECD ülkelerinden gelen turistlerde bir azalma söz konusuydu. Ancak, 1994 yılındaki turizm gelirleri incelendiğinde, Türk turizmindeki olumlu gelişmelerin işaretleri görülmektedir. Bu yıllarda elde edilen 4.3 milyar dolarlık turizm geliri ile Türkiye, ilk kez dört milyar sınırını aşmıştır. İçinde yaşadığımız 1995 yılında ise, bu sevindirici ve umutlarımızın yeniden belirmesine sebep olan gelişme devam etmiştir. Veriler, 1995 yılında turizmde Türkiye'nin yıl sonuna kadar 5.5 milyar dolar dolayında döviz kazanacağını göstermektedir.

Verimli çalışma, imkânlarımızdan en üst düzeyde yararlanma..

Turizm Bakanlığı'ndan yapılan açıklamalara göre, 1996 yılında Türkiye'ye 9.5 milyon turist gelecek ve bunlar 6.5 milyar dolarlık harcama yapacaklardır. Turizmde son iki yılda yaşanan olumlu gelişmelerin istikrar kazanabilmesi ve turizmimizde tekrar bir altın çağına başlayabilmesi için elbette ki birtakım tedbirlerin alınması gerekir. Zannedirim 1996 hedeflerinin gerçekleştirilmesi fazla zor olmayacaktır. Ancak elbette ki Türkiye'nin nihai hedefi bu rakamların çok üzerindedir.

Turizmin çeşitlendirilmesi ve turizm faaliyetlerinin bütün yıla ve ülkeye yayılmasının sağlanması önemlidir. Ancak bundan da önemlisi, mevcut imkanlarımızdan en üst düzeyde, marjinal olarak yararlanmaktır. Tesislerimizin doluluk oranlarının mümkün olduğunca tam kapasiteyle bütün yıla dağılmasının önemi son derece hayattır. Bu durum getireceği rantın yanı sıra, en büyük sıkıntılarımızdan olan personel sorununun da çözülmesini sağlayacaktır. Bunun için de ezeli derdimiz **pazarlama** konusuna çok ciddi olarak eğilmek zorundayız.

Pazarlama konusunda zaman zaman özel sektörümüzün şevke geldini biliyoruz. Yalnız bu şevk kuru bir heves olarak kalmamalıdır. Bu yolda, hiç olmazsa başlatılacak çalışmalar belirli bir ivme kazanıncaya kadar, öncülük ve koordinasyon görevi, kamımızca yine kamuya düşmektedir.

"Deniz-kum-güneş" turizmimizde en büyük ensturumanımızdır. Turizmimizin temel direğini bu üçlü teşkil etmektedir. Bu üçlü Türkiye turizminin en belirgin artışı, bize turist gönderen ülkelerin ise manidar eksisidir. Artılarımızdan en iyi şekilde istifade etmek, akılcılık gereğidir. Turizmimizin çeşitlendirilmesi için yayla, dağ, mağara, nehir, eğlence turizmi türlerinin geliştirilmesinin hiçbir mahsuru yoktur! Ancak talî turizm çeşitleri içerisinde en fazla önem verilmesi gereken termal turizmdir. Avrupa'nın tükenen termal kaynaklarının yanında, bizim henüz hakir sayılabilecek termal zenginliklerimiz, ileride Türkiye için büyük bir potansiyel olacaktır.

Ayrıca üçüncü yaş turizmi, hâlâ rezerv olarak tuttuğumuz ve kafamızda hayalini kurarken muhteşem" olarak nitelendirdiğimiz, yine önemli bir potansiyelimizdir.

Gümrük Birliği turizmimizi tahminimizin üstünde olumlu etkileyecek

Dünya Turizm Örgütü'nün yapmış olduğu bir araştırmada, Türkiye'nin 2005 yılında 25 milyon turist çekeceği ortaya çıkarılmıştır. Biz bu rakamın hayâl değil, eksik dahi olduğu düşüncesindeyiz. Elbette ki ulaşılabilmesi, her şeyden önce Türkiye'nin genel durumuyla ilgilidir!

Varsaydığımız olumlu gelişmelerin devamı ve alınacak önlemlerin isabeti ve mutlaka dikkatli takibi, kaldığımız yerden tekrar altın yıllara kavuşmamızı sağlayabilir. Bütün bunların yanı sıra, turizm sektörünün hükümetlerce de önemine paralel bir şekilde desteklenmesi gerekir. Bu arada Gümrük Birliği'ne girmemizle birlikte, yabancı sermaye gelişinde de önemli bir artış olacaktır. Bunun yalnızca ekonomik değil, çok önemli sosyal ve psikolojik etkilerini de yakında göreceğiz

Gümrük Birliği'nin turizmimizi nasıl etkileyeceğini ise, önümüzdeki sayımızda anlatmaya çalışacağız.

Ankara, Aralık 1995

Turizmin çeşitlendirilmesi ve turizm faaliyetlerinin bütün yıla ve ülkeye yayılmasının sağlanması önemlidir. Ancak bundan da önemlisi, mevcut imkanlarımızdan en üst düzeyde, marjinal olarak yararlanmaktır. Tesislerimizin doluluk oranlarının mümkün olduğunca tam kapasiteyle bütün yıla dağılmasının önemi son derece hayattır.

VI. Ulusal Turizm Kongresi..

Birincisi 1990 yılında gerçekleştirilen Ulusal Turizm Kongresi'nin altıncısı bu yıl 18-20 Kasım 1995 tarihleri arasında Kuşadası'nda Onur Otel'de gerçekleştirildi. Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ile Kuşadası Belediyesi'nce ortaklaşma gerçekleştirilen kongrede turizm ile ilgili çeşitli konularda bildirimler sunuldu. □

Başkent Üniversitesi'nde turizm ve otelcilik programları

Özel üniversite statüsünde birkaç yıldan bu yana faaliyet gösteren Başkent Üniversitesi bünyesinde ön lisans ve lisans düzeylerinde olmak üzere iki tane turizm programı açıldı. Öğretim dili Türkçe olan programlarda okuyacak olan öğrenciler İngilizce yeterlilik sınavından başarılı olmaları halinde birinci sınıfta okumaya hak kazanacaklar. □

Turizm istatistikleri yayımlandı

Turizm Bakanlığı tarafından her yıl periyodik olarak hazırlanan ve yayınlanan Turizm İstatistikleri ve konaklama istatistiklerinin 1994 yılına ilişkin baskıları geçtiğimiz aylarda gerçekleştirildi. Bilindiği üzere Turizm Bakanlığı, turizm istatistiklerini Emniyet Genel Müdürlüğü'nün pasaport polisi aracılığı ile derlediği istatistiklerden alırken; konaklama istatistiklerini de her yıl başında tesislere gönderilen formların doldurulmasıyla geri gönderilen nüshalarının analiz edilmesi ile hazırlamaktadır. □

Master'da tez hazırlama koşulu kaldırılacak mı?..

Geçtiğimiz aylar içerisinde Koç Üniversitesi Rektörlüğü'nce Yüksek Öğretim Kurulu'na yapılan bir başvuruda yüksek lisans öğrencilerinin tez hazırlama koşulunun kaldırılması istendiği ve bu konuda YÖK'ün karar alması yönünde çeşitli girişimlerde bulunulduğu öğrenilmiştir. Koç Üniversitesi'nin bu öneriyle getirmek istediği değişiklik; yüksek lisans öğrencilerinin bir yıl içerisinde mezun olmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. Bilindiği üzere, Türkiye'de yüksek lisans öğrencilerinin tez hazırlamalarına ilişkin düzenleme 1982 yılındaki YÖK kanunu ile birlikte gelmişti. Bu yıldan önce kaydını yaptırmış yüksek lisans öğrencilerinin tez hazırlama gibi bir zorunlulukları yoktu. Üniversitelerde son zamanlarda tartışılmakta olan Koç Üniversitesi'nin bu eskiye dönüş önerisi, YÖK kanunuyla Türkiye'ye sokulmuş ve bütünüyle yüksek lisans eğitiminin kalitesini yükselten bir konunun ortadan kaldırılmasına yöneliktir. İyiniyetle yapılmış olan bu önerinin Türkiye üniversitelerinin eğitim-öğretim düzeyini daha da düşürücek bir karara yol açmaması için gereken ilginin gösterileceği beklenmektedir.

Turizm Bankası A.Ş. araştırılmayı bekliyor..

T.C. Turizm Bankası A.Ş., kurulduğu 1955 yılından bankacılık faaliyetlerinin Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.'ye devredildiği 1989 yılına kadar geçen 34 yıllık dönemde Türkiye turizmine öncü ve örnek olmuş bir kamu iktisadi teşebbüsüdür. T.C. Turizm Bankası A.Ş., bankacılık faaliyetleri ile turizm sektörüne kaynak aktarmış, işletmeciliğini yaptığı turizm işletmeleri ile sektöre öncü, örnek olmuş ve sektöre kalifiye elemanlar kazandırmıştır. Bunların yanı sıra eğitim faaliyetleri ve yayınları ile de bugün bile turizm sektörüne katkılarını sürdürmektedir. Türkiye turizmine bu denli yadsınmaz katkıları olmuş ve Türk turizminin 1983'lerde başlayan kalkınma hamlesinin mihenk taşı olan T.C. Turizm Bankası A.Ş., lisansüstü düzeylerde hazırlanacak tezlere konu olmayı fazlasıyla hak etmiştir. Tez olarak araştırma konusunu oluşturması T.C. Turizm Bankası A.Ş.'nin kamuoyunca çok yakından bilinmeyen yönlerinin ve Türk turizmine olan katkılarının ortaya çıkarılmasına katkısı büyük olacaktır. Artık tarihe mal olmuş bu kurum, gelecek kuşaklara Türkiye turizmine olan katkılarının tanıtılabilmesi için tez öğrencilerinin ilgisini beklemektedir!..

Turizmde Rekabet Gücü Stratejileri kitabı..

Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu öğretim üyelerinden Dr. Mehmet Altınay, "Seyahat ve Turizm Endüstrisinde Rekabet Gücü Stratejileri" başlığını taşıyan bir kitap yayınladı. 1995 yılı içerisinde basımı gerçekleştirilen kitap, sekiz bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde, turizm ve teknoloji ilişkisinin incelendiği kitabın ikinci bölümünün konusunu "Turizm Endüstrisinde Küresel Dönüşüm" oluşturmaktadır. Üçüncü bölüm "Rekabet Gücü Senaryoları", dördüncü bölüm "Seyahat ve Turizm Oyuncuları için Rekabet Gücü Stratejileri"; beşinci bölüm "Turistik Yerler için Rekabet Gücü Stratejileri"; altıncı bölüm "Türkiye'deki Rekabet Gücü Çalışmaları"; yedinci bölüm "KKTC Turizm Endüstrisinin Rekabet Gücünün Ölçülmesi: Uygulama" başlıklarından oluşmaktadır.

EYLÜL - ARALIK 1995 GÜNLÜĞÜ

Nevşehir'de akademisyen-sektör işbirliği örneği!..

Türkiye'de diğer alanlarda olduğu gibi turizm sektöründe de akademisyen-sektör iletişimsizliğinden; akademisyenlerin ve sektör mensuplarının kendi aralarında toplanıp tartışmalarından yıllardır yakınılır. Ancak, bazen öyle durumlarla karşılaşılıyor ki; "sonuç böyle olacaksa, her kesiminin kendi arasında tartışması daha iyi" diye düşünülmeden edilemiyor. Sözü, Nevşehir'deki toplantıda gerçekleşen bir sektör-araştırmacı mensubu ilişkisine ve sonuçlarına getirmek istiyoruz. Bu yıl gerçekleştirilen "Haftasonu Semineri"nde Kapadokya'daki turizm işletmecilerini "üç" (!) kişi temsil etti. Aslında buna temsil etti dememek gerekiyor, çünkü orada gerçekleşen hoş olmayan tavırları bütün Kapaokya turizm işletmecilerine mal etmek son derece yanlış olacaktır. Seminerin ilk gününde birinci oturumun sonuna doğru söz istemeden söz alan Kapadokya Turizm İşletmecileri Derneği Başkanı Fehmi İncidiş, çok açık bir şekilde gerçekte bütün katılımcı akademisyenlere olmak üzere sunulan bir bildiriye ve sahibine hoş olmayan ve almış olduğunu iddia ettiği lisansüstü eğitimine de hiç uygun düşmeyen tavırlar sergiledi. Aslında oradaki toplantıda hiçbir kimsenin Kapadokya turizmciilerinin (aslında otelcilerinin) sorunlarını çözemeyeceğini, ancak bazı çözümler önerebileceklerini algılayamamış olmanın getirdiği bir yaklaşımla; Kapadokya'ya son onbir yılda gelen turist sayılarını irdeleyen bir çalışmaya bir anlamda hakaret ederek, başkanlığını yaptığı Dernek'i hangi anlamda "temsil" ettiğini çok güzel bir şekilde ortaya koymuş oldu. "Ben korelasyon morelasyon anlamam bizim sorunlarımız var" diyerek, aslında araştırma kavramına olan yaklaşımını çok güzel bir şekilde ortaya koydu. Gerçekte bu sözlerin ardında yatan bir diğer sonuç ta; Kapadokya turizminin sorunlarının nasıl doğduğuna ilişkindi. Çünkü, eğer bu yöredeki otel işletmecileri araştırma yapmanın bilim adamlarının kendilerini oyalamak için değil, ancak insan yaşamını kolaylaştırmak, sorunlara çözüm üretmek için yapıldığını bilseler ve bundan 6-8 yıl önce "önümüzdeki yıllarda Kapadokya'ya kaç kişi gelebilir" diye araştırmalar yapsalar, ya da yaptırırsalar ve "gelen bu turistlere ne kadar yatak arzı gerekir" diye bir başka araştırma daha yaparak veya yaptırarak tur operatörlerinin ve seyahat acentelerinin oyunlarına düşmemiş olsalar ve yatak sayısını bu denli arttırmasalardı, ne iyi olurdu. Hem o zaman söylenen sözlere yanıt vermek isteyen ve bildirisini ile ilgili açıklama yapmak isteyenleri de terslemek gerekmezdi.

Profesyonel Turizm Yazarları ve Editörleri Derneği..

Profesyonel Turizm Yazarları ve Editörleri Derneği (TUYED) geçtiğimiz aylarda kurularak faaliyetlerine başladı. Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği'nin turizm yayıncılığı işi ile uğraşmayanlar tarafından ele geçirilmesinin ardından, turizm yazarları ve editörlerini tek bir çatı altında toplamayı amaçlayan "Profesyonel Turizm Yazarları ve Editörleri Derneği", basın-yayın organlarında turizm alanında haber ve makaleleri yayımlanan, programlar hazırlayan, kitap, periyodik yayın ve görsel malzeme üreten yazar, editör, gazeteci, fotoğraf sanatçısı ve yayıncıları biraraya getirmek üzere kurulmuştur. Anatolia Dergisi'ni yayınlayanlar olarak, TUYED'in de kurucusu bir yazarın deyimi ile "ayakkabı tüccarları'nın da bu derneğe üye edilerek derneğin amacından sapmamasını ve her önüne gelenin turizm yazarı ve editörü sayılmaması dileriz.

Turizm Şurası ertelendi..

Turizm Bakanlığı tarafından 11-13 Aralık 1995 tarihleri arasında Ankara'da toplanması öngörülen I. Turizm Şurası ertelendi. Ertelenme gerekçesi olarak, Şurası'nın erken seçim takvimi içerisinde yer alması, çalışmaların kamuoyuna yeterince yansıtılmaması ve katılımcıların karşılaçıkları zaman darlığı gösterilmiştir. 1996 yılı içerisinde daha sonra saptanacak olan bir tarihte toplanması düşünülen Şura'nın, Lütfi Kırdar Kongre salonunda toplanması öngörülmektedir. Şura ile ilgili komisyon ve genel kurul toplantılarını içeren Turizm Şurası programı Kasım 1995 içerisinde katılımcılara ulaştırılacağı bildirilmiştir. □

TYD, Dünya Turizm Örgütü'ne üye oldu..

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) kurumsal üye seçildi. Karar, WTO'nin Kahire'de yapılan Genel Kurulu'nda açıklandı. Dünyanın en büyük turizm örgütü olan WTO'da 122 devlet ve 303 kuruluş temsil edilmektedir. □

10. Otel, Lokanta Gereçleri Fuarı

TÜYAP tarafından gerçekleştirilen "Loanta Gereçleri ve İkram Endüstrisi Fuarı'nın onuncusu 16-19 Kasım 1995 tarihleri arasında İstanbul'da düzenlendi. Fuar'da, turizm sektörüne dönük olarak mal ve hizmet üreten firmaların ürünlerinin yer aldığı bölümlere ek olarak panel ve konferanslar da düzenlendi. □

Moskova'da Türk Tanıtma Müşavirliği açıldı..

Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü'ne bağlı olarak faaliyet gösteren tanıtma müşavirliklerine Moskova Tanıtma Müşavirliği de eklendi. Rusya'dan son yıllarda Türkiye'ye yönelen turizm faaliyetlerini dikkate alan Bakanlık, Moskova'da Türkiye'yi tanıtmayı amaçlayan bir müşavirliğin açılmasını uygun buldu. Müşavirlik, 23.03.1995 tarihinde hizmete girdi. □

Turizmde Seçme Makaleler 23 yayımlandı..

Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı'nın süreli yayını olan Turizmde Seçme Makaleler'in 23. sayısı geçtiğimiz günlerde yayınlandı. Seçme Makaleler'in bu sayısında şu makaleler yayımlanmıştır: "Meslek Yüksek Okulu Bünyesindeki Turizm Bölümlerinde Uygulanan Müfredat Programları Üzerine Bir Durum Değerlendirmesi" (Nazmi Kozak-Meryem Akoğlan); "Gümrük Birliği'ne Giriş Sürecinde Türk Turizminin Geleceği" (Mikdat Erol); "Türkiye'ye Gelen Üçüncü Yaş Grubuna Yönelik Turistler Üzerine Yapılan Uygulama Örneği" (Yrd. Doç. Dr. Ayhan Gökdeniz); "Konaklama İşletmelerinin Verimliliğinin İncelenmesi: Balıkesir ve Yöresinde Uygulama Çalışması" (Selahattin Karaman); "Ekolojik Turizm: Ahlak ya da Eko Satış?" (Pemala Wight). Turizmde Seçme Makaleler, üç ayda bir yayınlanmakta ve Türkiye'deki araştırmacıların yazıları ile yabancı dillerde yayımlanmış makalelerin çevirilerine yer vermektedir. □

TUGEV'den kitap..

Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV) tarafından 5-6 Haziran 1995 tarihleri arasında İstanbul'da gerçekleştirilen "Turizm Eğitiminde Uygulama Sorunları ve Seminer Çalışması" konulu toplantıda sunulan bildirilerin, tartışmaların ve atelye çalışmalarının sonuç metinleri kitap halinde yayınlandı. Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı yayınları arasında 35 numaralı yayın olarak hazırlanan kitapta, "TÜRSAV'ın Turizm Eğitimi ile İlgili Değerlendirilmesi", "TUROB'un Turizm Eğitimine Bakış Açısı", "Turizm Sektörünün Uygulamalı Eğitim Konusundaki Görüş ve Beklentileri", "Eğitsel ve Sektörel Kurumların Yakınlaşması ve Dayanışması", "Uygulamalı Turizm Eğitimine Bir Örnek: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Moteli", "Yüksekokul Staj Yönetmeliği ve Uygulamadaki Sorunlar", "Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrencilerinin Genel Profili ve Eğitim-Öğretim Sorunları", "Türkiye'de Uygulanan Sertifika Eğitiminde Karşılaşılan Güçlükler", "Ağırlama Yönetimi Konulu Derslerin Öğretiminde Yeni Yaklaşımlar: Öğrenciler Tarafından Yönetilen Restoranlar", "T.C. Turizm Bakanlığı Tarafından Yürütülen İşbaşı Eğitimi", "Yönetmelik Beceri Geliştirme Uygulamalı Eğitimin Önemi", "Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde Uygulamalı Eğitim", "Turizm Bakanlığı Tarafından Yürütülen Eğiticilerin Eğitimi Programları ve Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar", "Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri Mutfak Bölümü Mezunlarıyla İlgili Yapılan Araştırma Sonuçları", "Meslek Yüksekokullarında Turizm ve Otelcilik Öğretiminde Çağdaş Yaklaşımlar Nasıl Olmalıdır?", "Yüksek Öğretimdeki Mesleki Turizm Eğitiminde Uygulamanın Gerekliliği, Uygulamayı Engeleyen Koşullar ve Öneri Bir Model", "Doğu Karadeniz Bölgesindeki Meslek Yüksekokullarının Uygulama Sorunları". başlığını taşıyan bildirilerin metinleri yer almaktadır. "Turizm Eğitiminde Uygulama Sorunları Seminer ve Atelye Çalışması" kitabını edinmek isteyenler TUGEV'in Meşrutiyet cad. No: 57/4, Beyoğlu, İstanbul adresinden postayla veya (0212) 293 39 50-51 numaralı telefonlardan bilgi edinebilirler.

Oleyis sendikası üye profili araştırması

Kısa adı olan Oleyis olan DİSKE bağlı Otel Lokanta ve Eğlence Yerleri Sendikası, üyelerinin profilini ortaya çıkarmak üzere bir araştırma yaptı. Ankara ve Antalya bölgesinde sendika üyesi, temsilcisi ve delegesi olan 787 kişi üzerinde gerçekleştirilen araştırma bulgularına göre; sendika üyesi işçilerin çalışma yaşamına katılmaları genellikle 1980 yılı sonrasına rastlamaktadır. Sendika üyesi çalışanların işyeri değiştirme oranları % 1.3 olarak bulunurken; sendika üyesi çalışanların % 94'ünün kadrolu olarak otellerde istihdam edildiği anlaşılmıştır. İşçilerin % 44.25'inin ekonomik nedenlerle sendikaya üye oldukları ortaya çıkmıştır. Ankara'daki sendika üyesi çalışanların meslek düzeylerine ilişkin olarak ise, % 8.8'inin otelcilik ve turizm meslek lisesi, % 8.5'nin mesleki kurslar mezunudur. Antalya bölgesindeki sendika üyesi çalışanların eğitim durumları da şu şekilde tesbit edilmiştir: Otelcilik ve turizm meslek lisesi % 13.5, mesleki kurs mezunu % 15.4 ve alaydan yetişme % 63.0. Sendika üyesi işçilerin ücretleriyle ilgili görüşleri de şöylece belirlenmiştir: İşçilerin % 78.5'i ücretinden memnun değilken, % 21.3'ü ücretinden memnundur.

EYLÜL - ARALIK 1995 GÜNLÜĞÜ

Kapadokya'da turizm hakettiği yere gelir ama...

Geçen yıl olduğu gibi bu yıl da Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından iki günlük bir haftasonu semineri düzenlendi. Seminerde bu yıl Kapadokya turizminin pazarlama sorunları tartışıldı. Kapadokya turizminin son 6-7 yıldır yaşamakta olduğu çıkmazdan kurtulması için nelerin yapılabileceği konuşuldu. Ancak, bazı konuşmacıların seminere gelmeden önce zahmet edip Kapadokya ile ilgili küçük bir araştırma yapmamaları dolayısıyla yıllardır söylenen şeyler sanki yeni söyleniyormuş gibi tekrarlandı veya müthiş birer öneri imiş gibi görüşler açıklandı. Bunlardan en belirgin olanı, bazı konuşmacıların üzerine basa basa Kayseri havaalanının uluslararası trafiğe açılmasındaki önemi vurgulamalarıydı. Ancak bu konuşmacıların bilmedikleri bir şey vardı: O da Kayseri havaalanının 7 Temmuz 1995 tarihinde Resmi Gazete'te yayımlanan bir Bakanlar Kurulu kararıyla uluslararası uçuşlara açıldığı idi. Buna benzer bir başka hiç araştırılmadan söylenen konu da, Türkiye'nin turizm ülkesi olup olmaması ile ilgili kararın verilmesi üzerine bir konuşmacı tarafından yapılan konuşma idi. İktisatçı gözüyle artık Türkiye'nin bu kararı vermesi gerektiği söyleniyordu. Yine bilinmeyen bir şey vardı: Türkiye bu kararı 1983'lerde zaten vermişti ve verilen bu karar üzerine turizm sektörüne birkaç yılda Cumhuriyet tarihinde görülmemiş teşvikler verilmişti. Ayrıca her resmi ağızdan da turizmin ne denli önemli bir sektör olduğu her gün açıklanıyordu. İktisatçı gözüyle bakıldığında durum daha da berrak bir şekilde sırtıyordu! Turizm sektörüne tahsis edilen krediler ve teşvik çeşitleri her yıl Resmi Gazete'de yayımlanıyor ve işin ilginç yanı kıyıları konaklama tesisinden geçilmiyordu. Nasıl oluyordu da, bütün bu gelişmelerden sonra "Türkiye turizm ülkesi olsun mu? olmasın mı? kararı verilmeli" denebiliyordu! Yoksa bu bildiri sahibinin turizm sektörüyle olan ilgisi bir zamanlar turizm yüksek okulunda birisinde müdür olarak görev yapmış bir zevatın ilgisi ile aynı mıydı? Nevşehir'deki toplantıda otelci-rehber dostun anlatmasına göre 1990-1991 yıllarında turizm yüksek okullarının birisinde müdür olan bir zevatla otel işletmecisi konuşuyorlar. Otel işletmecisi, Körfez Krizi'nin sektör üzerindeki zararlarını anlatıyor, yakınıyor. Okul müdürü de konuşmaya "ya öyle mi", "bilmiyordum" gibi sözlerle karşılık veriyor. Tabii otelci-rehber dostumuz şok oluyor: Nasıl oluyordu da turizm ile ilgili bir yüksek okulun müdürü sektörün sorunlarıyla bu denli "bihaber" kalabiliyordu. İki günlük süre içerisinde meraklı olanlar, Kapadokya turizminin gerçek sorunlarını öğrendiler, diğerlerinin ise Kapadokya'yı ve dostlarını bir kez daha görmek gibi kazançları oldu o kadar.

KKTC'de turizm eğitimi paneli kitap halinde yayımlandı

23 Aralık 1994 tarihinde Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu'nda gerçekleştirilen "KKTC'de Turizm Eğitiminin Bugünü ve Yarını" konulu panelin konuşmaları kitap halinde yayımlandı.. "KKTC'de Turizm Eğitimi" başlığı altında Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu yayınları arasında çıkan kitapta, söz konusu panele konuşmacı olarak katılmış olan; Özger Özgür, Yrd. Doç. Dr. Mehmet Altınay, Dr. Mehmet Özdemir, İsmail Çetin, Mustafa Şah, Aziz Eminsiz, Erdal Camgöz, Ayaç Yıldırım ve Nazmi Kozak'a ait konuşmaların ve sunulan bilgilerin metinleri yer almaktadır. Toplamı 88 sayfadan oluşan kitabın basımı 1995 yılında gerçekleştirilmiştir.

27 Eylül, Dünya Turizm İşçileri ve Sendika günü kutlandı..

IUF (Dünya Otel, Lokanta, Gıda, Tütün ve Yardımcı İşkolları Sendikaları Federasyonu) Otel, Lokanta ve Yiyecek-İçecek sektöründeki alt birimi HRC'nin 1985 yılındaki toplantısında 27 Eylül'ü "Dünya Turizm İşçileri ve Sendika Günü" olarak kabul etmişti. 27 Eylül, Türkiye'de de amacına uygun olarak işçi sendikaları arasında kutlanıyor. □

Önbüro Çalışanları Derneği (TÖTÖB) kuruldu..

Turistik Oteller Ön Büro Çalışanları Derneği, kuruldu. İlk olağan genel kurul toplantısını 23 Mart 1995 tarihinde İstanbul'da yapan Derneğin kuruluş amaçları arasında; önbüro çalışanlarını tek çatı altında toplamak, turistik otellerde önbüroculuk mesleğini geliştirmek, üyelerinin ortak ekonomik, sosyal, kültürel hak ve çıkarlarını korumak, önbüroculuk mesleğini hak ettiği yere ulaştırmak bulunmaktadır.

Derneğe, 18 yaşını bitirmiş, önbüroda çalışmakta olan her Türk vatandaşı üye olabilmektedir. Dernek, Perihan sokak, No: 3 D. 2, 80260 Şişli-İstanbul adresinde faaliyet göstermektedir. □

Belgeli Turizm İşletmeleri Yıllığı 1994 yayımlandı..

Turizm Bakanlığı İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmakta olan "Belgeli Turizm İşletmeleri Yıllığı"nın 1994 sayısı geçtiğimiz aylarda yayımlandı. Yıllıkta, belgeli turizm işletmelerine ilişkin çeşitli sayısal veriler bulunmaktadır. □

Hotel Guide'96 yayımlandı..

Ekin Yazım Merkezi ile TÜRSAB ve otel işletmecileri derneklerinin ortaklaşa hazırladıkları "Hotel Guide'96" Kasım ayında yayınlanarak dağıtılmaya başlandı. İlki 1989 yılında hazırlanmış olan "Hotel Guide", bilindiği üzere, Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgesi almış bütün konaklama işletmelerine ilişkin bilgilere yer vermesinin yanı sıra, seyahat acenteleri, turistik restoranlar, yat işletmelerinin de adres, telefon ve fax gibi iletişim bilgilerini de içermektedir. "Hotel Guide'96", yaklaşık 1000 sayfadan oluşmakta ve kuşe kağıda renkli olarak basılmaktadır. □

TUGEV bülten yayımlandı..

Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV) bülteninin Kasım 1995 sayısı yayımlandı. Üç ayda bir yayınlanan bülten, bilindiği üzere TUGEV'in çalışmalarını kamuoyuna duyurmaya dönük yazı ve haberlere yer vermektedir. □

1995 turist girişleri..

Turizm Bakanlığı'nca Emniyet Genel Müdürlüğü'nden alınan bilgilerden derlenen istatistiklere göre, 1995 yılında Kasım sonu itibarıyla 7 602 499 yabancı Türkiye'ye giriş yaptı. 1994 yılında aynı dönemde Türkiye'ye gelen yabancı girişi 6 329 088 olmuştu. Bu rakamlara göre 1995 yılında 1994 yılına göre 1 273 411 kişilik bir artış yaşanmıştır. 1995 yılında Türkiye'ye giriş yapan yabancıların 4 418 000'i OECD ülkelerinden gelmiştir. □

Şehir, varoş ve kültür turizmi konulu seminer..

Boğaziçi Üniversitesi tarafından 25-29 Eylül 1995 tarihleri arasında "Şehir, Varoş ve Kültür Turizmi" konulu bir seminer gerçekleştirildi. Seminerin amacı uzmanlarla ilgili katılımcılara İstanbul kentini örnek olarak çeşitli uygarlıkların, bir şehrin planlanıp gelişmesindeki etkilerini kurumsal olarak tartışmak, ayrıca konu edilen uygarlıkların izlerini ve kalan eserlerin kullanım biçimlerini yerinde etüd etmektir. Seminerde sunulan bildiriler ve bildiri sahipleri şöyledir: "Terms & Concepts of Urban / Rural Culture Tourism" (Dr. Adile Gürsoy), "Roman Civilization on Urban Tourism Planning" (Dr. Semavi Eyice), "Management Guidelines for World Cultural Heritage Sites" (Dr. Jukka Jokilehto), "Roman Historical Sites of Istanbul" (Dr. İrfan Arıkan), "Byzantium Art & Culture and Its Impact on Urban Tourism" (Dr. Semavi Eyice), "Adaptive Reuse of Historic Sites and Building" (Jukka Jokilehto), "Byzantium Art & Cultural Sites of Istanbul" (Dr. İrfan Arıkan), "Ottoman Development Stage and Its Impact on Rural & Urban Tourism Planning" (Dr. Ethem Eldem), "Ottoman Art & Cultural Sites in Istanbul" (Dr. İrfan Arıkan), "Concept of Cultural & Rural Tourism Development" (Dr. John Swarbrook, Dr. Phillippe Violier, Dr. Ayşe Sevgör, Dr. Şükrü Yarcın), "Period of Turkish Republic and Its Impact on Urban / Rural Cultural Tourism" (Dr. Afife Batır, Dr. Mete Tapan), "Tour of New City and Late Developments" (Dr. İrfan Arıkan), "The Specific Aspects of Marketing the Culture & Urban Tourism Product" (Murat Bırsel, Dr. Marie J. Trosset), "Architecture & Urbanization & Tourism" (Dr. Marie Barbas), "Museums as a Communication Mode of Culture" (Dr. Claire Giraud). Seminerde tartışılan konuların hazırları söz konusu kültürel mekanlara gidilerek, yerinde yapılmıştır.

Otel işletmeciliği: Kavramlar-Uygulamalar kitabı..

Geçtiğimiz günlerde "Otel İşletmeciliği: Kavramlar-Uygulamalar" kitabının basımı tamamlandı. Anatolia Yayıncılık tarafından basımı gerçekleştirilen kitap beş yazar tarafından ortaklaşa hazırlanmıştır. Editörlüğünü Nazmi Kozak'ın yaptığı kitabın diğer yazarları şunlardır. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Dündar Denizler, Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğretim üyesi Yrd. Doç. Dr. Nilüfer Tetik, Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otelcilik Programı öğretim görevlisi Meryem Akoğlan, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi araştırma görevlisi Mehmet Yeşiltas ve Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu araştırma görevlisi Metin Kozak. Dokuz bölümden oluşan kitabın birinci bölümü "Otelcilik Endüstrisi" başlığını taşımaktadır. Kitabın konu başlıkları sırasıyla; ikinci bölüm "Otel İşletmelerinde Yönetim", üçüncü bölüm "Otel İşletmelerinde Önbürç Departmanı", dördüncü bölüm "Otel İşletmelerinde Kat Hizmetleri Departmanı", beşinci bölüm "Otel İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Departmanı", altıncı bölüm "Otel İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü", yedinci bölüm "Otel İşletmelerinde Muhasebe Departmanı", sekizinci bölüm "Otel İşletmelerinde Personel Yönetimi" ve dokuzuncu bölüm "Otel İşletmelerinde Destek Departmanları". Kitapta ayrıca, otel işletmeciliğinde en fazla karşılaşılan kavramlarla ilgili açıklayıcı bir bölüm de yer almaktadır.

Otel işletmelerinde önbüro yönetimi..

Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu öğretim görevlilerinden Sabah Kozak, "Otel İşletmelerinde Önbüro Yönetimi" başlığını taşıyan bir kitap hazırladı. Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu yayınları arasında çıkan kitap, sekiz bölümden oluşmaktadır. Kitabın birinci bölümünde konaklama endüstrisi ve otel işletmeleri konusu açıklanmaktadır. İkinci bölümde otel işletmelerinin yönetimi konusu açıklanırken; üçüncü bölümde otel işletmelerinde önbüro yönetimi konusu anlatılmaktadır. "Otel İşletmelerinde Önbüronun İşlevleri" başlığını taşıyan dördüncü bölümde, önbüroda sunulan rezervasyon, resepsiyon, önkasa, gece kontrolü, üniformalı hizmetler ve santral hizmetleri açıklanmaktadır. Beşinci bölümde, önbüro yönetiminin fonksiyonları, altıncı bölümde önbüro personelinin yönetimi, yedinci bölümde önbüro yönetiminde güvenlik ve sekizinci bölümde ise, önbüro bölümünde bilgisayar kullanımı, uygulamaları, sakıncaları, avantajları ve etkileri anlatılmaktadır

Dördüncü uluslararası işletmecilik kongresi yapıldı..

The International Management Development Association (IMDA) tarafından her yıl geleneksel olarak düzenlenen "Uluslararası İşletmecilik Kongresi"nin dördüncüsü bu yıl İstanbul'da yapıldı. 13-16 Temmuz 1995 tarihleri arasında İstanbul'da gerçekleştirilen kongre kapsamında turizm de çeşitli oturumlarda tartışıldı. Kongrenin turizm konusunda gerçekleştirilen oturumlarına Türkiye'den Dr. İbrahim Birkan ve Seyhmus Baloğlu, Doğu Akdeniz Üniversitesi'nden Dr. Mehmet Altınay ve Dr. Mehmet Ali Bıçak ve Virginia Polytechnic Institute and State University'den Prof. Dr. Muzaffer Uysal katıldılar.

Otel işletmelerinde önbüro yönetimi kitabı..

Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğretim üyelerinden Yard. Doç. Dr. Ayhan Gökdeniz "Otel İşletmelerinde Önbüro Yönetimi" başlığını taşıyan bir kitap yayınladı. Eylül 1995 tarihinde Balıkesir'de basımı gerçekleştirilen kitap, 16x24 boyutlarında ve 310 sayfadandır. Kitabın Birinci Bölümü'nde konaklama işletmeleri ile ilgili bilgiler verilirken, ikinci bölümde otel işletmeciliğinde önbüronun yeri ve önemi ile personelin görev tanımlarına yer verilmektedir. Otel işletmelerinde kullanılan önbüro sistemlerinin açıklandığı üçüncü bölümde, önbüroda kullanılan üç sistemin (manuel, mekanik ve bilgisayar) açıklaması yapılmıştır. Dördüncü bölümde mekanik sistemle çalışan orta büyüklükteki bir otel işletmesinde müşterilerin karşılanması, yerleştirilmesi ve ayrılması ile ilgili işlemler anlatılmaktadır. Beşinci bölümde de mekanik sistemle çalışan bir otelde önbüro donanımları, çalışma saatleri ve tutulan kayıtlar açıklanırken; altıncı bölümde, rezervasyon geliş şekilleri, kabul, kullanılan formlar ve oda ayırma koşulları anlatılmaktadır. Yedinci bölümde rezervasyon konusu derinliğine yer alırken; sekizinci bölümün konusunu, önbüronun kendi içinde ve diğer departmanlarla olan ilişkileri açıklanmaktadır. Dokuzuncu bölümde müşteri, oda çeşitleri ve oda satış teknikleri, aşamaları; onuncu bölümde müşteri hesapları, çeşitleri ve özellikleri; onbirinci bölümde kambiyo mevzuatı ve ilişkiler yönetmeliği ve onikinci bölümde de önbüroda kullanılan terimler açıklanmaktadır.

Hotel dergisi yayın yaşamında..

Turistik Otelciler Birliği'nin yayın organı olan "Hotel dergisi" yayınlanmaya başladı. Ekin Yazım Merkezi tarafından yayına hazırlanan derginin Aralık 1995 sayısı geçtiğimiz günlerde yayınlandı. Otel yöneticisi ve yatırımcılarına yönelik bir yayın politikasına sahip olan dergi, şimdilik üçer aylık sürelerde okuyucularına ulaşacak. Dergi, TÜRTOP'un görüşlerinin kamuoyuna ulaştırılmasında da bir araç olacak. Toplamı 130 sayfadan oluşan dergi, renkli olarak hazırlanmaktadır. □

İnternet, seyahat acentelerinin işlevini ortadan kaldıracak mı?

İnternet, güden güne dünya genelinde kullanım alanını genişletmesinin yanı sıra, farklı iş kollarına da kullanılmaya başlanıyor. Önümüzdeki birkaç yıl içerisinde insanların evlerinde seyahatleri için her türlü rezervasyonu ve ilgili ödemeleri yapacakları düşünüldüğünde seyahat acentelerinin işlevlerinin değişeceği görülmektedir. □

Turizm sektörel fuarları..

6. Güney Otel Bar, Restaurant Gereçleri Fuarı, 23-30 Mart 1996 tarihleri arasında Marmaris'te gerçekleştiriliyor. Öte yandan İhlas fuarcılık tarafından İGEF fuarı, 14-17 Aralık 1995 tarihleri arasında FM tuar merkezinde, TÜYAP tarafından gerçekleştirilen 10. Otel, Lokanta Gereçleri ve İkrâm Endüstrisi Fuarı ise 16-19 Kasım 1995 tarihleri arasında TÜYAP İstanbul Sergi Sarayında yapıldı. □

Türk konaklama endüstrisinde risk yapısı

NURCAN ÇIRAKLAR

I. GİRİŞ

Yaşadığımız dünyada ekonomik, politik ve sosyal olaylar öylesine değişmektedir ki, buna bağlı olarak işletmelerin gelecekteki getirilerinin düzenli, tam ve kesin bir şekilde tahminlenebilmesi güçleşmektedir. Geleceğe ilişkin tahminlerin, sürekli değişim gösteren bu ortam sonucu tam ve kesin olmaması, işletmelerin bazı risk ve belirsizlikler karşısında kalmalarına yol açar.

Risk ve belirsizlik kavramları arasında, onların birarada kullanılmalarna ve bazen eşanlamda ele alınmalarna karşın, önemli bir farklılık vardır.

Risk durumunda, gelecekte farklı şekillerde ortaya çıkabilecek olayların gerçekleşme olasılıkları bilinmektedir. Belirsizlik durumunda ise elimizde gerçekleşme olasılıkları hakkında yeterli tahminlerde bulunabilecek olanak ve bilgiler yoktur.

Diğer bir deyişle, risk sorunu ile karşılaşan kişi kararının farklı sonuçlarına ait olasılık derecelerini nesnel olarak belirleyebilir, belirsizlikte ise, olasılık dereceleri hakkında nesnel bir bilgiye sahip değildir (Akgüç 1982, s. 713-714). Dolayısıyla risk, eksik bilgilenme; belirsizlik, hiç ilgilenmenin bir sonudur.

Risk kavramını ölçebilmek için, onu bir nicelik olarak tanımlamak gerekmektedir. Literatürde bu anlamda geliştirilen tanımların aralarındaki en önemli farklılıklar, kapsam yönündedir.

Örneğin, Mittra ve Gassen (1981 : 143) riski belirsizlikle birlikte ele alarak, riski veya belirsizliği; "bir yatırıma özgü gerçekleşen verimin, beklenen verimden yüksek veya düşük çıkma olasılığı" olarak ifade etmektedirler.

Aynı çerçevede, Cohan'a göre risk "bir yatırımın fiili veriminin beklenen verimden gösterdiği farklılık derecesidir" (Meriç 1980: 30).

Diğer taraftan, Brigham ve Weston, "bir yatırımın fiili verimlerin beklenen verimlerden daha düşük olma olasılığını", risk olarak tanımlamaktadır (Meriç, 1980: 30).

Knigt ise riskin, gelecek bilinmediğinde ortaya çıktığını, ancak geleceğin olasılık dağılımının bilinmekte olduğunu söyleyerek, dolaylı fakat açıklayıcı bir tanım vermektedir (Miller 1977 , s. 1154).

Bu tanımlardan anlaşılacağı üzere, nicelik olarak risk kavramı, karar kuramındaki anlamından ayrılmaktadır. Karar verme açısından risk, bir yatırımın gelecekteki verimlerinin ve onların olasılık derecelerinin tahminlenmesini gerektirirken burada, gerçekleşen verimini beklenen verimden sapması dikkate alınmaktadır.

II. RISK BİLEŞENLERİ

Yukarıda ifade edilmeye çalışılan risk kavramı, bir finansal veya fiziksel varlığın toplam riskini belirtmektedir.

Öte yandan, finansal varlıklar için toplam risk, Sharpe (1963, s. 277-93) tarafından, sistematik ve sistematik olmayan risk şeklinde iki bileşenin altında incelenmiştir. Aşağıda görüleceği üzere bu çalışmada Türk konaklama endüstrisinde risk faktörünü ve dolayısıyla bir yerde sistematik ve sistematik olmayan risk bileşenlerini saptayarak incelemeyi amaçlanmaktadır. Dolayısıyla önce çalışmaya temel oluşturan modelin yapısında kullanılması bakımından, sistematik ve sistematik olmayan risk bileşenlerini tanımlamak yerinde olacaktır.

ABSTRACT

THE STRUCTURE OF RISK REGARDING THE HOSPITALITY INDUSTRY IN TURKEY

Sharpe's approach of portfolio selection depends on the separation of total portfolio risk which is represented by the variance into the systematic and non-systematic components by means of regression estimates. Arbel and Grier applied this model to the hospitality which depend upon the data that are regularly collected from the certified hotels. Arbel-Grier approach is employed in order to discriminate risk estimates and their components in different types of hospitality establishments. The results have show that hotels are the less risky among other hospitality establishments. The uses of finding of the study for state tourism policies and planning, as well as for investors were taken into consideration and briefly discussed.

Nurcan Çiraklar, Dokuz Eylül University Faculty of Business and Economics, Buca, İzmir, Turkey.

Nurcan Çiraklar: Lisans, Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü; yüksek lisans, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Programı; doktora, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Programı; Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı'nda araştırma görevlisi.

1. Sistematik risk

Sharpe'ye göre bir menkul değer sistematik riski, bir bütün olarak menkul değerler pazarının hareketine bağlı olan risktir.

Arbel ve Grier ise (1978, s. 15-22) Sharpe'nin tanımından hareketle, otel endüstrisi için bir sistem risk tanımı geliştirmişlerdir. Bu tanıma göre, otel endüstrisinin sistem riski; otel endüstrisi getirilerini eş zamanlı biçimde etkileyen faktörlerin neden olduğu toplam getiri değişkenliğinin bir bölümüdür. Otel endüstrisinin getirilerini eş zamanlı olarak etkileyen faktörler ise, genel ekonomik koşullar, sosyal çevre ve endüstrinin göreceli rekabet durumu ile ilişkilidir.

Sistem risk belirli ölçüde tüm otelleri etkileyecektir ve farklı türde, büyüklükte veya yörede otel işletmeciliği yapmış olmakla bu riskten kaçınılamaz (Arbel ve Grier 1978, s. 16). Bu açıdan ancak sistem riskin küçüklüğü veya büyüklüğü söz konusu olabilir. Örneğin, bazı otel büyüklükleri ya da bölgeler için sistem risk, diğerlerine nazaran daha düşük olabilir. Eğer sistem riskin göreceli düşüklüğü veya yüksekliği ölçülebiliyorsa, ilgili sonuçlar, yer seçimi stratejilerinden işletme politikalarına kadar çeşitli işletme kararlarının alınmasında kullanılabilir. Örneğin, kurulacak bir otelin, sistem riski düşük olan bölgede yapılmasının daha avantajlı olacağı açıktır.

2. Sistem olmayan risk

Değinen yaklaşıma göre sistem olmayan risk, otel grubu ya da belirli bir otelin sahip olduğu toplam riskin geri kalan bölümü olarak tanımlanmaktadır. İstatistiksel bir anlatımla, toplam riskin sistem risk bileşeninden arta kalan ve rastlantısal özelliklere sahip kalıntısı, sistem olmayan riski oluşturur.

Otel işletmesi sayısının artırılması yoluyla veya başka bir deyişle, yatırımcıların otel portföyüne yönelmeleri ile bu

riskten kaçınılması olasıdır. Özellikle farklı türde, büyüklükte veya yörede otel işletmesi elde bulundurmamakla, yani "çeşitlendirme" yoluyla bu risk, büyük ölçüde azaltılabilir.

Otel işletmelerinin sistem olmayan risk düzeyini, yönetim performansı, yöresel rekabet ve tüketici tercihlerindeki değişiklikler gibi daha çok işletmenin kendine dönük faktörleri etkilemektedir. Ayrıca belirli bir otelin finansal yapısı ve faaliyet kaldırıcı gibi faktörler de, sistem olmayan risk açısından etkin rol oynamaktadırlar.

III. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

1. Çalışmanın amacı

Bu çalışmanın amacı, doluluk oranı verilerinden hareketle Sharp'nin menkul değer pazar modeline bağlı kalınarak, Arbel ve Grier tarafından otel endüstrisine uyarlanmış bulunan regresyon modeline uygun bir risk modeli oluşturmak suretiyle, Türkiye'deki belgeli konaklama işletmelerinin toplam risklerinin ve bu risklere ait sistem risk ve sistem olmayan bileşenlerin hesaplanmasıdır. Ortaya çıkan sonuçların, sektörün geleceği ve işletme politikaları açısından değerlendirilmesiyle bulguların imkan verdiği ölçüde öneriler geliştirilmesi amaçlanmıştır.

2. Verilerin elde edilişi ve doluluk oranının risk ölçütü olarak alınmasının nedenleri

Ampirik çalışmamızda, Turizm Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu konaklama istatistikleri bültenindeki doluluk oranları, temel veri kaynağını oluşturmuştur (Turizm Bakanlığı : 1993). Bu istatistiklerde konaklama işletmeleri belge sınıflarına, işletme türlerine, iller ve bölgelere göre ayrıma tabi tutulmuştur. Çalışmamızda Türkiye'deki konaklama işletmeleri otel, motel, pansiyon ve tatil köyleri gibi tesis türleri itibarıyla ele alınmış ve bu tesislere ilişkin doluluk oranları, sözü edilen is-

Yaşandan dünyada ekonomik, politik ve sosyal olaylar öylesine gelişmektedir ki, buna bağlı olarak işletmelerin gelecekteki getirilerinin düzeni, tam ve kesin bir şekilde tahminlenebilmesi güçleşmektedir.

tatistik bültenlerinden 1976-1993 yılları kapsamında bir zaman serisi oluşturacak şekilde elde edilmiştir.

Bu bağlamda çalışmanın amacı; konaklama işletmeleri türleri için iki risk bileşenini; sistematik ve sistematik olmayan risk tahminlemektir. Çalışmanın odak noktasını oluşturan zaman dilimi, 1976-1993 dönemidir.

Çalışma kapsamında doluluk oranları, uygun bir risk ölçütü olarak ele alınmıştır. Aslında böyle bir çalışmada kapsama dahil olan konaklama tesislerinin yatırım getirisi göstergesi olarak "kârlılık" kavramı, ilk bakışta doluluk oranına nazaran daha uygun bir ölçüt gibi görünmektedir. Gerçekte ise otel kârlılıkları, doluluk oranı kadar konaklama endüstrisi riskinin ortaya konulmasını sağlamaya veya temsil etmeye müsait büyüklükler değildir. Çünkü bu durumda birçok risk faktörü ve kârlılık belirleme faktörü, kısa vadeli fiyat değişimleri ve benzeri pek çok unsurda hesaplama yapılmıştır. Bu durum aynı zamanda sistematik ve sistematik olmayan risk şeklinde ayrıştırılan toplam riskin ikiye bölünümündeki kavramları da belirsizleştirecektir. Kaldı ki kârlılık, işletmelerin kısa dönem stratejileri ile öylesine yönetilebilir ki, riskin temelindeki asıl unsur olan talep değişimini doluluk unsuru kadar doğru yansıtamaz.

Bundan başka doluluk oranının bir "oran" oluşu, onun ölçü birimine bağımlılığını ortadan kaldırmaktadır. Bu da kullanımının getirdiği bir diğer avantajdır. Ayrıca alt ve üst sınırlarının %0-%100 olarak belli olması, gereğinde yorum kolaylığı da sağlamaktadır.

Diğer taraftan, bu modelin konaklama endüstrisinin tümüne uygulanabilmesi için de bu ölçüt gereklidir. Bütün endüstri söz konusu olduğu için birleştirici, homojen bir ölçüt lazımdır. Böyle bir ölçüt, değerlendirme ve baz yılına dönüştürme sorunları nedeniyle parasal değil fiziksel bir nitelik arz etmelidir ki, homojenlik kriteri daha problemsiz bir şekilde sağlanmış olsun!

Tabii kârlılık gibi ölçütlerin doluluk oranı yanında daha başka dezavantajları da vardır. Bir örnek olarak Hilton otelini ele alırsak, bu otelin satış fiyatları ve kârlılığı çok yüksek olabilir. Bunun nedeni Hilton isminden kaynaklanabilir. Çünkü bu otel, hizmeti yanında ismini de satmaktadır. Fakat bir yatırımcı için bu otelin ismi onu ilgilendirmez. Çünkü belki Hilton ayanında bir otel yapmayı hedeflemektedir ama, Hilton ismini kullanabilmesi artık mümkün değildir. Bu nedenle Hilton isminden gelen bir iktisadi rant onun için söz konusu olmayacaktır. O zaman yatırımcının, otel işletmesinin ileride karşılaçağı riskler çerçevesinde Hilton otelinin risk ölçütü olarak onun doluluk oranını dikkate alması, daha uygun olabilir.

Öte yandan doluluk oranı kavramının kullanılmasının yaratabileceği birtakım sakıncalar bu çalışmanın, tasarladığı biçimde yapılması ile önemini kaybetmektedir. Örneğin, iki farklı tesis türünün değişir maliyet yapıları birbirinden çok farklı ise, kârlılık kavramı, bu durumu doluluk oranına nazaran daha hassas bir şekilde yansıtacaktır. Ne var ki bu sınırlılık çalışmamız açısından önemli değildir. Çünkü değişir maliyet yapılarını farklılaştıran asıl neden işletme türleridir. Halbuki bu çalışmada, işletme türleri ayrı kategoriler halinde ele alınarak incelenmektedir. Dolayısıyla, değinilen nedensellik verilerin bünyesinde kaybolacağı yerde, inceleme kapsamında gözlem konusu yapılmaktadır.

Sonuç olarak, tüm bu açıklamalar ışığında, doluluk oranının konaklama sektörü risk ölçümünde en az kârlılık kadar etkin bir ölçüt olduğu ve vereceği sonuçların yorum açısından daha kullanışlı olabileceği ortaya çıkmaktadır (Barutçugil, 1982 : 186-187).

3. Risk ölçüm yöntemi ve araştırma modeli

a) Risk ölçüm yöntemi

Geleceğin belirsizliklerle dolu olduğu bir dünyada yatırımcılar, yatırımlarının

Bu çalışmanın amacı, doluluk oranı verilerinden hareketle Sharpe'nin menkul değer pazar modeline bağlı kalınarak, Arbel ve Grier tarafından otel endüstrisine uyarlanmış bulunan regresyon modeline uygun bir risk modeli oluşturmak suretiyle, Türkiye'deki belgeli konaklama işletmelerinin toplam risklerini ve bu risklere ait sistematik ve sistematik olmayan bileşenlerin hesaplanmasıdır.

leride sağlayabileceği getiriler hakkında kesin bir bilgiye sahip değildirler. Bu nedenle yatırımcılar, yatırımlarının getirilerini ancak tahmin yaparak, belirli ölçüde saptayabilirler. Bu tahminleme işlemi, gelecekteki belirsiz ortamı risk ortamına dönüştürmeye yarar. Böylece kısmen de olsa, yatırımların getiri düzeyleri saptanmaya çalışılır.

Söz konusu işlemi gerçekleştirebilmek için yatırımcı, yatırımın getiri düzeyine ilişkin bir beklenen değer saptar ve bunun etrafında bir olasılık dağılımı oluşturur. Bu olasılık dağılımının her bir verisi, olası getiriyi gösterir. Beklenen değer bir ortalama kavramıdır. (Bühlmann 1970: 13) ve onun değerinden daha düşük ve yüksek getirilerin oluşması ya da gerçekleşmesi mümkündür. Burada önemli olan husus, olasılık dağılımının "iyi bir varsayım sağlaması gerektiğidir. Bu nokta unutulmamalıdır.

Risk ölçümünde, olası getirilerin beklenen değer etrafındaki olasılık dağılımı yaklaşımının oldukça yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. (Blume 1971, s. 1-10). Bir yatırımın gerçekleşen getirisi beklenen değerinden ne kadar uzaklaşırsa, bu yatırım o derecede riskli olacaktır. O zaman risk getirilerin dağılışı ölçütüdür. Bu takdirde bir otel ya da otel grubunun riski, onun varyansıyla ölçülebilir. (Arbel ve Grier 1978, s. 16). Söz konusu varyansı şu şekilde formüle edebiliriz:

$$\sigma_i^2 = \sum_{i=1}^n P_i (r_i - E(r))^2 \dots \dots \dots (1)$$

Burada;

σ_i^2 = i oteli getirilerinin olasılık dağılımı varyansını,

n = dağılımındaki birim sayısını,

P_i = olasılık dağılımının i. nci getirisini,

r_i = i. nci getirinin gerçekleşme olasılığı,

$E(r)_i$ = beklenen değeri ifade etmektedir.

Risk bir dağılışı ölçütü olarak tanımlandığına göre, varyasyon katsayısı ve standart sapma da, diğer birtakım ölçütler olarak riski ölçmek için kullanılabilir (Brigham ve Gapenski 1985 : 36).

Yukarıda, eşitlik (1)'de risk göstergesi olarak belirtilen varyansın probabilistik yazılımı, her zaman için getirilerin gerçekleşme olasılıklarının bilinmesini gerektirir. Oysa, riski tahminlemede kullanılacak olan bu olasılıkların önceden bilinmesi oldukça güçtür.

Bu nedenle risk ölçümü, genellikle zaman serileri yaklaşımı kullanılarak yapılır. Bu yaklaşım kullanıldığında, her bir zaman noktasına ait risk göstergesi ölçüm değeri, olasılık dağılımının bir verisiymiş gibi düşünülür. O takdirde, bütün eş aralıklı zaman noktalarının birbirinden bağımsız, yani eş ağırlıklı oldukları kabul edilir. Bu durumdan yıl boyunca ortalama getiri belli bir değerse, her yıla ait getirilerin gerçekleşme olasılığı da 1/n olacaktır. Dolayısıyla, risk ölçütü olan varyansın formülü aşağıdaki hale dönüşür:

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum_{t=1}^m (r_{it} - r_i)^2}{m - 1} \dots \dots \dots (2)$$

Burada;

σ_i^2 = i otelinin beklenen risk tahmini,

r_{it} = i otelinin t dönemindeki getirisini,

r_i = i otelinin ortalama getirisini, ve

m_i = ortalama getirinin hesaplanma dönemindeki yıl sayısını göstermektedir.

2. Araştırma modeli

Eşitlik (2), bir finansal ya da fiziksel varlığın toplam riskinin ölçümünde kullanılır. Toplam riskin, bir yatırımcıya önemli bilgiler sağlamakla birlikte tek başına açıklayıcılığı azdır. Ölçümlenen riskin ne kadar işletme yöneticileri tarafından

Tablo 1'deki doluluk oranı varyansına göre toplam risk tahminleri konaklama endüstrisi risk kompozisyonunun kararlı (sabit) bir yapıya sahip olmadığını göstermektedir.

kontrol edilebilir ya da edilemez türünden bilgi elde etmek, toplam risk sonuçları ile mümkün değildir. Bu ayrıntıda bilgi sağlayabilecek bir model, Sharpe (1963) tarafından geliştirilmiştir. Literatürde pazar modeli, tekli indeks modeli gibi değişik adlarla anılan bu model yardımıyla Sharpe toplam riski iki bileşene ayırarak incelemiştir.

Model, bir menkul değer toplam riskinin; makro olaylar sonucu oluşan ve işletmeciler ya da yatırımcılar tarafından kontrol edilemeyen faktörlerin neden olduğu bir sistematik risk ile mikro olayların etkisiyle meydana gelen ve kontrol edilebilir türden olan sistematik olmayan riskten oluştuğunu ortaya koymaktadır (Akmüt 1989, s. 106).

Böyle bir model, literatürde ilk kez Arbel ve Grier tarafından otel endüstrisine uyarlanmıştır. Bu anlarda Türkiye'deki belgeli konaklama işletmeleri için de bir risk modeli oluşturmak mümkündür. Türkiye için uygulanabilecek modellerle konaklama istatistiklerinin elverdiği ölçüde tesis türlerine göre risk karşılaştırmaları yapılabilir. Bu da, özellikle Turizm Bakanlığı'nın yatırım planlaması ve konaklama tesisi fizibilite etüdüleri açısından çok önemli olabilecek bulgular sağlayabilir.

Değinen tesis türleri gruplarının ölçülen riski, ampirik ölçüme yakınlığı çerçevesinde iki bileşene şöylece bölünebilir: Önce, herhangi bir konaklama tesisi grubunun risk değişkeni ile endüstrinin bir regresyon modeli kurularak, bu modele bağlı bir regresyon analizi yapılabilir. Örneğin, uygun risk değişkeni olarak doluluk oranını ele aldığımızda sözü edilen regresyon, bir j modeli için şu şekilde ifade edilebilir:

$$DO_{jt} = a_j + B_j DO_{mt} + e_{jt} \dots \dots \dots (3)$$

Burada;

DO_{jt} = j modelinin t dönemindeki doluluk oranı,

DO_{mt} = Konaklama endüstrisinin bir bütün olarak t dönemindeki doluluk oranını

e_{jt} : j otelinin t dönemindeki doluluk oranı artışını,

a_j : j otelinin, endüstrinin doluluk oranından bağımsız olarak elde ettiği doluluk oranını

B_j : j oteli doluluk oranı ile konaklama endüstrisi doluluk oranı arasındaki regresyon katsayısını göstermektedir.

Formül (3)'teki regresyon modeli, herhangi bir otelin t zamanındaki doluluk oranının, tüm konaklama endüstrisinin aynı zamandaki doluluk oranının doğrusal bir fonksiyonu olduğunu açıklamaktadır. Bu regresyon ilişkisi ile, otelin doluluk oranı bağımlı değişken ve konaklama endüstrisi doluluk oranı bağımsız değişken olarak ele alınıp, bu değişkenlerin eşzamanlı değerleri arasında bilinmeyen regresyon katsayısı hesaplanabilir.

Bundan sonra, risk bileşenleri şu şekilde ölçülebilir: Eşitlik (3)'ün her iki yanının varyansı alınırsa;

$$VAR(DO)_{jt} = VAR(a_j + B_j DO_{mt} + e_{jt}) \dots \dots \dots (4)$$

çıkır. Sabit bir sayının varyansı sıfır olduğundan ve toplamın varyansı varyansların toplamına eşit olduğu için, (4)'den

$$VAR(DO)_{jt} = B_j^2 VAR(DO)_{mt} + VAR(e_{jt}) \dots \dots \dots$$

Burada;

$VAR(DO)_{jt}$ = j otelinin t dönemindeki toplam riskini,

$B_j^2 VAR(DO)_{mt}$ = j otelinin t dönemindeki sistematik riskini,

$VAR(e_{jt})$ = j otelinin t dönemindeki sistematik olmayan riskini göstermektedir.

Sistematik risk, otel grubu için konaklama endüstrisi varyansı ile otellerin B_j değerleri çarpımına bağlı olarak artar veya azalır. Fakat konaklama endüstrisinin varyansı otel grubu için sabit bir değer taşıdığından, sistematik riskin esas belirleyicisi B_j değeridir. B_j katsayıları eşitlik

Konaklama sektöründe, özellikle tesis türleri açısından sağlıklı bir planlama yapıldığı söylenemez. Özellikle 1982 yılından sonra oldukça önem verilen bu sektörde yegane amaç, arz kapasitesinin artırılması olmuştur.

(3)'ten elde edilmiş olup, otel grubunun göreceli değişkenliğini göstermektedir. konaklama endüstrisine göre daha az değişkenlik gösteren ve dolayısıyla daha riskli olan otel grubunun B'si 1'den küçük, diğer durumda ise endüstrinin tümünden daha çok değişkenliğe, yani riske sahip olan otel grubunun betası (B) 1'den büyük olacaktır. Konaklama endüstrisinin tümü için beta 1'dir. Diğer bir ifade ile konaklama endüstrisi verilerinin kendileri ile regresyonunda veriler 45 derecelik doğru üzerinde bulunacaklarından Beta 1 olacaktır.

O halde, Betanın 1'den büyük ya da küçük olması, sistematik riskin endüstrinin bütününe ait riske göre küçük ya da büyük olacağını ifade eder. Ancak bu toplam riskin de endüstriden daha düşük ya da yüksek olacağı anlamına gelmez. Çünkü eğer bir otelin sistematik olmayan riski yeterince yüksekse, onun toplam riski endüstrinin toplam riskinden daha büyük olabilir.

4. Modelin uygulanması

Amaçlanan analizin sonuçları tablo 1, 2, 3'de özetlenmiştir. Bu açıdan tablo 1 konaklama işletmelerinin toplam risk değerlerini vermektedir. Burada toplam risk (2) formülüne göre ve doluluk oranlarının varyansı olarak hesaplanmıştır.

Tablo 2, sistematik risk indeksi betanın hesaplanmasını amaçlayan regresyon analizi sonuçlarını vermektedir. Doluluk oranı verilerine en küçük kareler tekniği ile eşitlik (3)'teki regresyon modeli uygu-

lanarak, regresyon parametreleri a ve B değerleri hesaplanmıştır.

Belirlilik katsayıları altındaki parantez içi değerler, F testi sonuçlarını göstermektedir. Bu modeliki değişkenli basit regresyon olduğundan belirlilik katsayısının F test değerleri B katsayısı T test değerlerinin kareleridir ve aynı anlamlılık yorumlarını vereceklerdir.

Son olarak tablo 3, eşitlik 5'ten hareketle sistematik ve sistematik olmayan riskleri toplam riskin yüzdesi olarak vermektedir.

4. SONUÇ

1. Ampirik bulgular

Tablo 1'deki doluluk oranı varyansına göre toplam risk tahminleri konaklama endüstrisi risk kompozisyonunun kararlı (sabit) bir yapıya sahip olmadığını göstermektedir. Bu çerçevede içerisinde en düşük riske otel işletmelerinin ve en büyük riske ise pansiyonların sahip olduğu görülmektedir. Konaklama endüstrisinin risk tahminleri tesis türleri itibariyle 27 ile 238 değerleri arasında değişmekte ve büyük farklılıklar göstermektedir.

Tablo 1'deki sonuçlara toplam riskin yüksekliği açısından bakacak olursak, pansiyonların en riskli işletme türünü oluşturması ilginç sayılabilir. Bununla birlikte otel işletmelerinin en düşük toplam riske sahip işletmeler oldukları diğer önemli bir bulgudur.

Tablo 2 incelendiğinde; bu tablodaki beta katsayısı değerlerinin bir sistematik

	TOPLAM RİSK
OTEL	27
MOTEL	125
PANSİYON	238
TATİL KÖYÜ	146

TABLE-1: Turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin toplam riskleri (doluluk oranı varyansına göre)

Toplam risk sonuçları değerlendirildiğinde, otel işletmelerinin diğer işletme türlerine göre daha düşük riske sahip olduğu görülmektedir.

	Regresyon katsayıları		R2
	a	B	(F)
OTEL	-0.2185	1.0367	0.7712 (53.918)
MOTEL	25.4125	0.3662	0.0211 (0.346)
PANSİYON	-15.0986	1.2429	0.1278 (2.344)
TATİL KÖYÜ	3.4609	1.0303	0.1430 (2.669)

TABLO-2: Konaklama işletme türleri doluluk oranlarının endüstri doluluk oranları ile regresyon analizi sonuçları

risk indeksi oluşturduğu daha önce belirtilmişti. Sonuçları incelersek, beta değerlerinin pozitif olduğu görülmektedir. Bu da, otel, motel, pansiyon ve tatil köylerinin endüstri indeksi aralarında ters yönde bir ilişki olmadığını göstermektedir.

Yine Tablo 2'deki a katsayılarına gelince; bilindiği gibi bunların yüksek çıkması, piyasa koşullarından bağımsız olan getiri bileşeninin yüksek olduğunu ifade eder. Bu açıdan a katsayıları içerisinde en uç noktada yer alan motellerin durumu ilgi çekicidir.

Bu arada a katsayılarının negatif çıkmış olduğuna da dikkat çekmek gerekir. a katsayılarının negatif olduğu tesis türleri oteller ve pansiyonlardır. Ancak negatif a katsayılarına karşılık gelen beta değerlerinin her iki tesis türünde de 1 ve 1'den büyük olması yeterince açıklayıcıdır. Bunun

anlamı, söz konusu tesis türlerinin doluluk oranlarının, uzun dönemde bir artış trendi etrafında dalgalanan değişimler gösterdikleri şeklindedir.

Bu sonuçlardan sora Tablo 3'ü incelediğimizde sistematik risk bileşeninin oteller dışında yüzdesel olarak toplam riskin önemli bir bölümünü oluşturmadığı gözlenmektedir. Özellikle otel işletmelerinin piyasa koşullarından önemli derecede etkilendiğinin sistematik risk değerinden anlaşılmaktadır. (%76) Sistematik risk bileşeninin otel işletmelerinde ağırlıklı olarak görülmesi beklentilere uygundur. Bu sonuçlara göre otel yapmak, Tablo 'deki toplam risk sonuçları da gözönüne alınırsa, göreceli olarak risksizdir; fakat piyasanın dikte ettirdiği koşullar çerçevesinin dışında ek bir kâr veya önemli bir rant sağanamaz. Bu gözlem 1976-1993

Konaklama endüstrisine ilişkin olan risk profili Kalkınma Bankası'na da önemli ipuçları vermektedir. Banka açısından toplam riski düşük işletme türlerine verilecek kredilerin geri dönmesi daha olasıdır.

Tesis Türleri	SR	SOR
OTEL	76	24
MOTEL	2	98
PANSİYON	12	88
TATİL KÖYÜ	14	86
SR: Sistematik Risk	SOR: Sistematik Olmayan Risk	

TABLO-3: Toplam riskin yüzdesi olarak sistematik ve sistematik olmayan risk sonuçları

döneminin gerçeğini oteller için yansıtmaktadır.

2. Öneri ve değerlendirmeler

Yukarıdaki analiz sonuçlarından hareketle, önce makro düzeyde öneriler getirebiliriz. Konaklama sektöründe, özellikle tesis türleri açısından sağlıklı bir planlama yapıldığı söylenemez. Özellikle 1982 yılından sonra oldukça önem verilen bu sektörde yegane amaç, arz kapasitesinin artırılması olmuştur. Çünkü talep düzeyini karşılayacak ölçüde bir arz yaratılması gerektiği düşünülmekteydi. Diğer bir ifade ile arz-talep arasındaki dengesizlik arz yönünde belirtmekteydi; dolayısıyla 1982 yılından sonra uygulamaya konulan teşvik tedbirleri de, hep arz kapasitesini arttırmaya dönük olmuştur. Fakat bugünlerde durum değişmekte ve yatak kapasitelerinin artırılmasının tek başına sektörün geliştiği anlamına gelmeyeceği anlaşılmaktadır.

Bugün konaklama sektöründe mevcut kapasitelerin pazarlanması gibi daha kritik sorunlar gündeme gelmektedir. Bu noktada üst düzey karar vericilerini, sektörün desteklenmesi, pazarlama sorunlarının giderilmesi yanında sektörün büyüklüğü, işletme türünün seçimi gibi planlamayı gerektiren konularda ilgilendirmeye başlamalıdır.

İşte bu çalışmanın bulguları, sektörü yönlendiren ve denetleyen Turizm Bakanlığı ile kredilendirme işlemlerini yürüten T.C.Kalkınma Bankası'na önemli bilgiler sağlayabilir.

Öncelikle toplam risk sonuçları değerlendirildiğinde, otel işletmelerinin diğer işletme türlerine göre daha düşük riske sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuç, Bakanlığın işletme türü seçiminde ya da hangi işletme türünün desteklenmesine öncelik verilmesi gerektiği konusunda aydınlatıcı olabilir.

Diğer taraftan, konaklama endüstrisine ilişkin yukarıdaki risk profili Kalkınma Bankası'na da önemli ip uçları vermektedir. Banka açısından toplam riski düşük işletme türlerine verilecek kredilerin geri dönmesi

daha olasıdır. Ancak sistematik ve sistematik olmayan risk ayrımı, bu konuda uygun kararların alınmasına daha yardımcı olur. Banka, özellikle sistematik riski yüksek olan grupları kredilendirirken çok dikkatli davranmalıdır. Buradaki anlamda sistematik olmayan riski dikkate alan bir proje değerlendirmesi ve ona bağlı bir kredi politikası uygulanırsa, kredilerin geri dönme riski azaltılabilir.

Bu risk modeli sayesinde işletmeci ve yatırımcılar açısından da önemli bulgular elde edilebilir. Özellikle işletme türünün belirlenmesinde yatırımcıya yardımcı olabilecek unsurları içermektedir.

Yukarıdaki sonuçlardan hareketle otelciliğin en risksiz konaklama işletmesi türü olduğu söylenebilir.

İşletmeciler ayrıca bu sonuçların ötesinde, sadece kullanılan modelden yararlanarak kendi işletmelerinin geçmiş verilerine yukarıdaki analizi uygulayarak yapacakları çeşitli karşılaştırmalarla kendi yönetim performanslarını, sistematik ve sistematik olmayan risklerinin göreceli büyüklüklerini ölçebilirler.□

KAYNAKÇA

- AKGÜÇ, Öztin(1982) *Finansal Yönetim*, İstanbul
- ARBEL, A., P. GRIER(1978),The Structure of Risk of the Hotel Industry, *The Cornell H.R.A. Quarterly*, November.
- BARUTÇUGİL, İsmet S. (1982),*Turizm İşletmeciliği*, Bursa.
- BLUME, Marshall (1971), On The Assessment of Risk, *Journal of Finance*, March.
- BRIGHAM E., A.GAPENSKI(1985),*Intermediate Financial Management*, Newyork
- BÜHLMANN, Hans(1970), *Mathematical Methods in Risk Theory*, Berlin.
- MERİÇ, İlhan (1980),*Türk Ticaret Banka İşletmecilerinde İşletme Riski ve Ekonomik Kârlılık*, Ankara.
- MILLER, E.(1977),Risk, Uncertainty and Divergenceof Opinion, *Journal of Finance*, September.
- MITTRA, S., C.GASSEN (1981),*Investment Analysis and Portfolio Management*, Newyork.
- SHARPE, William F. (1963), A Simplified Model For Portfolio Analysis, *Management Science*, January.

Çalışma kapsamındaki anlamda olan sistemik olmayan riski dikkate alan bir proje değerlendirme ve ona bağlı bir kredi politikası uygulanırsa, kredilerin geri dönme riski azaltılabilir.

Otel işletmeciliğinde pazarlama anlayışının gelişimi

CELİL ÇAKICI

I. GİRİŞ

Pazarlamanın tatmin edilmemiş istekleri tanımlaması, bu isteklerin boyutlarını saptaması, işletmenin hangi hedef pazara daha iyi hizmet verebileceğini belirlemesi, bu pazarın ihtiyaç ve isteklerini tatmin eden uygun mal ve hizmetleri belirlemesi ve tüm çalışanları müşteri üzerinde odaklanmaya yönlendirmesi pazarlamaya dinamik bir yapı kazandırmaktadır (Kotler, 1988, s.xvii). Bu nedenle, pazarlama anlayışı ve uygulamaları, zaman içerisinde sürekli olarak değişmektedir.

Oteller, esas olarak "hizmet" üreten işletmelerdir. Hizmetin pazarlaması, malın pazarlamasına kıyasla daha güçtür. Bu güçlük, çoğu zaman "hizmetin özellikleri"nden kaynaklanmaktadır.

Dünyada otel işletmeciliği alanındaki pazarlama anlayışının geçirdiği aşamaları belirli tarihlerle ayırmak pek olanaklı değildir. Ancak otel hizmetlerinin müşteriye sunumunda 1940'lardan başlayıp 1990'lara uzayan sürede birbirini izleyen ve çoğu zaman tarihlerinin içiçe girdiği dört ayrı süreçten geçmiş olduğu hususunda fikirbirliği vardır. Bu süreçler, literatürdeki adıyla şunlardır : (1) Üretime yönelik yaklaşım; (2) ürüne yönelik yaklaşım; (3) satışa yönelik yaklaşım; (4) pazarlama yaklaşımı ve (5) sosyal pazarlama yaklaşımı. Makalede "üretime" ve "ürüne yönelik yaklaşım" birlikte değerlendirilecektir. Bu kavramlar, aşağıda açıklanmıştır.

Üretime Yönelik Yaklaşım : Bu yaklaşımın esasını, tüketicilerin rahatlıkla bulabilecekleri ve fiyatını uygun düşündükleri ürünleri satın alacakları fikri oluşturur. Bu amaçla kitle üretimine yönelerek, geniş dağıtım ağı sağlanmaya çalışılır (Kotler, 1988, s.13). Otel işletmeciliğindeki "üretime yönelik yaklaşım", II. Dünya

Savaşı yıllarında başlamış olup yaklaşık olarak 1950'li yılların ortalarına kadar devam etmiştir. Bu sürede otel sayısında önemli artışlar ve oteller arasında da rekabet yoğunlaşması ortaya çıkmıştır.

Ürüne Yönelik Yaklaşım : "Ürün kavramı, tüketicilerin kalite, performans ve özellik olarak en iyi olan ürünleri tercih edeceklerini varsayar. Ürüne yönelik örgütlerin müdürleri, enerjilerini, iyi ürünler yapmaya ve zamanla geliştirmeye harcarlar" (Kotler, 1988, s.14). Otel işletmeciliğinde üretime ve ürüne yönelik yaklaşım içiçedir. Bu yaklaşım, sektörde etkisini en iyi otelin yapılması şeklinde göstermiş olup, 1960'lı yılların başlarına kadar devam etmiştir.

Satışa Yönelik Yaklaşım : "Satış kavramı, tüketiciler tek başına bırakılırsa örgütün ürünlerini yeterince almayacakları fikrini benimser. Bu nedenle, örgütün yoğun tutundurma ve satış çabalarını yerine getirmesi gerekir" (Kotler, 1988, s.15). 1970'li yılların başlarına kadar devam eden bu dönemde, mevcut bulunan otel hizmetleri yoğun çabalarla müşterilere satılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla "satış departmanları" kurulmaya ve tüm kararların temeli "satış" düşüncesi teşkil etmeye başlamıştır.

Pazarlama Yaklaşımı : "Pazarlama kavramı, örgütsel amaçların gerçekleştirilmesinin anahtarı olarak hedef pazarların ihtiyaç ve isteklerinin belirlenmesi ve arzulan tatminin rakiplere göre daha etkin şekilde sağlanmasından oluştuğu fikrini benimser" (Kotler, 1988, s.17). Bu yaklaşımın esasını, tüm kararların "müşteri tatmini yaratması" açısından ele alınması oluşturur. 1970'lerde başlamasına rağmen, "satışa yönelik yaklaşım" ile karıştırıldığı ve yanlış yorumlandığı görülmüştür. Otel

ABSTRACT

MARKETING CONCEPT DEVELOPMENT IN THE HOTEL BUSINESS

The purpose of this article is to investigate the "development of marketing concept" in the hotel business. It is often stated that increasing numbers of hotels in the 1940s had caused competition and then to build the best hotels during the 1950s. Competition had led the managers to emphasize on "sales" in the 1960s. Although some practices based on "marketing orientation" had been observed during the 1970s, the approach was in effect a misinterpretation and no more than "sales" and/or "promotion". It is stated that, in the 1980s, "marketing concept development" in the hotel business had already turned into "customer orientation" as a result of changes of market conditions and the development of new marketing techniques. 1990s will be the years that "marketing concept" will reach its true meaning in the hotel business. The article concludes that hotel managers should learn "modern marketing principles and practices", which is the key in the long term, and be aware of the developing "social marketing approach" to provide a sustainable tourism growth.

A.Celil ÇAKICI, Mersin University, School of Tourism and Hotel Administration, Mersin, Turkey.

Celil Çakıcı: Lisans, Çukurova Üniversitesi Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (1984); yüksek lisans, İÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisadi Coğrafya ve Turizm Programı (1987); doktora, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı (öğrenci); Mersin Ünive sitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda araştırma görevlisi.

işletmeciliğinde "pazarlama yaklaşımı", 1980'li yıllarda önemli gelişmeler göstermesine rağmen, içinde bulunduğumuz son on yıllık dönemde gerçek anlamını bulacaktır.

Sosyal Pazarlama Yaklaşımı: Sosyal pazarlama yaklaşımı firma karları, müşteri isteklerinin tatmini ve toplum çıkarlarının dengelenmesini gerektirir (Kotler, 1988, s.28). Turizm açısından bir şirketin, müşterilerinin uzun vadeli isteklerini karşılayacak turistik yerler, hizmetler ile birlikte toplumun turizmden etkilenen diğer kesimlerine uzun vadeli faydalar yaratacak şekilde entegre bir pazarlama programı geliştirmeye çalıştığı bir felsefe olarak da tanımlanabilir (Ryan, 1992, s.7). Otel işletmeciliğindeki "sosyal pazarlama yaklaşımı", 1990'lı yılların fikridir. Bu yaklaşımla turizme doğrudan veya dolaylı olarak iştirak eden toplum kesimlerinin ihtiyaçları ile üzerinde yaşanılan çevrenin uzun dönemli korunması gerekleri dengelenmeye çalışılmaktadır.

II. ÜRETİME VE ÜRÜNE YÖNELİK YAKLAŞIM

Otel hizmetlerinin pazarlanmasındaki "üretim" ve "ürüne yönelik yaklaşım", bir yandan daha çok otelin inşa edilmesine ve diğer taraftan da en iyi otelin yapımına yol açmıştır. "İnsan" unsuru göz ardı edildiği için, oteller arasındaki rekabet şiddetlenmiştir.

Otel işletmeciliğinde pazarlama anlayışının geçirdiği aşamaları, belirli tarihlerle ayırmak çok zordur. Ancak II. Dünya Savaşı yıllarında otel yöneticilerinin "üretim" olarak düşündükleri ve izleyen yıllarda da "ürüne yönelik yaklaşım" sergiledikleri tespit edilmektedir.

Otel işletmeciliğinde "üretim" yaklaşımının etkileri, daha çok otelin inşa edilmesi şeklinde görülmüştür. Hart ve Troy (1986, s.8), İkinci Dünya Savaşı yıllarında yapılan işin sadece otel açmak, müşterilerin gelmesini beklemek, giderken

onları uğurlamak ve tekrar geldiklerinde selamlamak olduğunu belirtmektedirler.

Medlik (1986, s.108), talebin arzdan fazla olması halinde, belirli dönemlerde çeşitli otel pazarlarında "üretim" yaklaşımına yönelimin söz konusu olduğunu belirtmekte ve Paris, Londra ve diğerleri gibi birçok Avrupa başkentinde 1940'lı yılların sonları ile 1950'li yıllarda bu yaklaşımın varlığına işaret etmektedir.

Otel işletmeciliğindeki "üretim" yaklaşımının hemen hemen 1955 yılına kadar devam ettiği ve izleyen yıllarda "ürüne yönelik yaklaşım" yöneliminin söz konusu olduğu ortaya çıkmaktadır.

Otel işletmeciliğinde, "üretim" yaklaşımından "ürüne yönelik yaklaşım"a geçişte motellerin etkisi olmuştur. Moteller, yol kenarlarında kurulan ve bannma ile birlikte park ve temel yeme - içme ihtiyaçlarını karşılayan tesislerdir.

İkinci Dünya Savaşı izleyen yıllarda otellerin doluluk oranı oldukça yüksek düzeyde seyretmekte ve otel sahipleri de yol kenarlarında kurulan motelleri geçici bir moda olarak görmekteydiler (Powers, 1990, s.3).

1945 sonrasında iyi bir otelin nasıl olması gerektiği belirlenmeye çalışılmış olup, otel sahipleri de bu tür otelleri sunma uğraşısı içerisindeydiler. Aradan on yıl gibi bir süre geçtikten sonra, başka bir ifadeyle tahmini olarak 1955 yılına gelindiğinde, motel işletmelerinin yol kenarlarında olma kolaylıklarını ve uyguladıkları düşük ücretler nedeniyle otellerin müşterilerini çalmaya başladıkları görülmüştür. Bu durum, otel yöneticilerinde işlerin planlanmasında dikkate alınacak temel konunun "ürün" olduğu düşüncesini doğurmuştur.

Otel hizmetlerinin pazarlanmasında, yöneticilerin "ürüne yönelik yaklaşım" yönelimlerinde etkili olan faktörlerden birisi de yöneticiler ve personelin işletmede uzun saatler birarada bulunmalarıdır (Greene, 1987, s.5). Yöneticiler ve personelin birarada bulunması, müşteri ihti-

Otel işletmelerinin pazarlanmasındaki "üretim" ve "ürüne yönelik yaklaşım, bir yandan daha çok otelin inşa edilmesinde ve diğer taraftan da en iyi otelin yapımına yol açmıştır. "İnsan unsuru" göz ardı edildiği için, oteller arasındaki rekabet şiddetlenmiştir.

yaçlarına uymayabilecek hizmetlerin daha iyi şekilde sunulmasına yol açabilmektedir.

Dünyada İkinci Dünya Savaşı ve izleyen yıllarda başlayan otel işletmeciliği alanındaki "üretim" ve "ürüne yönelik yaklaşım", otel arzında önemli artışlar meydana getirerek, 1960'lı yılların başlarına kadar devam etmiştir. Bu yıllardan sonra, artık yöneticiler mevcut otel hizmetlerini yoğun tutundurma çabalarıyla destekleyerek satmaya çalışmışlardır.

III. SATIŞA YÖNELİK YAKLAŞIM

Otel doluluk oranlarının azalması ve rekabetin şiddetlenmesi, müşteri ihtiyaçlarına tam olarak uymayabilecek otel hizmetlerinin yoğun tutundurma çabalarıyla desteklenerek satışına yönelmesine neden olmuştur.

Otel işletmeciliğindeki "üretim" ve "ürüne yönelik yaklaşım", otel sayısında artışa ve ayrıca oteller arasındaki rekabetin de şiddetlenmesine neden olmuştur. Bu durumda otel yöneticileri, amacı satışları artırmak olan tutundurma faaliyetleri ile, "satışa yönelik çabalar"a yönelmişlerdir.

İncelemeler, otel hizmetlerinin pazarlama faaliyetlerindeki "satışa yönelik yaklaşım"ın 1960'lı yılların başlarından itibaren görülmeye başladığını ortaya koymaktadır.

Medlik (1986, s.108), otel pazarlama faaliyetlerindeki "satışa yönelik yaklaşım" dönemini, doluluk oranlarının düşmesi ve boş banket salonlarının satış çabalarını gerektirmesi sonucu, otellerde "satış ofisleri"nin kurulmasıyla başlayan safha olarak nitelendirmektedir.

Otel işletmeciliğinde satış yaklaşımına yönelmede etkili olan önemli nedenlerin başında, rekabet ve otel işletmelerine olan talebin mevsimsel dalgalanma göstermesi gelmektedir. Otel yöneticileri, işlerinin yoğun olmadığı dönemlerde satışları artırma uğraşı verirler. Bu nedenle, çeşitli

satış geliştirme taktikleri ile belli pazar bölümlerinden rezervasyon almaya çalışırlar. Bunun için oluşturulan satış departmanları, "satışa yönelik yaklaşım"ın göstergeleridir.

Otel yöneticilerini pazarlama ve satış konusunda bilgilendirmek için yazılmış bir çok kitap ve makale bulmak olasıdır. Ancak, otel yönetimi ile ilgili kitapların bir çoğunda otel organizasyonu konusunda "satış departmanı"na ve bu departmanın görevleri arasında da satış geliştirme ve iş sağlama konularına yer verilmektedir.

Sherif (1986, s.109), otel yönetimi ile ilgili kitaplarda "satış departmanı"na yer verilmesinin nedenini, otel işletmelerinin organizasyonunda "satış departmanı"na rastlanmasına bağlamaktadır. Ancak bu durum, karşılıklı etkileşimin bir sonucudur.

Otel yöneticilerini bilgilendirmek için yayımlanan bir çok makale, temel noktayı atlamakta ve çoğu zaman "ürün satışı"ndan söz etmektedir. Hizmetlerin sunumunu yapan "insanlar" veya "personel"den bahsedilmemektedir. Bu, "pazarlama"dan ziyade "satışa yönelik yaklaşım"ın göstergesidir (Coffmann, 1983, s.4). Oysa, otel hizmetlerinin sunumunda "personel" ve "müşteri ihtiyaçları" kilit roledir ve üzerinde önemle durulmasını gerektirir. "satış" ise, "modern pazarlama yaklaşımı"ndaki safhalardan sadece birisidir.

Pazarlama yerine satışı ön planda tutan otel yöneticileri, doluluk oranının ya da hasılatın azalması durumunda, "fiyatların azaltılması" yolunu seçmişlerdir. Böylece sorunun çözümlenebileceğini düşünmüşlerdir (Hodgson, 1993, s.49).

Shephard (1989, s.10), otel yöneticilerinin uzun yıllar müşterilerin iyi şekilde sunulan ve doğru şekilde fiyatlandırılan hizmetleri satın alacaklarını varsaydıklarını belirtmektedir. Böylece, kâr elde etmek için müşteri ihtiyaçlarına tam olarak hitap etmeyen hizmetler, yoğun tutundurma faaliyetleri ile desteklenerek satılmaya çalışılmıştır.

Otel işletmeciliğinde pazarlama anlayışının geçirdiği aşamaları, belirli tarihlerle ayırmak çok zordur. Ancak İkinci Dünya Savaşı yıllarında otel yöneticilerinin "üretim"e dönük olarak düşündükleri ve izleyen yıllarda da "ürüne yönelik yaklaşım" sergiledikleri tesbit edilmiştir.

İşlerinin sadece tutundurma kısmına bakan, "pazarlama"yı yalnızca "reklam" veya "satış" olarak gören otel yöneticileri, "satışa yönelik" bir yaklaşım sergilemektedirler. Bu yaklaşımla yönetilen bir otel işletmesinde başarı, çoğu zaman, sunulan hizmetlerin misafirlerin ihtiyaçlarına uymasına bağlıdır. Fakat misafirlerin ihtiyaçları değiştiğinde, "satışa yönelik yaklaşım" daha fazla işe yaramayacaktır (Powers, 1990, s.4).

Diğer taraftan Haywood (1992, s.53), "üretim" ve "satışa yönelik yaklaşım"ın sektör yöneticilerinin düşünce ve eylemlerinin şekillenmesinde önemli bir rol oynadığını belirtmektedir.

Esas itibariyle 1960'lı yılların başlarından itibaren işlerin azalmasıyla başlayan "satışa yönelik yaklaşım", yaklaşık olarak 1970'li yılların başlarına kadar devam etmiştir. 1970'lerden itibaren müşteriye esas alan bazı uygulamalara rastlansa bile, bu yıllar "pazarlama" ile "satış"ın birbirine karıştırıldığı yıllar olmuştur.

IV. PAZARLAMA YAKLAŞIMI

Otel işletmesinin başarısı için, işletmede çalışan her kişinin bir "pazarlama sorumluluğu" olmalıdır.

Otel işletmeciliğinde "pazarlama yaklaşımı"na yönelmenin 1970'li yılların başlarından itibaren görülmeye başlandığı, birçok yazar tarafından ifade edilmektedir. Ancak, bu yıllarda "pazarlama" ve "satış" kavramlarının birbirine karıştırıldığı ve "pazarlama"ya bazı yanlış anlamların verildiği de olmuştur.

Otel işletmeciliğinde pazarlama anlayışının gelişmesindeki 1970'li yıllar, amatörlik dönemi olarak kabul edilmektedir. Bunun nedeni, pazarlama programlarının geliştirilmesi ve uygulanmasında çok temelde kalınmasıdır (Yesawich, 1979, s.35-38).

Otel işletmeciliğinde pazarlamanın satış ile karıştırılmasının yanı sıra, pazarlamaya yanlış anlamlar da verildiği

görülmektedir. Bu konuda Dorf (1973, s.5-6), otel pazarlamasında "pazarlama"nın neyi başarıp neyi başaramayacağına verilen yanlış anlamların da bir problemi teşkil ettiğini belirtmekte ve çok yaygın olarak karşılaşılan 10 yanlış anlamayı aşağıdaki şekilde sıralamaktadır :

- 1-Pazarlama, otel/motel işletmesiyle ilgili tüm sorunların ilacıdır,
- 2-Pazarlama, sadece büyük işletmelere yararır,
- 3-Pazarlama, yalnızca tüm gün faaliyet gösteren satış departmanı bulunan otellerde başarılı bir şekilde yürütülebilir,
- 4-Pazarlama, yalnızca işler kötüye gittiği zaman yapılmalıdır.
- 5-Pazarlama, yalnızca işler iyi olduğu zaman yapılmalıdır,
- 6-Pazarlamanın temel fonksiyonu, yeni pazarlar geliştirmektir,
- 7- İyi bir pazarlama programı, hemen sonuç göstermelidir,
- 8-Pazarlama, tümüyle müşteriye yönelik olmalıdır,
- 9-Pazarlama, özel olarak atanan "satış" yöneticilerine özgü bir sorumluluktur,
- 10-Pazarlama, tümüyle bağımsız bir faaliyettir.

Otel işletmeciliğinde pazarlama bilim ve tekniklerine ihtiyaç duyulması veya yöneticilerin pazarlama yaklaşımına yönelmeleri, çeşitli şartların ve gelişmelerin ortaya çıkması ve yöneticileri zorlaması sonucudur. Hart ve Troy (1986, s.7), otel işletmeciliğinde pazarlama yaklaşımına yönelmenin sebeplerini (1) satışların azalması; (2) satışların yavaş artması; (3) satın alma davranışlarının değişmesi; (4) rekabetin artması; ve (5) pazarlama harcamalarının artmasına bağlamaktadırlar.

Goffe'ye göre (1983, s.283), otel yöneticilerinin pazarlama yaklaşımına yönelmelerinin en önemli üç nedeni vardır. Bunlar verilecek kararların ve yapılacak

Otel işletmesinin başarısı için, işletmede çalışan her kişinin bir "pazarlama sorumluluğu" olmalıdır.

tercihlerin karmaşıklığı, yoğun rekabet ortamı ve maliyet ve harcamalardaki hızlı artıştır. Diğer taraftan Shephard (1989, s.10), sosyal ve kültürel değişikliklerin otel yöneticilerinin müşteriye yönelmesine neden olduğu görüşündedir. Kotas ise (1975, s.1-2), bu etkenlere iş toplantıları ve konferanslardaki hızlı artış dolayısıyla artan otel konaklama talebi ve uluslararası turizm hareketlerindeki büyümeyi eklemektedir.

Otel işletmeciliğinde verimliliği, "satışa yönelik yaklaşım" ile sağlamak olası değildir. Bu nedenle hizmetlerin planlanması, tasarımı ve sunumunda başlangıç noktası olarak "müşteriler ve ihtiyaçları"nın alınması şarttır (Medlik, 1986, s.108).

Otel işletmeciliğinde "pazarlama yaklaşımı"nın iyi anlaşılabilmesi ve "pazarlama" ile "satış" kavramının birbirine karıştırılması sonucu, birçok otel işletmesinde oluşturulan "satış müdürlüğü" veya "satış ve pazarlama müdürlüğü" gibi pozisyonlar, beklenen sorumluluklar aynı olmasına rağmen, pazarlama literatüründeki gelişmelerin etkisiyle, "pazarlama müdürlüğü" ünvanı ile değiştirilmeye başlanmıştır (Sherif, 1986, s.111).

1980'li yıllar, bazı yazarlar ve araştırmacılar tarafından otel işletmeciliğindeki pazarlama anlayışının gelişmesinde, müşteri ihtiyaçlarına yönelimin sonucu olarak "belli bir düzeyde pazarlamaya" yönelik bir dönem olarak kabul edilmektedir.

Diğer taraftan Wachtel'in (1984, s.8), otel genel müdürlerinin çoğu zaman "pazarlama"yı "kişisel satış", "reklam" ve "satış geliştirme"yi kapsayan "tutundurma" olarak anladıklarını belirtmesi, 1980'li yıllara gelindiğinde bile halen pazarlama yaklaşımının tam olarak yerine oturmadığını ortaya koymaktadır.

Otel pazarlamasına dönük çeşitli makale ve kitaplarda "müşteriye yönelik olma", "ortak çaba", "müşteri tatmini" ve

"karlılık" gibi pazarlama yaklaşımını oluşturan unsurlara açıklık getirilmektedir. Ancak literatürde en çok üzerinde durulan konu, müşteri istek ve ihtiyaçlarının tespit edilmesiyle başlayan hizmet tasarımı ve müşteri tatminidir. Fakat bu durumun uygulamaya ne derecede yansıdığı tartışma konusudur.

Otel işletmelerinin başansı için bir dizi faaliyetleri kapsayan, hedeflerin gerçekleştirilmesi için ortak çabayla desteklenen, müşteri tatmini yaratarak tatmin olmuş bağımlı müşterilerden yeterli düzeyde pazar bölümü / bölümleri oluşturulmaya çalışılan ve böylece otelin ayakta kalmasının ve karlı şekilde çalışmasının benimsendiği "pazarlama yaklaşımı"na yönelinmesi, bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır.

Otel işletmesinin büyüklüğüne bağlı olarak, pazarlama faaliyetlerinin büyük çoğunluğu doğrudan pazarlama sorumluluğunu üstlenen yöneticide olmaktadır. Ancak, kesin başarı için otel işletmesinde çalışan her kişinin bir "pazarlama sorumluluğu" bulunmalıdır.

"Pazarlama yaklaşımı"nın temelini "müşteri ihtiyaçları ve istekleri"nin oluşturduğuna değinilmişti. Ancak günümüzde, müşteri ihtiyaçları ve firma çıkarlarının turizm faaliyetine iştirak etmeyen toplum kesimlerinin istekleri ve toplumun çevre sorunlarının çözülmesi gibi uzun vadeli ihtiyaçları ile dengelenmesini gerektiren bir ortam oluşmuştur. Söz konusu bu ortam, otel yatırımcıları ve/veya yöneticilerini "sosyal pazarlama yaklaşımı"na yöneltmektedir.

V. SOSYAL PAZARLAMA YAKLAŞIMI

Çevreye duyarlılığın daha fazla arttığı günümüzde, turizm sektörü yöneticileri, sosyal pazarlama yaklaşımına karşı kayıtsız kalamayacaktır. Çünkü cazibe unsurlarındaki bozulma, turizmin varlık nedenini tehlikeye atabilecek ve hatta sona erdirebilecektir.

İçinde bulunduğumuz on yıllık dö-

Çevreye duyarlılığın daha fazla arttığı günümüzde, turizm sektörü yöneticileri, sosyal pazarlama yaklaşımına karşı, kayıtsız kalamayacaklardır.

nemde, otel işletmeciliğinde pazarlama anlayışının gelişmesinde tespit edilen gelişmelerden biri de, "sosyal pazarlama yaklaşımı"na doğru yavaş da olsa bir yönelimin başlamasıdır.

"20. yüzyılın bu son on yılında, turizm dünya ticaretinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Ama politik, toplumsal, ekonomik ve belki de en önemlisi çevresel engellerle karşı karşıyadır" (Kearney, 1994, s.34).

Otel, turizm sektörünün vazgeçilmez tesisleridir. Turizm ürünü, birbirinden farklı mal ve hizmetleri biraraya getiren, bir "toplam ürün" niteliğindedir. Dolayısıyla, otel işletmeciliğindeki "sosyal pazarlama yaklaşımı"nın yalnızca otel yöneticileri açısından tartışılması yetersiz kalacaktır. Bu nedenle, "sosyal pazarlama yaklaşımı"nın genelde "turizm sektörü" ve özelde "otel işletmeciliği" açısından değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, bu kavramın son yıllarda benimsenmeye başlamasından ötürü, kavramın nasıl anlaşılması gerektiği konusuna da açıklık getirilmelidir.

Ryan (1992, s.7), 20. yüzyılın sonlarına doğru yaklaşırken turizm sektörünün, turizmi büyütmekten çok gerek fiziksel gerekse sosyal çevreyi bozmayan bir turizm kalitesi yaratma sorunuyla yüzyüze kalacağını belirtmekte ve bunun da, sektörün "sosyal pazarlama" fikrine ilgi göstermesi anlamına geleceğini ifade etmektedir.

Diğer taraftan, Chon ve Olsen (1992, s.28), bir turizm kuruluşu için amaçların belirlenmesi safhasında, turizmin toplum üzerindeki ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkilerinin iyi analiz edilerek anlaşılması gerektiğine işaret etmektedirler. Bu, otel işletmeciliği açısından yerleşimi aşamasından mimari projeye, inşaatında doğal çevreyle uyumundan toplum üzerindeki olası etkilere kadar birçok konuyu dikkate alarak "sosyal pazarlama yaklaşımı"na önem verilmesi gerektiği anlamına gelmektedir.

Otel işletmeciliği ile yakından veya uzaktan ilgisi bulunan tüm kişi, grup ve kurumların biraraya gelmesi ve otel işletmeciliğinin kendi çevrelerine getirdiği ekonomik, sosyal ve kültürel faydaların anlaşılmasını sağlamaya çalışmaları gerekir. Bu, "sosyal pazarlama yaklaşımı"nın bir gereği olarak, otel yöneticileri tarafından teşvik edilen bir uygulama olmalıdır.

Otel işletmesinin ayakta kalabilmesi için kar elde etmesi bir zorunluluktur. Ancak, "sosyal pazarlama yaklaşımı"na yönelen bir otel yöneticisi için kâr, bir amaç değil bir araç olmalıdır.

Haywood (1992, s.61-62), müşteri ve hatta topluma yönelik bir stratejide, kar etmeye öncelik verilmesinin stratejiden büyük bir sapma yaratabileceğini ve satıktan daha fazla kar elde etmeye yönelik çabaların da genelde çevre, müşteri hizmeti ve hizmet kalitesinin bozulması pahasına yapıldığını ifade etmektedir. Bu nedenle, turizm işletmelerinde yöneticiler, toplum ile müşteriye yönelmenin sağlayacağı ortak olumlu etkiyi kavramalıdır.

Turizm sektörü yöneticilerinde "sosyal pazarlama yaklaşımı"nın yaygınlaşabilmesi için, öncelikle resmi turizm örgütlerindeki yöneticilerin turizmin toplum, kültür ve çevre üzerindeki olumsuz etkilerine karşı "sosyal pazarlama yaklaşımı"na benimsemeleri gerekmektedir. Bunun nedeni, turizmin topluma faydalı ve çevreye duyarlı şekilde geliştirilmesini sağlamada, resmi makamların öncelikli sorumluluğa sahip olmalarıdır.

Turizm planlaması çalışmalarında sadece mevcut sorunların değil, ileride karşılaşılabilecek sorunların da üstesinden gelecek programlar oluşturulmalıdır. Bu nedenle, resmi turizm örgütlerinin ekonomi ve pazarlama alanındaki sorumluluklarını toplum ve çevre açısından önem taşıyan konularla dengelemeleri gerekmektedir (Choy, 1993, s.88-89).

Ekonomik olanakları kısıtlı bir bölge veya ülkede, kalkınmanın bir yolu olarak

1980'lere gelindiğinde, artan rekabet, gelişen haberleşme ve ulaştırma teknolojisi, mal pazarlamasında her şeyin "tüketici" üzerine odaklanması ve gelişen "pazarlama" literatürünün de etkisiyle, otel işletmeciliğindeki pazarlama yaklaşımında önemli gelişmeler kaydedilmiştir.

"çevreye duyarlı uygun turizm gelişimi"ni sağlamak, oldukça zordur. Çünkü doğru ve uygun turizm yatırımlarının yapılabilmesi, ekonomik olanaklar ile sınırlı kalmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde ekonominin zayıf ve döviz gereksiniminin fazla olması, bu ülkelerde turizmin dengeli olarak geliştirilebilmesi için getirilebilecek kısıtlamaları azaltmaktadır (Wheeler, 1993, s.51-52). Başka bir ifadeyle, ekonomik sıkıntıları olan gelişmekte olan ülkelerde, çevreyle uyumu olmayan turizm yatırımları yapılabilen ve hatta teşvik edilebilmektedir.

Keamey (1994, s.38), yerel ve ulusal yetkililerin turizmdeki son on yıl içindeki gelişim hızını sağlam bir çevre bilinci ile dengeleyemediklerine değinerek, kısa dönemli ekonomik ihtiyaçların uzun dönemli çevre konularından daha önemli bulunduğuna dikkat çekmektedir. Sektördeki herkesin çevreye olan zararla geçim kaynaklarına olan zarar arasındaki bağlantıyı idrak edemediklerine dair çok kanıtın bulunduğu ileri sürülmektedir.

Otel işletmeciliğindeki "sosyal pazarlama yaklaşımı"na Steigenberger Otelleri'nin her birisinde genel müdüre karşı sorumlu bir çevre temsilcisinin varlığı örnek olarak gösterilebilir. Bu oteller zinciri için merkezi bir çevre komitesi, 1989 yılında kurulmuştur. Bu komite, otelcilik şirketi için araştırmalar yapmakta ve ayrıca, yönetim kuruluna çevre iyileştirme önlemleri konusunda önerilerde bulunmaktadır (Höfels, 1992, s.20).

Önümüzdeki yıllarda daha fazla ihmal edilemeyecek olan "sosyal pazarlama yaklaşımı", resmi turizm örgütlerine ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel ihtiyaçları gözönünde bulundurarak, turizmin arzu edilen yapı ve düzeyde gelişmesi için gerekli politikaların oluşturulması ve uygun ortamın yaratılması konusunda bir yönlenme sağlayacaktır. Ancak, özel sektör yetkililerinin de benzer

bakış açısına kavuşmaları ve kendi ekonomik ihtiyaçlarından ziyade toplumun sosyal, kültürel ve çevresel ihtiyaçlarına uygun turizm yatırım projeleri geliştirmeleri gerekecektir.

Çevreye duyarlılığın her zaman olduğundan daha fazla arttığı günümüzde, turizm sektörü yöneticileri "sosyal pazarlama yaklaşımı"na karşı kayıtsız kalamayacaktır. Çünkü, cazibe unsurlarındaki bozulma, turizmin varlık nedenini tehlikeye atabilecek ve hatta sona erdirebilecektir.

VI. SONUÇ

Otel işletmeciliğinde pazarlama anlayışının geçirdiği aşamaları, belirli tarihlerle ayırmak çok zordur. Ancak II. Dünya Savaşı yıllarında otel yöneticilerinin kararlarında "üretim yöneltik yaklaşım"ın önemli bir yer tuttuğu ve bu amaçla da otel sayısının hızla arttırılmaya çalışıldığı görülmektedir. II. Dünya Savaşı'nı izleyen yıllarda ise "ürüne yönelik yaklaşım"a yönelindiği tespit edilmektedir. Böylece yatırımcılar veya otel sahipleri, olası olan en iyi oteli inşa etmeye çalışmışlardır. Ancak müşteri ihtiyaçları pek dikkate alınmadığı için, bu yaklaşım yerini zamanla "satışa yönelik yaklaşım"a bırakmıştır.

1960'lı yılların başlarına kadar devam eden "üretim" ve "ürün yöneltik yaklaşım" otel arzında önemli artışlar meydana getirmiş ve rekabetin de şiddetlenmesine neden olmuştur. Böylece yöneticiler, "satışa yönelik yaklaşım"a yönelmişlerdir. Bunun sonucu olarak otellerde, "satış departmanları" oluşturulmaya ve çeşitli "satış geliştirme" taktikleri uygulanmaya başlanmıştır. "Satışa yönelik yaklaşım", 1970'li yıllara kadar devam etmiştir. 1970'ler, "pazarlama"nın "satış" ile karıştırıldığı ve bazı yanlış anlamların verildiği yıllar olmuştur. Bu dönem, otel işletmeciliğinde "pazarlama yaklaşımı"nın gelişmesindeki "amatörlük" yılları olarak kabul edilmektedir.

İçinde bulunduğumuz 1990'lı yıllar, otel işletmeciliğindeki pazarlama yaklaşımının gerçek anlamını bulmakta olduğu / bulacağı ve "sosyal pazarlama yaklaşımının gelişeceği yıllar olacaktır.

1980'lere gelindiğinde artan rekabet, gelişen haberleşme ve ulaştırma teknolojisi, mal pazarlamasında herşeyin "tüketici" üzerine odaklanması ve gelişen "pazarlama" literatürünün de etkisiyle, otel işletmeciliğindeki pazarlama yaklaşımında önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Böylece 1980'ler, belli düzeyde müşteri ihtiyaçlarına yönelindiği bir dönem olmuştur.

İçinde bulunduğumuz 1990'lı yıllar, otel işletmeciliğindeki "pazarlama yaklaşımı"nın gerçek anlamını bulmakta olduğu / bulacağı ve "sosyal pazarlama yaklaşımı"nın gelişeceği yıllar olacaktır. Gelecekte başta resmi makamların yöneticileri olmak üzere, turizm sektörü yöneticileri de "sosyal pazarlama yaklaşımı"na karşı kayıtsız kalamayacaklardır. Çünkü topluma faydalı ve çevreye duyarlı sürdürülebilir bir turizm gelişiminin sağlanması, ancak "sosyal pazarlama yaklaşımı" ile olanaklı hale gelebilir. □

KAYNAKÇA

CHON, K. S. ve OLSEN, M.; "Turizm Kuruluşlarında Stratejik Yönetim Metodunun Uygulanması," **Turizmde Seçme Makaleler** : 13, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını, Mart 1992

CHOY, D. J. L.; "Turizm Planlaması 'Pazar Başansızlığı' Vakası," **Turizmde Seçme Makaleler** : 17, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını, 1993

COFFMANN, C. D.; **Hospitality For Sale, Techniques of Promoting Business for Hospitality Establishments**, The Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, East Lansing, Michigan, USA, 1983.

DORF, D. C.; "Ten Common Marketing Misconceptions," **Hotel Sales Management Association International; The Basics of Hotel Sales and Marketing**, kitabı içerisinde, Laureatta Press, Michigan, USA, 1981.

GOFFE, P.; "Evaluating Hotel Marketing Effectiveness: The Audit," HART, C.W.L. ve TROY, D.A.; **Strategic Hotel/Motel Marketing**, Revised Edition, kitabı içerisinde, The Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, East Lansing, Michigan, USA, 1983.

GREENE, M.; **Marketing Hotels and Restaurants Into The 90s, A Systematic Approach to Increasing Sales**, Second Edition, Heinemann Professional Publishing Ltd., Oxford, UK, 1987.

HART, C. W. L. ve TROY, D. A.; **Strategic Hotel/Motel Marketing**, Revised Edition, The Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, East Lansing, Michigan, USA, 1986.

HAYWOOD, K. M.; "Pazarlama Kavramının Turizm Açısından Gözden Geçirilmesi ve Uygulanması", **Turizmde Seçme Makaleler** : 13, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını., Mart 1992

HODGSON, P.; "Turizmde Pazar Araştırması Ne Kadar Önemli?", **Turizmde Seçme Makaleler** : 18, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını, 1993

HOTEL SALES MANAGEMENT ASSOCIATION INTERNATIONAL; **The Basics of Hotel Sales and Marketing**, Laureatte Press, New Jersey, USA, 1981.

HOFELS, T.; "Turizm : Çevre Suçlusu ve Kurbanı; Seyahat Endüstrisi Uzun Vadede Nasıl Başarılı Olur?," **Turizmde Seçme Makaleler** : 16, Özel Sayı : Turizm ve Çevre, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını, Aralık 1992.

KEARNEY, E. P.; "Turizmin Politik Haritasını Yeniden Çizmek : Avrupa'ya Bakış," **Turizmde Seçme Makaleler** : 20, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını, Ekim 1994

KOTAS, R.; **Market Orientation in the Hotel and Catering Industry**, Surrey University Press, London, UK, 1975.

KOTLER, P.; **Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control**, Sixth Edition, Prentice-Hall International, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, USA, 1988.

MEDL IK, S.; **The Business of Hotels**, William Heinemann Ltd., London, UK, 1986.

POWERS, T.; **Marketing Hospitality**, John Wiley & Sons, Inc., New York, USA, 1990.

RYAN, C.; "Turizm ve Pazarlama : Zorunlu Bir İlişki mi?," **Turizmde Seçme Makaleler** : 13, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını, Mart 1992

SHERIF, H. S. A.; **Marketing Hotel Operations: An Investigation into the Marketing Behaviour of National and International Chain Affiliated Hotels Operating in Egypt**, (Basılmamış Doktora Tezi), University of Strathclyde, UK, 1986.

SHEPARD, J. W.; **Marketing Practice in the Hotel and Catering Industry**, Billing & Son Ltd., London, UK, 1989.

WACHTEL, J. M.; "Marketing Entropy," **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, August 1984.

WHEELER, B.; "Turizmin Zor Zamanları, Sorumlu Turizm Bir Yanıt Değil," **Turizmde Seçme Makaleler** : 17, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını, 1993

YESAWICH, P. C.; "Marketing in the 1980s," **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, November 1979.

Dünyada otel işletmeciliği abartılmadık pazarlama anlayışının geçirdiği aşamaları belirli tarihlere ayırmak pek olanaklı değildir.

Türkiye turizmde sayısal veri kaynakları

NAZMI KOZAK

I. GİRİŞ

Sayısal veriler, genellikle mevcut durumu ve gelecekteki değişimleri ortaya çıkarmak amacıyla yapılan araştırmaların bulgularına dayanır. Her sayısal verinin değerlendirilme kapsamı, anakütlenin alanıyla sınırlıdır. İstatistikler ve diğer sayısal araştırmalar, insanoğlunun mevcut ve gelecekteki durumu öğrenme kaygısından ortaya çıkmıştır. Nüfusun giderek artması, geniş insan kütleleri ile ilgili kararların alınmasında güçlüklerin çıkmasına neden olmaktadır. Artık günümüzün modern çağında ülkelerin yönetimi ile ilgili olan kararlar, "jurnalciler" in çoğu öznel gözlemlerine dayandırılmamaktadır. Bundan dolayı, istatistik ve diğer sayısal araştırmaların esas amacı; modern toplumun karmaşık yapısı içerisinde rasyonel kararların alınmasına katkıda bulunmaktır.

Öte yandan her boyutta hazırlanan istatistiklerin bir başka önemi de ülkelerin açıklık, demokrasi, özgürlük ve çoğulculukla ilgili tercihleriyle de ilişkili olmasıdır. Günümüzün modern dünyasında artık ülke yönetimlerinin çoğulcu, özgür ve açık demokratik yapılara sahip olup olmamaları düzenli ve düzensiz gerçekleştirilen istatistiklerinin varlığına ve bunları kamuoyunun yararlanmasına sunulmasıyla ölçülmektedir. Zira istatistik, planlamadan önce insanlarını ilgilendiren her türlü konuda ve alanda nesnel ve rasyonel kararların alınmasında en önemli yol gösterici olmaktadır. Ülkeleriyle ilgili konularda kararlarını istatistiksel araştırma bulgularına dayandırmayan ve düzenli olarak her alanda istatistikleri tarafsız biçimde derleyemeyen uluslar, küreselleşen dünyada güçsüz kalmaya ve yok olmaya mahkumdurlar.

Yukarıdaki açıklamalardan yola çıkılarak bu çalışmada, Türkiye'de turizm alanında derlenmiş istatistikler ile, araştırmalar ve envanterlerin kısa açıklamalarına yer verilecektir. Bu çalışmada beklenen amaç, çoğu bir-iki kütüphane ile birkaç meraklı araştırmacının kütüphanelerinde kalmış olan bu araştırmalardan sayıları her geçen gün artan "turizm araştırmacıları"na yol gösterici bir envanterin oluşturulmasıdır.

II. İSTATİSTİKLER

Belediye Belgeli Konaklama İstatistikleri Bülteni: Söz konusu istatistikler 1990 yılından itibaren Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmaktadır. Belediye Belgeli Konaklama İstatistikleri, yerel yönetimlerce belgelendirilmiş konaklama tesislerine belirli bir örneklem çerçevesinde (% 25) "Konaklama Tesisleri Giriş ve Geceleme Anketi" uygulanmasının sonuçlarına dayanmaktadır. Uygulanan bu ankette, 1990 ve 1991 yıllarına katılım oranı düşük olduğundan herhangi bir değerlendirme yapılamamıştır. Bundan dolayı bu alandaki ilk istatistik 1993 yılında değerlendirilmeye alınmış ve yayınlanmıştır. Söz konusu istatistiklerde, Türkiye genelinde belediye belgeli konaklama tesislerinin sayısı, bu tesislerde konaklayan kişi, geceleme sayısı, ortalama kalış süresi ve doluluk oranlarına ilişkin veriler yer almaktadır. Ayrıca konaklamaların aylara ve milliyetlere göre dağılımına ilişkin veriler de bulunmaktadır.

Konaklama İstatistiklere Bülteni: Türkiye'ye gelen yabancı turistler ile vatandaşların konakladıkları coğrafi bölge,

ABSTRACT

THE QUANTITATIVE DATA RESOURCES IN TURKISH TOURISM

This study offers a number of researches accomplished by making use of tourism statistics in Turkey. The purpose of study, the method of study and the main observations are considered for the explanation of statistics and researches. According to the observations, it has been determined that there were more than 40 statistical and research publications (periodical and non-periodical) between 1965-1994 in Turkey. Finally, it has been observed that the number of publications has been numerically increasing in recent years.

Nazmi Kozak, Anatolia Dergisi, P.O. Box. 589 06425
Yenişehir-Ankara, Turkey.

Nazmi Kozak: İisans, Çukurova Üniversitesi İİBF Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (1986); yüksek İisans, 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.

il, ilçe ile tercih edilen konaklama tesislerinin tesis türü, sınıfı, doluluk oranları ve kalış sürelerinin saptanması amacıyla dönük olarak 1974 yılının ikinci yarısından itibaren Turizm Bakanlığı tarafından söz konusu istatistikler hazırlanmaktadır. Araştırmada, Turizm Bakanlığı'ndan belgeli tesislere tam sayım tekniğine uygun bir şekilde anket uygulanmaktadır. Bu amaçla her yılbaşında tesislere 12 adet form gönderilmekte ve tesisler bu formları her ay doldurarak Bakanlığa iade etmektedirler. Söz konusu istatistikler, turistik işletme belgeli tesislerde konaklayan kişi sayısı, geceleme sayıları, doluluk oranları ve tesislerdeki ortalama kalış süreleri, milliyet, tesis cinsi, il ve ilçe ayrımında ve ay bazında çapraz ilişkileri de içermektedir.

Müze Ziyaretleri Bülteni: Turizm Bakanlığı tarafından 1980 yılından bu yana derlenerek yayınlanan Müze Ziyaretleri Bülteni'nin amacı, müzeleri ve öğren yerlerini kaç kişinin ziyaret ettiğinin ve girişi ücreti olarak ne kadar ödeme yaptığının belirlenmesinin yanı sıra, ziyaretçilerin ne kadannın yabancı veya yerli olduğunun belirlenmesi de amaçlanmaktadır. Bülten, Kültür Bakanlığı Eski Eserler ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nden sağlanan verilere dayanmaktadır.

Ticaret, Otel, Lokanta ve Hizmet İstatistikleri: Türkiye'nin ekonomik ve sosyal yapısında meydana gelen değişimleri izlemek amacıyla yürütülen cari istatistik çalışmalarından birisi olan ve uygulamasına Mayıs 1982 tarihinde başlanılan bu istatistik, Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından hazırlanmaktadır. Söz konusu istatistikler, "Yıllık İmalat Sanayi Anketi" paralelinde aynı dönemde yapılmaktadır. Bu anketlerde, 1991 yılına kadar olan dönem; 1985 Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımının ikinci aşamasında anket kapsamına alınan işyerlerinden, ticaret sektöründe yıllık gayri safi hasılası en az 500 000 000 TL, hizmet

sektöründe 100 000 000 TL, otel ve diğer konaklama tesislerinde yatak sayısı en az 76, lokanta, kahvehane ve pastanelerde masa sayısı en az 51 olan işyerleri tam sayım ile, bu kıstasların altında kalan işyerleri ise örnekleme yöntemi ile kapsama alınmıştır. Ayrıca, her yıl yeni kurulan ve kuruluşta sermayesi 100 000 000 TL ve daha fazla olan ticaret ve hizmet şirketleri ile Turizm Bakanlığı'nca turizm işletme belgesi verilmiş olan konaklama tesisleri tam sayım ile kapsama alınmaktadır. Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından hazırlanan bu istatistikler, 1981-1984 yılları arasında "Yıllık Ticaret ve Hizmet İstatistikleri"; 1986 yılından itibaren de otel ve lokanta işletmeleri de eklenerek kapsamı genişletilen "Ticaret, Otel ve Hizmet İstatistikleri" adı altında yayınlanmaktadır. Söz konusu istatistikler genel olarak, iktisadi faaliyet kollarına, işyeri büyüklüklerine, işyeri sayılarına, ücretleme sistemlerine, çalışanlar ortalamalarına, ücretle çalışanlara yapılan ödemelere, girdi-çıkıtlara ve elde edilen katma değere ilişkin verileri içermektedir.

Turizm İstatistikleri: Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından hazırlanmaktadır. Yabancıların Türkiye'ye gelişleri ile ilgili ilk resmi kayıtlar 1938 yılında Emniyet Genel Müdürlüğü tarafından tutulmuştur. Sadece milli emniyet amacıyla dönük olan bu kayıtlar, belli başlı sınır kapılarında Emniyet personeli tarafından uygulanan kontrol fişleri ile elde edilmiştir. Fişlerden elde edilen sayısal bilgiler Emniyet Genel Müdürlüğü'nün kendi amacı için kullanılmış ve bu kayıt sistemi 1953 yılına kadar devam etmiştir. 1953 yılından sonra bu fişler veri işlemleri yapılarak gerekli çalışmalar bittikten sonra geri iade edilmek üzere İstatistik Genel Müdürlüğü'ne gönderilmiştir. 1957 yılından itibaren veri işlemlerinin kolayca yürütülmesi için fişler doğrudan İstatistik Genel Müdürlüğü'ne gönderilmeye başlanmıştır. Vatandaş ve

Türkiye'de turizm alanında gerçekleştirilmiş istatistik, araştırma ve envanterlerin konularında bu çalışmanın özünü, söz konusu çalışmaların açıklanmasına dayanmaktadır.

yabancı, giriş-çıkış istatistiklerinin her çeşit bilgi ihtiyacına yanıt verebilmesi için 1964 yılında Devlet İstatistik Enstitüsü'nün başkanlığında, Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Gümrük ve Tekel Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı temsilcileri ile toplantılar yapılarak sınır kapılarında ortaklaşa alınacak önlemler kararlaştırılmış ve elde edilen bilgiler yıllık olarak yayınlanmıştır.

Devlet İstatistik Enstitüsü'nce basılarak sınır kapılarında pasaport polisi tarafından giriş ve çıkış yapan vatandaş ve yabancılara dağıtılıp doldurulması istenen istatistik formları pasaport kontrolü anında pasaport polisi tarafından teslim alınmakta, Emniyet Genel Müdürlüğü'nce kullanılacak kısım pasaport polisinde kalmakta ve diğer parçası ise aylık olarak bir sonraki ayın ilk haftası içinde Enstitüsü başkanlığına gönderilmektedir. Bu formlar 15 ve daha yukarı yaştaki kişiler için doldurulmaktadır. 15 yaşından küçükler için ayrıca bir form doldurulmamakta, beraber geldiği veya gittiği kişinin formunda "beraberinde gelen veya giden" olarak gösterilmektedir. Bunun yanında deniz yolu ile gelen günübirlikçiler için ad ve soyadları ile ülkeleri gösteren listeler tur yetkilileri tarafından pasaport polisine verilmekte, bu listeler de pasaport polisince Devlet İstatistik Enstitüsü'ne gönderilmektedir. Bu nedenle, beraberinde gelen ve gidenler ile günübirlikçiler için bütün tablolarda ayrıntılı bilgi verilememektedir.

Enstitü tarafından elde edilen bu formlar örneklere tabi tutularak (örnekleme oranı genellikle % 10'dur) değerlendirilmektedir. Öte yandan 1985 yılına kadar Hac veya Umre ziyareti nedeni ile seyahat eden vatandaşlara ait bilgiler tablolarda gösterilmez iken, bu konudaki verilere 1987 yılından itibaren yer vermeye başlanmıştır.

Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından

değerlendirilen bu istatistikler vatandaş ve yabancıları ikamet ülkelerine, giriş yaptığı sınır kapısına, yaş ve cinsiyete, kalmayı düşündükleri sürelerle ve seyahat biçimine göre vb. ayrılmakta ve değerlendirilmektedir.

Turizm İstatistikleri Bülteni: Turizm Bakanlığı tarafından sınır kapılarındaki turizm hareketlerine ilişkin aylık ve yıllık istatistiki verilerin derlendiği bu istatistikler 1972 yılından bu yana hazırlanmaktadır. Türkiye'ye giriş-çıkış yapan yabancı ziyaretçi ve vatandaş sayıları, sınır kapılarında Emniyet Genel Müdürlüğü'ne bağlı pasaport polisinin tuttuğu kayıtlardan elde edilmektedir. Söz konusu istatistik içerisinde yer verilen turizm geliri ile ilgili veriler, 1984-1990 yılları arasında Turizm Bakanlığı tarafından, 1991 yılından itibaren ise Merkez Bankası tarafından "Yabancı Ziyaretçiler Çıkış Anketi" sonuçlarına göre tahmin edilmektedir. Turizm giderlerine ilişkin bilgiler de Merkez Bankası'ndan sağlanmaktadır.

Söz konusu istatistik kapsamında; gelen yabancı ziyaretçilere, günübirlikçilere, çıkan yabancı ziyaretçilere, çıkan vatandaşlara, dönen vatandaşlara, turizm gelir ve giderlerine, plan ve program hedeflerine ilişkin veriler yer almaktadır.

Turizm İstatistikleri, 1977-1978-1979

Özet Bilgiler: Söz konusu istatistikler, Devlet istatistik Enstitüsü'nün ilgili yıllar için derlemiş olduğu istatistiklerin bir özetidir. Bu yıllarda DİE'nin bilgi işlem makinalarının bozuk olması dolayısıyla, bu yıllara ait turizm istatistikler tek bir yayında özetlenmiştir. İstatistikler, Türkiye'nin 22 sınır kapısında pasaport polisince derlenerek DİE'ye gönderilen formlardan % 10 örnekleme alınarak gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarıdır.

Ulaştırma İstatistikleri: Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından her yıl için derlenmekte ve yayınlanmaktadır. Söz

Türkiye'de sayısal veri kaynakları incelendiğinde, söz konusu sayısal veri kaynaklarının son on yılda yoğunlaştığı, bu durumun da turizmin gelişme trendi ile aynı dönemlere denk geldiği gözlenmektedir.

konusu istatistikte veriler; Karayolları Genel Müdürlüğü, Emniyet Genel Müdürlüğü, Devlet Demiryolları Genel Müdürlüğü, Türkiye Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğü, çeşitli illerdeki liman müdürlükleri, PTT Genel Müdürlüğü ile TRT Genel Müdürlüğü'nden sağlanmaktadır.

Yat İstatistikleri Bülteni: Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı tarafından 1986 yılından itibaren hazırlanmaktadır. Söz konusu istatistikler 2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu"nun 37. maddesinin A fıkrası ve 4. bendi uyarınca düzenlenen "Yat Turizminin Geliştirilmesi Hakkında Yönetmelik" in 38. maddesine göre doldurulması zorunlu olan "Yat Kayıt Belgeleri" nin birebir ölçeğinde değerlendirilmesi ile elde edilmektedir. Bültendeki tablolar aylar itibariyle, limanlar ayrımında Türkiye kıyılarında dolaşan yatların bandıralarına, boylarına, limanda kalış sürelerine ve ayrıca; gelen yolcu ve mürettebatların ise milliyetlerine göre dağılımlarını içermektedir. Bültekte yer alan veriler Gümrük Muhafaza Müdürlüğü'nün yardımlarıyla toplanmaktadır.

III. ARAŞTIRMALAR

Akdeniz Havzasında Turizmin Gelecekteki Durumu ile İlgili Araştırma, 1977: Bu çalışma, Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası tarafından hazırlanan araştırmanın Türkçe çevirisidir. Çalışma, 1975 yılı sonu itibariyle Akdeniz Bölgesi'nde yer alan 17 turist çeken ülkenin turizm sektöründe gerçekleştirilen gelişmeyi ortaya koymaktadır. Söz konusu çalışmada kullanılan bilgiler, çeşitli ülkelerin ulusal turizm organizasyonları tarafından yayınlanan ulusal istatistiklere dayanmaktadır. Ulusal istatistiklerin yetersiz olduğu durumlarda Dünya Turizm Örgütü (WTO) yayınları ile OECD yayınlarından yararlanılmıştır.

Dış Ülkelerde Çalışan Vatandaşların Türkiye'yi Ziyaretleri Araştırması, 1983: Turizm Bakanlığı tarafından 1983 yılında yapılan bu araştırma, yurtdışında çalışan işçilerin izinli olarak Türkiye'ye gelişlerinde turizm aktivitesine ne denli katıldıklarının değerlendirilmesi, belli sezonlardaki yığılmalar nedeniyle altyapı ve organizasyon noksanlıklarının saptanması ve giderilmesine ilişkin önerileri tesbit etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Türkiye'de izinli olduğu süreyi tamamladıktan sonra çalıştıkları ülkelere kara ve hava yoluyla dönüş yapan işçileri kapsamaktadır. Araştırma, basit tesadüf örnekleme yöntemi ile seçilen kişilere anketörler tarafından yerinde doldurulmak suretiyle uygulanmıştır. Bu çalışma, Türkiye'ye izinli olarak gelen vatandaşların çok az bir kısmının (% 7) turizm olayına katıldığını ortaya koymuştur.

Dünyada ve Türkiye'de Yıllar İtibariyle Nüfus ve Üçüncü Yaş Grubunun Projeksiyonu, 1993: Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen bu çalışmada, sosyo-ekonomik olaylardan biri olan nüfus, dünyadaki çeşitli yaş grupları ve özellikle üçüncü yaş grubuyla (altmış yaş üzeri yaş grubu) birlikte incelenmektedir. Çalışma, yıllar itibariyle yaş gruplarının çeşitli sosyo-ekonomik düzeye sahip ülkelerde incelenmesi, 2000'li yıllardaki projeksiyonu ve altmış üzeri yaş grubu trendinin, Türkiye turizminde halen ve gelecek yıllardaki katkısının ne olacağını saptanmasını amaçlamaktadır. Araştırmada istatistiki grafiklerden ve projeksiyonlardan yararlanılmıştır. Konuyla ilgili istatistik ve ekonomik analiz çalışmaları yapılmıştır.

Hanehalkı Turizm Eğilim Anketi, 1983: Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından 1983 yılında gerçekleştirilen Hanehalkı Turizm Eğilim Anketi, Türk vatandaşlarının ülke içine ve ülke dışına yönelik turizm hareketlerinin nitelik ve ni-

Bu çalışma kapsamında yapılan incelemeden ilk olarak; Türkiye'de turizm sektöründeki gelişme eğilimlerinin turizm araştırmaları ve yansıdığı şekilde bir değerlendirilme yapılabilmektedir.

celiklerini coğrafi, ekonomik ve kültürel boyutları içinde ölçebilmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma bulguları arasında, Türk vatandaşlarının seyahat eden hane halkındaki fert sayısı, seyahat eden kişilerin dört büyük il, bölge, yaş ve seyahat amaçlarına göre dağılımı, seyahat etmeyen kişilerin seyahat etmeme nedenlerine göre dağılımlarını içeren gibi birtakım bulgular elde edilmiştir.

İç Turizm Talep Profili Araştırması, 1992: Turizm Bakanlığı tarafından Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE)'nin katkılarıyla hazırlanmış ve anketin uygulaması DİE tarafından yapılmıştır. Anket, Kasım 1992 ayının ikinci yarısında 15 gün süre ile Ege, Marmara, Akdeniz, İç Anadolu, Karadeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde uygulanmıştır. Anket uygulanacak hanelerin seçimi Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından 1990 yılı nüfus sayımı için hazırlanmış olan kapı numarataji çalışmasından yararlanarak tesbit edilmiştir. Anket kapsamına nüfusu 10001 ve daha yukarı olan yerleşmelerdeki tüm konutlar ve bu konutlarda yaşayan T.C. uyruklu hane halklarını temsil edecek biçimde 26 il anket kapsamına alınmıştır. 18'si il merkezinde ve 27'si büyük şehirde olmak üzere toplam 80 ilçede anket örnek kapsamına alınan 23268 hanede uygulanmıştır.

Anket, 1983 yılında Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından gerçekleştirilen "Hanehalkı Turizm Eğilim Anketi"nin bir devamı niteliğinde olup, daha kapsamlı olarak gerçekleştirilmiştir. Anket bulguları arasında, seyahate çıkan kişiler, nitelikleri, yapılan geceleme toplamları, seyahate çıkılan bölgeler, seyahat başına harcamalar, seyahat sırasında karşılaşılan sorunlar yer almaktadır.

İstanbul Halkının Hizmet Sektörüne Dönük Talebi Araştırması, 1994: İstanbul Ticaret Odası tarafından Prof. Dr.

Taner Berksoy'a yaptırılan bu araştırmanın amacı, İstanbul'da yaşayan ailelerin sağlık, ulaşım, kültür, sanat, eğlence gibi hizmet tüketim eğilimleri, memnuniyetleri ve bu tür harcamalara bütçelerinden ayrılan payları saptamaktır. Çalışmanın örneklemini, İstanbul Büyükşehir Belediyesi sınırları içinde yaşayan toplam 1001 ailedir. Araştırmada aileleri temsilen aile reisleri ile, yoksa ailenin bir ferdi ile görüşülmüştür. Araştırmada standart soru formu aracılığıyla yüz yüze görüşme yapılarak bilgi toplanmıştır. Söz konusu araştırmada turizm sektörü ile ilgili olarak; şehirlerarası ulaşım araçları seçimi, eğlence, ailelerin hafta sonu tatillerini geçirme şekilleri, ailelerin tatillerinde tercih ettikleri konaklama tesisleri, tatil için tercih edilen yöntem, ailelerin bütçenin yüzde kaçının tatil harcamalarına ayrıldığı konularında veriler bulunmaktadır.

Kitle Turizmi ve Seyahat Acentaları Anketi, 1975: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Sosyo-Ekonomik Araştırma Şubesi'nce 1975 yılında gerçekleştirilen anketin amaçları; (1) turistlerle dolaysız ilişkide bulunduğu gerekçesiyle seyahat acentelerinin iç ve dış turizm tipini belirlemek, ayrıca İstanbul'a özgü turizm tipini ve turizm yönünden sorun olan konuları ortaya çıkarmak; (2) seyahat acentelerinin fiili işleyiş şeklini, örgütlenmesini belirtmek, mevzuatta belirtilen ile olması gerekeni karşılaştırmak; (3) seyahat acentelerinin pazarlama etkinliklerinde sorun doğuran konuları saptamak; (4) seyahat acentelerinin mevzuat açısından ve devletten beklentilerini belirlemektir. Türkiye'de 1975 yılı sonu itibarıyla toplam 179 seyahat acentesinin olması dolayısıyla tam örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada bilgi toplamı tekniği olarak anket kullanılmıştır. Bu amaçla, İstanbul'daki seyahat acentelerine İstanbul Nazım Bürosu'nca sağlanan anketörlerce Temmuz 1975'de anket verilmeye başlanmış, Eylül

Turist eğilim anketlerinin incelenmesinden; söz konusu araştırmaların 1970'li yıllarda yoğun olarak yapıldığı gözlenirken; 1986 yılı ile birlikte periyodik olarak (her yıl) yapıldığı anlaşılmıştır.

1975'de Turizm Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Dairesi, Sosyo-Ekonomik Araştırma Şubesi elemanlarınca Ankara ve İzmir'de anket çalışmaları sürdürülmüş, bu illerin dışında kalan az sayıdaki seyahat acentesine de anketler postayla gönderilmiştir. Araştırmada tüm seyahat acenteleri içerilmiş, yalnız ilk değerlendirme çalışmaları sırasında 57 anket formu çeşitli nedenlerden dolayı iptal edilmiş, esas değerlendirmede 122 seyahat acentesinin cevapları kullanılmıştır. Anket değerlendirme çalışmalarına Aralık 1975 tarihinde başlanmış ve 30 tablodan oluşan bir döküm Şubat 1976'da tamamlanmıştır.

Konaklama Sektörü Yöneticilerinin Elemanlarda Aradıkları Nitelikler, 1993: Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı tarafından gerçekleştirilen bu araştırmada; konaklama sektöründe çalışmakta olan işgücünün nitelikleri itibarıyla değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma, Ocak 1992 - Eylül 1993 tarihleri arasında il turizm müdürlüklerinin katkısıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, bilgi toplama yöntemi olarak "survey" kullanılmış ve soru kağıdı delphi tekniği kullanılarak geliştirilmiştir. Toplam 14 sorudan 12'si açık uçlu olarak yöneltilmiştir. Araştırmaya toplam 774 tesis alınmıştır. Tesis seçiminde kullanılan örnekleme tekniği ise; 42 il'in 37'sinde 1/1 ölçeği kullanılmış, geri kalan 5 il'de kota yöntemi ile seçim yapılmış ve 711 tesise soru kağıdı gönderilmiştir. Böylelikle ortalama temsil oranı % 92 olmuştur. Araştırma kapsamına alınan 711 tesisin 215'inden yanıt alınmıştır. Ankete katılan tesislerin % 30'u dört ve beş yıldızlı, % 70'i bir, iki ve üç yıldızlıdır. Araştırmada, konaklama tesisleri yöneticilerinin elemanlarda aradıkları niteliklere ilişkin çeşitli bulgular elde edilmiştir.

Otelcilik ve Turizm Endüstrisinde İşgücü Araştırması, 1992: Bu çalışma, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)'nin mali katkıları ile Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amaçları iki ana başlıktan oluşmaktadır: Bunlar; Turizm Bakanlığı'nca belgelendirilmiş olan konaklama tesisi, restoran ve seyahat acentelerinde halen çalıştırılmakta olan personelin sayı ve özellikleri hakkında güncel bilgi sağlamak ve bu tür işletmelerin gelecek beş yıl için vasıflı işçi talebi hakkında tahminlerde bulunmaktır. Çalışmanın kapsamını ise, Turizm Bakanlığı'nca belgelendirilmiş olan konaklama tesisleri, restoran ve seyahat acenteleri oluşturmaktadır. Araştırmanın tasarımı, anket formlarının dizaynı, araştırmanın tüm etaplarının denetimi ve analizi Turizm Bakanlığı ve ILO elemanları tarafından yapılmıştır. Alan çalışmaları ve bilgi derleme işlemleri Turizm Bakanlığı adına Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından gerçekleştirilmiştir. Bilgi toplama işlemi, seçilen işletmelerin yöneticileri ile yüzyüze yapılan mülakatlarla gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 1 ve 2 yıldızlı otellerin üçte birini, pansiyon ve restoranların yarısını kapsayacak şekilde düzenlenmiştir. Seyahat acenteleri ise, araştırmada yaklaşık 900 kayıtlı işletmenin 200'ünü kapsamına almak üzere tasarlanmıştır. Konaklama tesisleri ve restoranlar için kullanılan örnekleme yöntemi oda ve sadalye sayısına dayalı, büyüklüğe orantılı olasılıklı seçim yöntemidir. Seyahat acenteleri için ise, kullanılan örnekleme yöntemi sistematik rastgele örneklemedir.

Otel Fiyatları Üzerine Bir Karşılaştırma, 1984: Turizm Bakanlığı tarafından 1984 yılında gerçekleştirilen bu çalışmada, turizmde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin konaklama tesislerinin (otellerin) ortalama fiyatlarının saptanması ve karşılaştırılması amaçlanmıştır. İspanya, Fransa, İtalya, Yugoslavya ve Türkiye'yi kapsayan araştırmada, söz konusu ülkelere

1980-1994 döneminde gerçekleştirilen çalışmaların bütünlüğünü; bu dönemde Türkiye'de turizmle ilgili sayısal araştırmaların devamlık arz etmeye başladığı ortaya çıkmıştır.

ait konaklama tesisleri kataloglarından kıyı ve kentte yer alan tesislerden tesadüfi seçim ile her sınıftan en az beşer tesis seçilerek gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamına alınan tesislerin yatak ücretlerinin aritmetik ortalaması alınarak sonuçta ülke ortalamaları elde edilmiştir. Araştırmadan sonuç olarak, Türkiye'de büyük kentlerde yer alan otellerin fiyatlarının rakip ülkelere oranla biraz daha ucuz olduğu ortaya çıkmıştır.

Seyahat Aceneleri Araştırması (Tur Güzergahları), 1980: Turizm Bakanlığı tarafından 1980 yılının Kasım ayında gerçekleştirilen bu araştırmanın amacı, tur güzergahlarının tesbiti ile bu güzergahlar üzerinde ve merkezlerde ihtiyaç duyulan tesislerin, tür, sınıf ve kapasitelerinin belirlenmesi, seyahat acentelerinin işlevsel sorunlarını, yabancı ziyaretçilerin ve iç turizm hareketlerinin oluşumlarını izleyebilmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, Ankara, Antalya, Aydın (Kuşadası), İstanbul, İzmir, Muğla ve Bursa'da bulunan 216 acente üzerinde yapılmıştır. Uygulanan anketlerden elde edilen bilgiler derlenerek ayrıntılı tur güzergahları tesbit edilmiş ve ayrıca çalışma kapsamında yer alan 27 tablo yayınlanmıştır.

Sağlık Turizmi ve Turist Sağlığı, 1993: Türkiye'de faaliyet gösteren termal turizmi tesislerinin envanterini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır: İlk bölümde, Türkiye'deki termal turizmi tesislerinin envanteri yapılırken, ikinci kısım turist sağlığına ayrılmıştır. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen bu çalışmanın özgün yanı, Türkiye'de ilk kez termal turizmi tesislerinin envanterinin (önemli hataları olsa da) çıkarılmasıdır. Envanterde, termal turizmi tesislerinin belgeli ve belgesiz olması, suların iyi geldiği hastalıklar, tesislerde bulunan hizmet çeşitleri ve ünitelere ilişkin bilgiler bulunmaktadır.

Seyahat Eğilimleri ve Türkiye'ye İlgili ve 1995 Yılında Almanya'da Yapılacak Olan Seyahat Analizleri ve Exlusive Türkiye, 1994: Reklam kampanyalarında ülke ve ülkelerdeki hedef grupların seçimini doğru yapmak ve bu gruplara ulaşabilmek için en uygun iletişim politikalarını saptamak amacıyla gerçekleştirilen araştırma, Kemer Yöresi Tanıtma Vakfı (KETAV) tarafından yaptırılmıştır. "Yedi Avrupa Ülkesindeki Seyahat Eğilimleri ve Türkiye'ye İlgili" projesi kapsamında, yedi Avrupa ülkesindeki (Norveç, İsveç, İngiltere, Hollanda, Avusturya, İsviçre ve İtalya) seyahat eğilimlerini ortaya çıkarmayı amaçlayan araştırma, seçilen hedef grupların sosyal ve demografik yapılarını, son üç yılda yapılan off-season seyahatlerin ve ülkelerini de içeren bir dizi konuyu incelemektedir.

Sosyal Turizm Araştırması, 1993: Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından Dokuz Eylül Üniversitesi'nden bir grup bilim adamına yaptırılan bu araştırmanın amacı, Türk vatandaşlarının tatil gereksinimlerinin ekonomik düzeyde karşılanması ve iç turizmin daha dinamik ve örgütlenmiş bir yapıya kavuşturulmasına dönük çalışmalarda kullanılacak veri tabanının oluşturulmasıdır. Sosyal turizm araştırmanın kapsamı, yapılan anket uygulaması itibariyle iki boyutlu olarak düşünülmüştür. Bunlardan birincisini "sosyal güvenlik kurumları", ikincisini ise "sosyal turizm amaçlı turistler" oluşturmuştur. Bu gruba yönelik olarak gerçekleştirilen araştırma iki aşamalı olarak yapılmıştır. İlk aşamada araştırma grubuna dahil olan elemanlar arasından yöre ve kurumlar arasında iş bölümü yapılmıştır. Bu aşamada, çoğunlukla yüzyüze görüşülerek uygulanan anket tekniği uygulanmıştır. İkinci aşamada da yine önceden belirlenen örnek plan çerçevesinde sosyal turizm amaçlı tesisler bazında anket uygulaması yüzyüze ger-

1980 sonrası dönem Türkiye'de turizm sektörü ile ilgili istatistik ve diğer araştırmaların yoğun olarak derlenmeye başlandığı bir dönem olarak değerlendirilebilir.

çekleştirilmiştir. Toplam 117 kişi ve 90 sosyal güvenlik kurumuyla gerçekleştirilen araştırma, konuyla ilgili pek çok bulguyu içermektedir.

Turizm Sektöründe İstihdamın Niteliği Üzerine Bir Değerlendirme, 1993:

Bu araştırma, TUGEV tarafından yapılan bir başka araştırmanın (Turizm Yatırımlarının İstihdam Yaratma Potansiyelleri araştırması) yan ürünü olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın, bir yan ürün olmanın doğal sonucu olarak kendi örneklem çerçevesi bulunmamakta, ana çalışmanın çerçevesi içine sığmak zorunda kalmaktadır. Bu çerçeve ise "teşvik belgesi" verilen yatırımlar ile "yabancı sermaye" yatırımlarından oluşmaktadır. Bu açıdan araştırma sadece teşvik belgesi verilen, yabancı sermaye izni alan turizm yatırımları ile sınırlı bulunmaktadır. Kapsanan zaman dilimi ise, 1 Ocak 1980 ile 31 Aralık 1992 arasındaki onüç yıllık süreçtir. Örnekleme, anaküntenin % 3'ü olarak belirlenmiş, örnek sayısı da 70 olmuştur. Örnekleme yer alan ve işletme aşamasına gelmiş bulunan tesislerle ilgili bilgiler, işletmecilerle yüz yüze yapılan görüşmeler sonucu derlenmiştir. Bu amaçla hazırlanan soru kağıdının birinci bölümünde, yatırımcı ve yatırımla ilgili sorular yer almış, yatırımcılarla görüşmelerden elde edilen bilgiler Resmi Gazete bilgileri ile birlikte değerlendirilerek ana araştırma hazırlanmıştır. İkinci bölümde ise, işletmeye, işletmeciye ve istihdama ilişkin sorular yer almış, işletmecilerden elde edilen bilgilerin değerlendirilmesi bu araştırmanın konusunu oluşturmuştur. Alan çalışması, rassal olarak seçilen yatırım projelerinin hem yatırımcıların, hem de, yatırım işletme aşamasına gelmişse, işletmecilerin tek tek ziyaret edilmesi ve kendileriyle yüz yüze görüşme yapılması biçiminde yürütülmüştür.

Turizm Yatırımlarının İstihdam Yaratma Potansiyelleri, 1993: Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV)

tarafından gerçekleştirilen bu çalışmada, turizm sektörü yatırımlarında teşvik belgesinde öngörülen yatırım büyüklüğü ve istihdam ile gerçekleşen yatırım büyüklüğü ve istihdamı karşılaştırarak, hem genelde durumun ne tür farklılaşmalar gösterdiğini sergilemek, hem de turizm yatırımlarının gerçek istihdam yaratma potansiyellerini belirli bir temele oturtmak amaçlanmıştır.

Türk Konaklama Endüstrisinde İnsan Gücü Araştırması, 1988: Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı tarafından pilot bir çalışma olarak gerçekleştirilen bu araştırma ile, öncelikle tüm konaklama sektörünü ele alacak insan gücü araştırmasına ışık tutacak gözlem ve bilgilerin derlenmesi; bu model yoluyla ortaya konarak kullanılacak teknik, izlenecek yöntem konusunda öneriler oluşturulması amaçlanmıştır. Çalışmada, yüzyüze görüşme yöntemiyle anket uygulanmıştır. Araştırmada pilot bölge olarak seçilen İzmir'de turizm işletme belgeli 16 otel yöneticisiyle görüşmeler yapılmıştır.

Turizm Eğilim Anketi, 1973: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Planlama Daire Başkanlığı tarafından 1973 yılında gerçekleştirilen bu anketin amacı, turizm hareketlerinin planlanması sürecinde turistik talebin özelliklerini belirleyebilmek yönünden eğilimlerin saptanmasıdır. Söz konusu anket, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin beklenti ve izlenimleri ile ilgili ayrıntılı verileri ortaya koymaktadır.

Turizm Endüstrisi İşgücü Araştırması, 1992: Bu çalışma, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nun teknik işbirliği ile Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amaçları iki başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; Turizm Bakanlığı'nca belgelendirilmiş olan konaklama tesisi, restoran, seyahat acentesi ve turist yatlarında çalıştırılmakta olan personelin sayısı ve özellikleri hak-

Devlet İstatistik Enstitüsü ve Turizm Bakanlığı, 1980'li yıllarla birlikte turizm sektörü ile ilgili istatistik ve araştırmaların periyodik olarak gerçekleştirilmesine başlamışlardır.

kinda güncel bilgi sağlamak, ve bu tür işletmelerin gelecek beş yıl için vasıflı personel talebi hakkında tahminlerde bulunmaktır. Araştırma, Turizm Bakanlığı'nca belgelendirilmiş olan konaklama tesisleri, restoranlar, seyahat acenteleri ve yatçılık şirketlerini kapsamaktadır. Araştırmanın ve anket formlarının tasarımı, araştırmamanın tüm etaplarının denetimi ve analizi Turizm Bakanlığı ve ILO tarafından gerçekleştirilmiştir. Alan çalışmaları ve bilgi derleme işlemleri Turizm Bakanlığı adına DİE tarafından yapılmıştır. Bilgi toplama işlemi, seçilen işletmelerin yöneticileri ile yüzyüze yapılan mülakatlarla gerçekleştirilmiştir. Konaklama tesisleri ve restoranlar için kullanılan örnekleme yöntemi oda ve sandalye sayısına dayalı, büyüklüğe orantılı olasılıklı seçim yöntemidir. Seyahat acenteleri ve yatçılık şirketleri için, kullanılan örnekleme yöntemi sistematik rastgele örneklemedir.

Turizmin Barışçıl Sonuçları Üzerine Bir Araştırma, 1988: Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı tarafından 1988 yaz ayları süresince Ege ve Akdeniz sahil şeridindeki turizm yörelerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma örnekleme yaş, meslek, eğitim düzeyi gibi bağımsız değişkenler göz önünde tutulmaksızın bilgi vermeye gönüllü olma temeline göre yerel halk dahil edilmiştir. Araştırma kapsamına 246 kişi alınmıştır. Araştırmada, yerel halkın turizme ve turistlere bakış açısını yansıtan çeşitli bulgular elde edilmiştir.

Turizm Hareketleri : Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan bu yayın, yıl bazında derlenmekte ve Türkiye ile ilgili diğer istatistiklerin bir özetini kapsamaktadır.

Turizm Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayısı Araştırması, 1993: Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından 1993 yılında Abant İzzel Baysal Üniversitesi İktisat Bölümü'nden bir grup

bilim adamına yaptırılan bu çalışmanın amacı, Türk turizm endüstrisini ampirik bir çalışmaya dayalı olarak incelemek ve sektörün profilini çıkarmaktır. Bu çalışmada kullanılan verilerin asıl kaynağı DİE'nin derlediği yıllık ticaret ve hizmet istatistikleri ile ticaret, otel, lokanta ve hizmet istatistikleridir. Turizm endüstrisinin diğer sektörlerle olan sektörlerarası bağımlılık ilişkisi ve ayrıca sektörün ihracata katkı düzeyi ile ithalata bağımlılık derecesini inceleyen bölümlerde ise 1985 yılı input-output tablosunun sonuçlarından yararlanılmıştır.

Türk Konaklama Tesisleri Performans İfadeleri Araştırması, 1976: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu tarafından 1976 yılında gerçekleştirilen araştırma, turizm konaklama tesisleri yönetmelik ve standartlarının hazırlanmasına yardımcı olmak ve yeni yatırımlar için gerekli olan bilgileri düzenli bir şekilde toplayıp, takdim etmek için yapılmıştır. Turizm konaklama tesislerinin bina özelliklerine ilişkin performans şartnamelelerinin hazırlanmasına yardımcı olacak performans ifadeleri bu araştırma çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bütün ülkelerin turizm konaklama tesisleri yönetmelikleri, konu ile ilgili standartlar ve yayınlar taranarak bir performans ifadeleri kataloğu hazırlanmıştır. Bu araştırma projesi bir performans ifadeleri yazma kılavuzu, çeşitli tesislere ait performans ifadeleri kataloğu, ve bu katalogdan bilgi elde etmede yararlanılabilecek bir elektronik hesaplayıcı programı ile kullanılan yayınların tasnif edilmiş bibliyografyasından oluşmaktadır.

Türk Turizminde Nitelik Araştırması, 1987 : Marmara Üniversitesi'nden bir grup bilim adamı tarafından gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, turizm sektörüne eleman yetiştiren eğitim kurumlarının ve bu eğitim kurumları tarafından yetiştirilen elemanları istihdam eden turizm

Derlenen istatistiklerde gözlenen bir diğer gelişme de; söz konusu çalışmaların giderek standart hale getirilmesidir. Gerek Turizm Bakanlığı ve gerekse Devlet İstatistik Enstitüsü'nün, derledikleri turizm istatistiklerinde ve diğer süreli araştırmalarında standartlaştırmaya yöneldikleri görülmektedir.

işletmelerinin genelde hangi teorik ve uygulamalı konulara önem verdiklerini belirlemek; mesleki turizm eğitimi veren kurumların uyguladıkları eğitim-öğretim programlarının günün koşullarına uygun olup olmadığını saptamak ve bu eğitim programları arasında bir bağlantı kurarak bütünlük sağlamak; turizm sektörüne eleman yetiştiren eğitim kurumlarının ve bu elemanları istihdam eden turizm işletmelerinin genelde hangi personel niteliklerine (yabancı dil bilgisi, işletmeye sadakat, dikkatli ve titiz çalışma vb. gibi) önem verdiklerini saptamak; ve turizm eğitimine etkinlik kazandırabilmek amacıyla turizm sektörüne eleman yetiştiren eğitim kurumlarının ve bu eğitim kurumları tarafından yetiştirilen elemanları istihdam eden turizm işletmelerinin genelde hangi eğitim yöntemlerine önem verdiklerini belirlemektir. Araştırma kapsamına, turizm sektöründe faaliyet gösteren restoranlar, konaklama tesisleri, seyahat acenteleri, Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı otelcilik ve turizm meslek liseleri, Turizm Bakanlığı'na bağlı olan ve olmayan TUREM'ler ile lisans ve önlisans turizm ve otelcilik programları alınmıştır. Araştırma, anakülte içerisinden saptanan örneklemeğe uygun olarak seçilen gruba anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya, 49 restoran, 104 konaklama tesisi, 35 seyahat acentesi ile 37 turizm eğitimi kurumu alınmıştır. 1987 yılında gerçekleştirilen araştırma ile sonuçta, araştırma amaçlarına dönük olarak çeşitli bulgular elde edilmiştir.

Turizm ve Otelcilik Araştırması, 1984: T.C. Turizm Bankası A.Ş. tarafından yaptırılan bu araştırmanın amacı, turistik işletmelerin yöneticileri ile karşılıklı görüşülerek Türkiye'de turizm sektörüne eleman yetiştiren okullar ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın düzenlediği kurslar (TUREM ve işbaşı) eğitim programları hakkındaki düşüncelerini öğrenmek, söz ko-

nusu eğitimi gören elemanların çalışma yaşamına atıldıklarında ortaya çıkan eksiklikleri saptamak ve uygulamayla teorinin bir arada verilebileceği eğitim sistemi ile bu sistemin uygulanmasına olanak tanıyacak modele ilişkin önerilerini almaktır. Araştırma kapsamına Akdeniz turizm bölgesinin merkezi olan Antalya, Trakya ve Marmara turizm bölgelerinin merkezi olan İstanbul, Orta Anadolu turizm bölgelerinin merkezi olan Ankara'da karar örnekleme yoluyla seçilen turistik belgeli konaklama tesisleri ve turistik restoranlar ile T.C. Turizm Bankası A.Ş. tarafından işletilen Turban konaklama tesisleri dahil edilmiştir. Araştırma, İstanbul, Antalya ve Ankara'daki tesis yöneticileri ile yerinde görüşülerek, Turban işletmeleri ile de postayla anket uygulamasına gidilerek uygulanmıştır. Araştırma kapsamına, toplam 53 konaklama tesisi ve 17 restoran alınmıştır.

Türk Turizm Sektörü Araştırması, 1984: T.C. Turizm Bankası A.Ş. tarafından Prof. Dr. Erol Manisalı ile Şükrü Yarcın'a 1984 yılında yaptırılmıştır. Araştırmanın amacı, Türk turizm sektörünün özelliklerini yabancı yatırımcı ve işletmeler açısından incelemek ve turizm alanında Türk ve yabancılar arasındaki ticari işbirliği olanaklarını değerlendirmektir. Araştırma, iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, Türk turizm sektörünün ana hatları açıklanmakta ve Türk ekonomisinde turizmin yeri değerlendirilmektedir. İkinci bölümde ise Akdeniz kıyısı ağırlıklı olmak üzere başlıca turizm gelişim projeleri tanıtılmaktadır.

Üçüncü Yaş Turizmi Araştırması, 1993: Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen bu araştırma, üçüncü yaş grubunun oluşturduğu 50 yaş ve üstü yaş gruplarının organizasyonlarına katılan yabancı ziyaretçiler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma iki dönem halinde gerçekleştirilerek toplam

Öte yandan, son yıllarda turizm sektörü ile ilgili araştırmaların Turizm Bakanlığı ile DİE dışında kalan kurullarca gerçekleştirilmeye başlandığı gözlenmektedir.

5218 kişi üzerinde uygulanmıştır. Üçüncü yaş turizmi organizasyonu ile Antalya-Belek ve Kapadokya yörelerine gelen yabancı ziyaretçilere konaklama ünitelerinden ayrılmadan bir gün önce dil bilen anketörlerce anket formları dağıtılmış ve sonra tekrar toplanmıştır. Öte yandan yurtdışında bulunan yaşlılar demekleriyle de ilişkiler kurularak anketler postayla gönderilmiştir. Ayrıca üçüncü yaş organizasyonlarıyla Türkiye'ye gelen ziyaretçileri ağırlayan otel yöneticileriyle görüşme tekniğiyle mülakat yapılmıştır. Bunlara ek olarak da, üçüncü yaş turizmi organizasyonunu gerçekleştiren seyahat acenteleri yöneticilerine, il turizm müdürlüklerinin katkılarıyla anket uygulanmıştır. 1992 yılında gerçekleştiren araştırma, üçüncü yaş turizmine katılanlar hakkında bulgular da içermektedir.

Yabancı Ziyaretçiler Çıkış Anketi, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990: Söz konusu anketler, Turizm Bakanlığı tarafından 1984 yılından itibaren yapılmaktadır. Anket, Türkiye'ye yönelen turizm hareketlerinin özelliklerinin yanı sıra turizm gelirlerinin tahminine dönük olarak da bilgiler içermektedir. Bu anketlerin örnekleme çerçevesini bir önceki yılın sınır çıkışlarındaki turizm hareketleri oluşturmaktadır. Buna göre hava, deniz, kara yolları sınır kapılarından çıkış yapan yabancı ziyaretçilerin aylar itibarıyla sayıları örnekleme için temel teşkil etmektedir. Zaman ve sınır kapısı örneklemesine uygun olarak uygulanan anket sonucunda, yabancı ziyaretçilerin Türkiye'yi ziyaret anaçları, sayıları, demografik özellikleri başta olmak üzere çeşitli bilgiler derlenmektedir. Yabancı Ziyaretçiler Çıkış Anketi ve Turizm Geliri Araştırması, 1986, 1987, 1988, 1989 ve 1990 yıllarında yapılmıştır. Ancak, 1990 ve 1991 yıllarında söz konusu anketler yapılamamıştır. T.C. Merkez Bankası, turizm gelirini tesbit etmek amacıyla söz konusu yıllarda özel bir kamuoyu araştırma

şirketine amacına uygun bir anket yaptırmıştır.

Yabancı Ziyaretçiler Talep Profili Araştırması, 1993: Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen çalışma, Türkiye'yi ziyaret eden yabancıların nitelik, tercih ve beğenilerinin tesbit edilmesini, 1986-1990 yılları arasını kapsayan yıllık veri trendinin güncelleştirilmesini ve dolayısıyla son yıllardaki ziyaretçi değişimindeki değişimlerin, sapmaların ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Bu çerçevede yabancı ziyaretçilerin geliş amacı, seyahati organize biçimi, Türkiye'nin ziyaret edilmesine neden olan bilginin kaynağı ve Türkiye'yi seçme faktörleri, konaklamak için tercih edilen tesis türleri, ziyaret edilen il-ilçeler ve bu yörelerdeki konaklama ve geceleme sayıları, eğitim, iş durumu, yaş ve cinsiyet gibi sosyal yapısı tesbit edilmeye çalışılmıştır. Anketin örneklemesini 1992 yılı sınır çıkışlarındaki turizm hareketleri oluşturmuştur. Buna göre, taşıt türü ayrımında çıkış yapılan sınır kapılarından, ziyaretçilerin aylar itibarıyla sayıları örnekleme için baz oluşturmuştur. 17 sınır kapısında anket uygulanmıştır. Bir diğer analiz ise, alan uygulanmasının yapılacağı dönemler hususunda olmuştur. Seçilen 17 ayrı sınır kapısında kapıların kara, hava ve deniz olması özelliğine göre aylık veriler irdelenmiştir. Aylık olarak çıkış yoğunluklarının benzer nitelik gösterdiği ve ikinci tabaka olarak üç farklı dönem (zaman) tespit edilmiştir. Belirlenen dönemlerin temsilcileri olabilecek her dönem için bir ay ve bir ayda 20 gün süre ile saha uygulaması yapılmıştır. Üçüncü tabakayı ise, turist (geceleme yapan), günübirlikçi ve yatçı ayrımında farklı özellikte ziyaretçi grubu oluşturmaktadır. Anket uygulaması yöntemi, öncelikle, Türkiye'yi ziyaret eden ziyaretçilere defter şeklinde oluşturulan formlar dağıtılmış ve sınır çıkışlarında toplanması amaçlanmıştır. Ancak uygu-

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği ile Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı, son yıllarda turizm sektörünü eğlendiren bazı konularda araştırmalar yapmışlardır.

lanan birinci dönem ankette, katılımın yeterli olmadığı görüldüğünden, önceki yıllarda uygulanan yöntem geçilmiştir. Buna göre, sınır çıkış kapılarında, seyahatini tamamlayıp Türkiye'den ayrılan yabancı ziyaretçilere anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma kapsamında 17681 kişi ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Yabancı Ziyaretçi Eğilim Anketi, 1965: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın sorumluluğu altında Devlet İstatistik Enstitüsü işbirliği ile gerçekleştirilen anketin amacı, yabancı ziyaretçilerin Türkiye hakkındaki düşüncelerini çeşitli yönleriyle tesbit etmektir. Anket, 1965 yılında, Temmuz ayının dördüncü haftası, Ağustos ayının ikinci ve üçüncü haftaları, Eylül ayının ikinci haftası ve Ekim ayının da birinci haftası olmak üzere, beş haftalık bir süre içerisinde Ankara, İstanbul, İzmir, Edirne, Gaziantep ve Ağrı illerine bağlı sınırcaplıklarından Türkiye'ye giren bütün yabancıları kapsamaktadır. 17 soruyu içeren anket soru formu, 2471 yabancı ziyaretçi üzerinde uygulanmıştır. Anket formlarının değerlendirilmesi DİE tarafından yapılmış ve sonuçlar 21 tablo halinde yayınlanmıştır.

Yerli-Yabancı Eğilim Anketi, 1978: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü tarafından 1978 yılında gerçekleştirilen bu anketin amacı, yerli ve yabancı turistlerin ve günübirlikçilerin günlük harcamalarını ve bu harcamaların dağılımını, ziyaretçilerin sosyo-ekonomik yapısını, tatil biçimlerini ve beğenilerini ortaya çıkarmaktır. Araştırmada şu ana başlıklarda veriler elde edilmiştir: Yerli , yabancı ve günübirlikçilerin sosyo-ekonomik yapıları, harcamaları, yabancıların Türkiye'ye geliş biçimleri, Türkiye'ye geliş nedenleri, yabancıların beğenileri, tatil biçimleri. Araştırmada tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Birinci tabaka olarak Türki-

ye'deki turistik yöreler alınırken, bu yöreleri tesbit ederken kullanılan kriter belgeli konaklama tesisleri olmuştur. Basit seçimsiz örnekleme yöntemi ile, çekilenlerin yerine koymama koşulu altında ve rastgele sayılar tablosu kullanılarak 16 yöre seçilmiştir. Daha sonra bu yörelerdeki toplam belgeli konaklama tesisi içinden rastgele sayılar tablosu kullanılarak 71 tesis örnekleme alınmıştır. Bu tesislerde uygulanacak anket sayısı ve bunların yerli-yabancı oranları, 1975 Ağustos-Eylül ayı gecelemeleri esas alınarak tesbit edilmiştir. Buna göre 2000 yabancı turiste anket uygulanması gerektiği ortaya çıkmıştır. Yabancı ziyaretçilerin geldikleri ülkelere göre dağılımı ise aynı aylarda Türkiye'ye gelen toplam yabancı ziyaretçiler içinde ülkelerin payları ve yine geceleme istatistiklerinden ülkeler dağılımını oransal olarak saptanmıştır. Yerli turistlerin sayıları ise, karşılaştırma olanağı verebilmesi için 2000 kişi olarak kabul edilmiştir.

Yurtdışı Seyahat Araştırması (Outgoing), 1990: Bu araştırma, TÜRSAB tarafından Gallup-Piar Araştırma Şirketi'ne 1990 yılında yaptırılmıştır. Araştırmada dinlenme/eğlenme amacı ile 1991 yılında yurtdışı seyahate çıkmayı planlayan 15 yaş üstü, üst ve orta sosyo-ekonomik gruba mensup kişiler hedef kitle olarak seçilmiştir. Araştırmanın amacı, hedef kitlelerin Türk turizm sektörüne karşı olan eğilim ve davranışlarının belirlenmesi ile bu kitlenin turizm sektöründen beklentilerinin saptanmasıdır. Turizm sektörü araştırması, İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Bursa ve Trabzon olmak üzere Türkiye'de seyahat edebilecek nüfusu temsil edecek şekilde 6 ilde gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde her yaş grubu ve her sosyo-ekonomik kitlenin davranış, istek ve beklentileri ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Araştırma, yüzyüze görüşme yöntemi ile önceden hazırlanmış bir soru formu çerçevesinde yürütülmüştür.

Bu çalışma kapsamında, ulaşılamadığı için yer verilemeyen bazı konaklama tesislerinin yapılarındaki pazarlama araştırmaları ve TÜRSAB'ın araştırmaları, Türkiye'de turizm sektörünün güderak çağdaş bir anlayışta işletmecilik yapmaya yöneldiği şeklinde yorumlanabilir.

Yurtiçi Seyahat Araştırması (In-going) 1990: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) tarafından 1991 yılında Gallup - Piar Araştırma Ltd. Şti.'ne yaptırılmıştır. Araştırmada, 1990 yılında yurtiçi seyahate çıkmayı planlayan 15 yaş üstü, üst ve orta sosyo-ekonomik gruba mensup kişiler hedef olarak seçilmiştir. Araştırma kapsamında; yurtiçi turizm talebi, sosyo-ekonomik gruplara göre seyahat giderlerini karşılama gücü, ödeme olanakları, yurtiçi seyahate çıkmayı planlayanların kişisel olarak mı yoksa turlarla mı seyahate çıkmayı planladığı, potansiyel turistlerin tercih ettikleri bölgeler, seyahat kararının verilmesini etkileyen karar süreci, yurtiçinde seyahat edenlerin davranışları ve memnuniyet dereceleri ve potansiyeli, yurtiçi seyahat müşterilerinin konaklama tesisi, ulaşım ve tatil yöresi tercihlerine ilişkin sorulara yanıt aranmıştır. Bu araştırma İstanbul, İzmir, Adana, Bursa ve Trabzon olmak üzere, Türkiye'de seyahat edebilecek nüfusu temsil edecek şekilde 6 ilde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesi aşamasında her yaş grubu ve her sosyo-ekonomik kitlenin davranış, istek ve beklentileri ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Araştırma, kantitatif araştırma tekniklerinden "yüzyüze görüşme" tekniği ile önceden hazırlanmış bir soru formu çerçevesinde yürütülmüştür.

IV. DİĞER ARAŞTIRMALAR

Yukarıda açıklanan araştırmalara ek olarak; Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na gerçekleştirilen Yerli-Yabancı Turizm Eğilim Anketi (1975), yerli-yabancı ve günöbirlikçilerle ilgili çeşitli bulguları ortaya çıkarmıştır. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen bir başka araştırma da, Seyahat Acentaları Anketi (1980)'dir. Ayrıca, Devlet Planlama Teşkilatı tarafından 1971 yılında yapılan "1971 Yılı Kamu ve Özel Sektör Turizm

Yatırım ve İşletme Faaliyetleri Anket Sonuçları" ve "Turizm Sektörü Katma Değer Anketi Sonuçları" araştırmaları ile MPM tarafından yayınlanan "Karayolu Yolcu Taşımacılığında Verimlilik ve Performans Ölçümü" (1991) araştırması da bulunmaktadır.

V. ENVANTERLER

Belediyelerce Denetlenen Otel-Motel-Pansiyon ve Kamping Yerleri, 1978: Turizm Bakanlığı Enformasyon Şubesi tarafından 1978 yılında yapılan çalışmaların sonuçlarını içermektedir. Söz konusu çalışma, 116 belediyenin sınırları içerisinde kalan konaklama tesislerini içermektedir. Rehberde yer alan fiyatlar, 1978 yılının cari fiyatlarıdır.

Belediye Belgeli Tesisler Envanteri:

Bu envanter, Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmaktadır. Söz konusu envanter kapsamında yalnızca belediye belgeli tesisler değerlendirilmeye alınmaktadır. Envanter, ilk kez 1987 yılında ve daha sonra 1988, 1989 ve 1992 yıllarında hazırlandıktan sonra, 1993 yılından itibaren ise "Belediye Belgeli Konaklama İstatistikleri Bülteni" içerisinde yer almıştır. Envanterde, illerde bulunan tüm belediye belgeli tesislerin tür, nitelik, personel sayısı ve yatak kapasitesine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Envanter, il turizm müdürlüklerinin katkısıyla hazırlanmış, ancak cevap alınamayan illere ilişkin veriler ilgili illerin master planlarından yararlanılarak elde edilmiştir.

Dünya Turizm Hareketleri, 1977-1972: Bu çalışmada dünya turizm hareketleri ile ilgili bilgiler, Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) 1977-1982 yılları arasındaki istatistiklerinden derlenmiş ve çeşitli çalışmalarda bu tür bilgilere ihtiyaç duyanlara yardımcı olunması amaçlanmıştır. Aynı derleme kapsamında, turizm istatistiklerinin yanı sıra bazı sosyo-eko-

Turizm sektörüne
dönük olarak
hazırlanan söz konusu
sayısal veri
kaynaklarının, gerek
makro düzeydeki
karar alma
mekanizmalarında ve
gerekse turizm
işletmecileri
tarafından hemen
hemen hiç ilgi
görmeyen, yapılan
gözlem ve
araştırmalardan
ortaya çıkmaktadır.

nomik veriler de araştırmaya dahil edilmiş ve bu konuda Birleşmiş Milletler kaynaklarından yararlanılmıştır..

İkinci Konut Envanteri, 1990: Türkiye'de belgeli ve belgesiz tesisler dışındaki ikinci konut denilen yazlık evlerde atıl yatak kapasitesinin turizm amaçlı değerlendirilmesine olanak sağlamak için envanter hazırlanması ve mevcut durumların tesbiti amaçlanmıştır. Envanter çalışması için kıyı şeridi üzerinde Marmara, Ege, Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinde bulunan ikinci konutların yoğun olduğu 17 ilde çalışma yapılmıştır. Söz konusu illerin valiliklerince Turizm Bakanlığı tarafından gönderilen "İkinci Konutları Değerlendirme" formlarına veriler işlenmiştir.

Konaklama Tesisleri Envanter Araştırması (İl ve İlçeler İtibariyle, 1976: Konaklama tesislerinin nitelikleriyle ilgili bilgileri kapsayan bu çalışma, Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından belediye teşkilatı bulunan bütün idari birimlerde konaklama tesislerinin tesbiti amacıyla uygulanan envanter çalışmasının sonuçlarına ait bilgileri kapsamaktadır. Çalışma kapsamında il ve ilçelerde faaliyet gösteren otel, motel, han, kamp, karavan, oberj ve kaplıcalara ilişkin ayrıntılı veriler yer almaktadır.

Tanıtma Faaliyetleri Raporu: Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü'nce her yıl hazırlanan bu raporda, ilgili genel müdürlüğe bağlı olarak çeşitli ölkelerde faaliyet gösteren tanıtma müşavirliklerince gerçekteştirilen tanıtma faaliyetleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Rapor, bir süre "Tanıtma ve Pazarlama Faaliyetleri" adı altında hazırlanmıştır.

Tarifersiz Uçaklar (Charter) Bülteni: Turizm Bakanlığı'nca Türkiye'ye gelen Tarifersiz uçaklar (charter) ile ilgili bilgiler 1977 yılından bu yana derlenmektedir. 1975 yılından itibaren yeni seri ile, hava

limanlarına iniş-kalkış yapan tarifersiz uçaklar ile taşıdıkları yolcu sayıları milliyetlerine göre, hava limanı ayırımında derlenmektedir. Söz konusu bilgiler Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü'nden sağlanmaktadır.

VI. DEğERLENDİRME VE SONUÇ

Türkiye turizminde şimdiye kadar yapılmış istatistik, araştırma ve envanterlerin konu edildiği bu araştırma, söz konusu sayısal veri kaynaklarının ayrı ayrı incelenmesine dayanmaktadır. Önceki bölümlerde açıklandığı üzere Türkiye'de şimdiye kadar bazı alanlarda sayısal veri kaynağı oluşturacak çalışmaların yadsınamayacak düzeyde olduğu görölmektedir.

Dönemler itibariyle yapılacak bir değerlendirmede, söz konusu araştırmaların son on yılda yoğunlaştığı ve bu gelişmenin turizmin gelişme trendi ile aynı dönemlere denk düştüğü görölmektedir. Öyleyse burada not edilmesi gereken birinci bulgu, Türkiye'deki istatistiklerin turizmin gelişmesiyle birlikte nicelik olarak artış gösterdiğidir. Gerçekten de Türkiye'de turizmin devlet tarafından makro boyutta ele alınmaya ve turizmin bakanlık düzeyinde temsil edilmeye başlandığı (1956 yılındaki düzenlemeyi bir yana bırakırsak) 1963 yılından 1980'li yıllara gelinceye kadar geçen dönemde pek fazla araştırmanın yapılmadığı görölmektedir. Bu dönemde dikkati çeken araştırmalar, 1965, 1973, 1976, 1978 ve 1980 yıllarında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı ile Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından gerçekteştirilen anketlerdir. Bu dönemde, yerli ve yabancı turistler üzerinde uygulanan alan araştırması örneklerine sıkça rastlanırken, 1980-1994 yılları arasında başka alanlarda sayısal veri araştırmaları artış göstermese de alanda uygulanan anket araştırmalarında aynı artış söz konusu olmamıştır.

1980-1994 dönemi araştırmalarında

Özellikle Turizm Bakanlığı ve TÜRSAB tarafından kamuoyu şirketleri ile üniversitelere yaptırılan bazı araştırmaların araştırma metodolojisi ciddi hatalar taşımaktadır.

dikkati çeken bir diğerk nokta da, bu dönemde, araştırmaların ve istatistik derleme çalışmalarının düzenli ve sürekli olarak yapılmaya başlanmasıdır. Gerçekten de bu dönemde Turizm Bakanlığı tarafından derlenen "Konaklama İstatistikleri", "Turizm İstatistikleri" ve "Çıkış Yapan Yabancılar Anketi" düzenli bir şekilde derlenmeye başlanmıştır. Benzer şekilde Devlet İstatistik Enstitüsü'nün "Turizm İstatistikleri" de 1991 yılı haricinde sürekli olarak derlenmekte ve yayınlanmaktadır. Süreklilik kazanan diğerk araştırmalar arasında "Yat İstatistikleri", "Belediye Belgeli Konaklama İstatistikleri" yer almaktadır.

İnceleme sırasında ortaya çıkan başka bir bulgu da, son yıllarda yapılan araştırmaların ve derlenen istatistiklerin giderek daha spesifik konularda yoğunlaşmakta olduğudur. Bu, olumlu yönde değerlendirilebilecek bir gelişmedir. Son yıllarda yatçılık, üçüncü yaş, sosyal turizm, katma değer, belediye belgeli tesisler envanteri gibi çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

Öte yandan 1900 yılında TÜRSAB tarafından yaptırılan araştırmalar(araştırma metodolojisi açısından bazı eksikler taşısada), Türkiye'de sayısal veri elde etmenin karar almadaki öneminin özel sektör turizm işletmeleri tarafından da anlaşılmaya başlandığının göstergesi sayılabilir. Benzer çalışmaların hem TÜRSAB, hem de otelcilerbirliğı ve diğerkotelci demekleri tarafından yapılmasının sonsuz yararları olacaktır.

Kısaca belirtilen bu bulgulardan sonra, mevcut istatistik ve araştırma verilerinin topluca tek bir merkezden elde edilebilmesi için ilgili kurumlarca çalışmalarda bulunulması gerekmektedir. Çünkü, yukarıda sıralanan araştırmalar -başta da vurgulandığı üzere-, birkaç dokümantasyon merkezi ile birkaç araştırmacının kütüp-

hanesi dışında bulunmamaktadır. Belki biraz acı bir durumdur ancak, Turizm Bakanlığı'nın araştırmalarını ve istatistiklerini, bu bakanlığın kütüphanesinde bulmak çoğuzaman mümkün olamamaktadır. Söz konusu bakanlıkta 1970'li yıllarda hazırlanmış araştırma ve istatistiklerin bu bakanlığın kütüphanesinde bulunması bir yana,son bir iki yılda yayınlanan istatistik ve araştırmaların bile bir bölümü kütüphaneye gelmemektedir.

KAYNAKÇA

DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ (1965), *Yabancı Ziyaretçi Eğilim Anketi*, DİE Yayınları, No: 500, Ankara, 1965.

DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ (1978), *Konaklama Tesisleri Envanter Çalışması: İl ve İlçeler İtibariyle*, DİE Yayınları, No: 329, Ankara.

DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ(1986), *Hanehalkı Turizm Eğilim Anketi*, DİE Yayınları, No: 1201, Ankara.

DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ(1986), *Çıkış Yabancı Ziyaretçiler Anketi*, DİE Yayınları, No: 1285, Ankara.

DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ (1989), *Otelcilik ve Turizm Endüstrisinde İşgücü Araştırması*, Devlet İstatistik Enstitüsü Yayını, Ankara.

DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ(1992), *Turizm İstatistikleri 1989*, DİE Yayınları, No: 1499, Ankara.

DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ (1995), *Ulaştırma İstatistikleri 1993*, DİE Yayınları, No: 1708, Ankara.

DEVLET İSTATİSTİK ENSTİTÜSÜ (1993), *Ticaret, Otel, Lokanta ve Hizmet İstatistikleri 1990*, DİE Yayınları, No: 1558, Ankara.

İSTANBUL TİCARET ODASI (1994), *İstanbul Halkının Hizmet Sektörüne Dönük Talebi Araştırması*, İTO Yayınları, No: 1994/26, İstanbul.

DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI (1977), "Kitle turizmi ve Seyahat Acentaları Araştırması", *Turizm ve Tanıtma, 2. Cilt: IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, DPT Yayınları, No: 1529, Ankara.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI (1984), *Dünya Turizm Hareketleri 1977-1982*, Turizm Planlama ve Yatırımlar Dairesi Başkanlığı, Yayın No: 1984/6, Ankara.

SARUHAN, Şadi Can ve Diğerkleri (1989), *Turizm Eği-*

Turizm Bakanlığı tarafından yapılan veya yaptırılan bazı araştırmalarda, rakamlar arasında tutarsızlıklar (eksiklik-fazlalık) bulunmaktadır.

timinde Nitelik Araştırması, Marmara Üniversitesi Araştırma Fonu Yayınları, No:3, İstanbul.

ŞENTÜRK, Leyla (1988): "Bazı Turist Eğilim ve Seyahat Acentesi Anketlerinin Turistlerin Beklenti ve İzlenimleri Yönünden Değerlendirilmesi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

T.C. TURİZM BANKASI A.Ş.(1984), **Turizm ve Otelcilik Eğitimi Araştırması**, T.C. Turizm Bankası A.Ş. Yayını, Ankara,

T.C. TURİZM BANKASI A.Ş. (1984), **Türk Turizm Endüstrisi Araştırması**, Araştırma ve Eğitim Başkanlığı, Ankara,

TUGEV (1988), **Turizmin Barışçıl Sonuçlarının Sosyo-Kültürel Analizi**, TUGEV Yayınları, İstanbul.

TUGEV (1988), **Türk Konaklama Endüstrisinde İnsangücü Araştırması (Pilot Çalışmanın Sonuçları)**, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayınları, İstanbul.

TUGEV (1993), **Turizm Yatırımlarının İstihdam Yaratma Potansiyelleri**, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayınları, İstanbul,

TUGEV (1993), **Turizm Sektöründe İstihdamın Niteliği Üzerine Bir Değerlendirme**, TUGEV Yayınları, No: 27, İstanbul.

TUGEV (1994), **Konaklama Sektörü Yöneticilerinin Elemanlarda Aradıkları Nitelikler**, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayınları, No: 28, İstanbul.

TURİZM VE TANITMA BAKANLIĞI (1978), **Yerli-Yabancı Eğilim Anketi**, Araştırma ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü, Ankara.

TURİZM VE TANITMA BAKANLIĞI (1979), **Belediyelerce Denetlenen Otel-Motel-Pansiyon ve Kamping Yerleri**, Enformasyon Şubesi Yayını, Ankara.

TURİZM BAKANLIĞI (1988), **1987 Tanıtma ve Pazarlama Faaliyetleri**, Tanıtma ve Pazarlama Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

TURİZM BAKANLIĞI (1991), **Yabancı Ziyaretçiler ve Turizm Geliri 1990**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 1991/7, Ankara.

TURİZM BAKANLIĞI (1991), **1980-1990 Araştırma ve İstatistik Kataloğu**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayını, Yayın No: 1991/6, Ankara.

TURİZMBAKANLIĞI (1992), **Konaklama İstatistikleri Bülteni 1991**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 1992/5, Ankara.

TURİZMBAKANLIĞI (1991), **Yat İstatistikleri Bülteni 1990**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 1991/8, Ankara.

TURİZMBAKANLIĞI (1993), **Belediye Belgeli Tesisler Envanteri 1992**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 1993/2, Ankara.

TURİZM BAKANLIĞI (1993), **Sosyal Turizm Araştırması**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara,

TURİZM BAKANLIĞI (1992), **Üçüncü Yaş Turizmi Araştırması**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.

TURİZM BAKANLIĞI(1993), **Yabancı Ziyaretçiler Talep Profilimi Araştırması**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara,

TURİZM BAKANLIĞI(1993), **Belediye Belgeli Konaklama İstatistikleri Bülteni 1992**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 1993 / 6, Ankara.

TURİZM BAKANLIĞI (1993), **Sağlık Turizmi ve Turizm Sağlığı**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 1993 / 8, Ankara.

TURİZM BAKANLIĞI (1993), **Turizm Endüstrisi İşgücü Araştırması**, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.

TURİZM BAKANLIĞI (1993), **Turizmin Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayısı** Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.

TURİZM BAKANLIĞI (1994), **Turizm İstatistikleri Bülteni 1993**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 1994/2, Ankara.

TURİZMBAKANLIĞI (1994), **İç Turizm Talep Profili Araştırması 1993**, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 1994/1, Ankara.

TÜRKİYE BİLİMSEL VE TEKNİK ARAŞTIRMA KURUMU, **Turizm Konaklama Tesisleri Performans İfadeleri Araştırması** (Proje Yürütücüsü: Doç. Dr. Nigân Beyazıt), TÜBİTAK Mühendislik Araştırma Grubu Proje No: MAG-20, İstanbul, 1976.

TÜRKİYE SİNAİ KALKINMA BANKASI A.Ş. (1980), **Akdeniz Havzasında Turizmin Gelecekteki Durumu ile İlgili Araştırma**, Yayın No:21, İstanbul.

TÜRSAB (1991), **Yurici Seyahat (Incoming) Araştırması**, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Yayınları, İstanbul.

TÜRSAB (1991), **Yurtdışı Seyahat Araştırması (Outgoing)**, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Yayınları, İstanbul.

TÜRSAB(1991), **Yurtici Seyahat Araştırması (Ingolng)**, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Yayınları, İstanbul,

TÜRSAB (1991), **Yurtdışı Seyahat Acentaları Araştırması**, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Yayını, İstanbul.

Son olarak da, bu çalışma kapsamında yapılan araştırma, istatistik ve envanterlerin toplu olarak bir arada bulunduğu bir merkez bulunmamaktadır. Pek çok araştırma ve istatistikle ilgili yayınlara ulaşılabileceği bulunmamaktadır. Bazı yayınların Türkiye genelindeki nübahalarının birkaç taneyi geçmediği sanılmaktadır.

Otel yatırımının hukuki aşamaları

ISKENDER GÖNÜR

I. GİRİŞ

Ülkemizde gelecek yüzyılda da en güçlü iş dallarından birisi olacak olan turizm, geniş bir faaliyet ve işletmecilik türünü kapsayan çok önemli bir sektördür. Sektörün önemi kadar yasalarıyla, yönetmelikleriyle ve işletmecilik anlayışıyla da elbette ki önemli kısımları vardır. Örneğin bir seyahat acentesi faaliyetleri, sadece yerli ve yabancı konuklara turlar düzenlemek, otellerde konaklatmak değildir. Otel işletmeciliği alanında da durum aynıdır, zira otellerin görev alanları salt konukları konaklatmak, onları rahat ettirmek değildir. Özellikle Batı dünyasında her geçen yıl önemli değişimler ve ilerlemeler yapılmakta ve ileri aşamalara ulaşılmaktadır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeciler tarafından profesyonel anlayış şimdilik tam olarak egemen olmasa da, gelecek de koşulların zorlaması ile ciddi işletmecilik anlayışı kabul edilmek durumunda kalmacaktır.

Bu durum karşısında, gerçek anlamda bir turizm işletmesinin yatırım olarak en alt basamaktan işletmeciliğin en üst noktasına getirilebilmesi önemli olmaktadır. Konu objektif bir bakış açısıyla otel işletmeciliğine indirgenecek olursa; bir otel işletmecisi, hangi yıldızla aday olmak isterse istesin, sıfır konumundan hedefi olan yıldızlı belgesini alıncaya kadar bazı faaliyetlerde bulunmak, birtakım yasalara, yönetmeliklere tabi olarak hareket etmekle yükümlüdür.

II. İLK ÇALIŞMALAR

Kanunlar çerçevesinde yapılması gerekenlerden önce yatırımcıların işletmeye yönelik birtakım araştırmalarda bulunmaları zorunludur. Bunları şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. Yatırımın yerinin tesbiti: Burada coğrafi konumlar ve bilhassa iklim şartları çok önemlidir.

2. Yatırımın hizmet türünün tesbiti: Yatırım yerinin özellikleri çerçevesinde turistik yatırımın otel, tatil köyü, oberj ve benzeri konaklama hizmetinden hangisinin olacağına karar verilmesinde ve tesbitinde o yörenin mevcut konaklama potansiyeli ve arz-talep ilişkisi gözönünde tutularak kararın verilmesi gerekmektedir.

3. Yatırımda verilecek otelcilik servis ekibininin tesbiti ile bu elemanların temini yollarının araştırılması: Bu hususta yatırımın yapılacağı yöre ve yöre halkının sosyal, kültürel, ekonomik şartları ile üst düzey personel için piyasa koşulları ve yönetici personelin en az hata ile yatırımın ilk aşamasında bilhassa genel müdür, muhasebe müdürü ve benzeri anahtar ekibin seçiminin ve temininin sağlanması (ki bu ekip aynı zamanda otel mimarisine, inşaat projesine de büyük ölçüde yardımcı olacak nitelikte olmalıdır).

4. Yatırımın proje inşaatının düzenlenmesi: Daha önce benzeri işlerle ilgilenmiş mimar, inşaat mühendisi ile projeden çatının kapatılmasına kadar ilk etapta işbaşı yaptırılan üst düzey otel yönetici kadrosu ile koordineli bir yatırımın yapılması aşamasıdır.

Turizm işletme belgeli bir işletmenin açılış aşamasından önce özellikle yukarıdaki maddelerin yerine getirilmesi, o işletmenin sektöre ilk gününden kendisini amorti edeceği güne kadar son derece önemlidir. Belirtilen faktörlerin yatırımcılarınca gözardı edilmesi ise, öncelikle o yatırımcıya ve sonra da turizm sektörüne zararlı olacaktır. Ege ve Akdeniz sahillerinde kurulu pek çok otel işletmesi bu hususta örnek olarak gösterilebilir.

**Bir otel işletmecisi,
hangi yıldızla aday
olmak isterse istesin,
sıfır konumundan
hedefi olan yıldızlı
belgesini alıncaya
kadar bazı
faaliyetlerde
bulunmak, birtakım
yasalara,
yönetmeliklere tabi
olarak hareket
etmekle yükümlüdür.**

İskender Gönür, Eskişehir'de bir otelde işletme müdürü olarak çalışmaktadır.

Son on yıldır Türkiye'de yatırım yerinin tesbitinde müteşebbisler tarafından ısrarla üzerinde durulan yerleşim yeri yaklaşımı, tarihi yerlere, sahil şeridinde, çok tanınan tatil ve ören yerlerine çok yakın mesafelere turistik tesis kurmak olmuştur. Elbette ki bu tesislerin bazı yönlerden yararlı sonuçları olsa da, dezavantajlarının bulunduğu gözardı edilmemelidir. Side'de antik yerleşim bölgesine yapılan tesisler buna örnek olarak gösterilebilir.

III. TEŞVİK İÇİN BAŞVURU

Bir turistik işletmenin açılış döneminde yapacağı pek çok işletmecilik faaliyeti bulunmaktadır. Profesyonel bir bakış açısıyla bu faaliyet ve çalışmalarını bir program dahilinde yerine getirmek gerekmektedir. Genel olarak turistik işletmelerin "soft opening"den önce programına alması gereken faaliyetlerin programı ana hatları ile şöyle olmalıdır:

a) Teşvik alınacak ise, 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu'nda gösterilen istisnaların yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu teşvikte girişimci firmanın kazançları ise kullanılacak ekipmanın gümrük ve vergi harçlarından muaf olmaktadır. Bu konudaki başvuruda gerekli olan belgeler şunlardır:

1. Üç nüsha söz konusu yatırımın gerçekleştirilmesini gösterir bir form,
2. Teşvik belgesinin adı,
3. Müracaat tarihine kadar yapılan yatırım ile ilgili olan muhasebe kayıtları, tarihleri ve numaraları yazılı olan harcama belgelerinin birer adet suretleri teşviğin alınacağı bankaya ibraz edilir.

b) Yatırımcı kredi ile tesisini yapabilmeye başladığında ise düzenleyeceği belgeler şunlardır:

1. Teşvik belgesi,
2. Taahütname,

3. Son üç yıllık bütçe bilançosu,
4. Emlak vergisi beyannamesi,
5. Ekspertiz ücreti,
6. Var ise ortaklık sözleşmesi,
7. İmza sirküleri,
8. Şirketin senedinin yayımlandığı Ticaret Sicil Gazetesi örneği,
9. Projeleri,
10. Proje keşif ve metrajları,
11. Tesis arsasının tapusu,
12. Tapu Sicil Muhafızlığı belgesi,
13. İnşaat ruhsatı,
14. İmar durumu belgesi,
15. Tesisle ilgili inşaatın iş programı,
16. Tesis yeri bildirim krokisi,
17. Var ise noterden onaylı kira sözleşmesi (genelde arsalar için),
18. Turizm yatırımı veya işletme belgesi,
19. Var ise işletmecilik sözleşmesi,
20. İki adet dilekçe,
21. Girişimcinin var ise diğer gayrimenkullerinin tapuları,
22. Şirket ortaklarının veya firma sahibinin iştiraki bulunduğu diğer şirket veya şirketlerin son üç yıllık kar/zarar bilançoları belgeleri ile yine bankaya müracaat edilir.

IV. BELEDİYEYE BAŞVURULAR

c) Turizm yatırımlarında belediyelerden alınacak izinler ise şunlardır:

Bu izinler inşaat ve yapı kullanma izinleridir. Müracaatlarda şu belgeler hazırlanmalıdır,

1. Tapu ve çaplı tasarruf belgesi,
2. 1/500 ölçekli genel yerleşim planı (bu plan tesisin yol, giriş, otopark, bahçe

Son on yıldır Türkiye'de yatırım yerinin tesbitinde müteşebbisler tarafından ısrarla üzerinde durulan yerleşim yeri yaklaşımı, tarihi yerlere, sahil şeridinde, çok tanınan tatil ve ören yerlerine çok yakın mesafelere turistik tesis kurmak olmuştur.

dizaynı ve gerekli tesis iç yerleşim yollarını gösterir),

3. Üç takım onaylı mimari tatbikat projesi,

4. Projelerin yürürlükteki imar yasasına göre uygun olduğunu kanıtlayan belge ve tastağı,

5. Tesisin kurulacağı yere ait altyapı (yol, su, elektrik, kanalizasyon, telefon) durumlarını belirleyen projelerce hazırlanan teknik rapor,

İnşaat gerektiren turizm yakınlarında belediye, valilik veya yeminli mimarlık, mühendislik bürolarından yapı ruhsatı alınması zorunludur. Sırasında ruhsatı alınmış turizm işletme belgeli tesislerde yapılacak herhangi bir değişiklik içinde de yine ruhsat ve izin alınması mecburidir.

Ruhsat alınması için gerekli olan belgeler şunlardır;

1. Dilekçe,
2. Tapu,
3. Mimari proje,
4. Statik proje,
5. Elektrik, su ve tesisat projeleri,
6. Resim ve tesis hesapları raporları veya ebatlı krokisi gereklidir.

İlgili kurum ve kuruluşlar ise bu tür müracatlarda 15 gün ve en geç 30 gün arasında yapı ruhsatı vermek zorundadırlar. Yapıların ruhsat verildikten sonra başlama müddeti 2 yıldır ve 5 yıl içerisinde de yapı bitirilmez ise ruhsat iptal edilmektedir.

V. YATIRIM VE İŞLETME BELGELERİ

d) Yatırımcı Turizm Yatırım Belgesi almak ister ise, Turizm Bakanlığı'na başvurusunda şu belgeleri hazırlamış olması gerekmektedir:

1. Belgesi istenilen yatırım hakkında bilgi,
2. Yatırımcı hakkında özgeçmiş bilgileri,

3. Yatırım yeri hakkında bilgi ve ekte haritalar, tapu ve tastikli diğer belgeler,

4. Yatırımın maliyeti ve finansman kaynakları,

5. Yatırımın işletilmesi hakkında işletmecilik, pazarlama ile ilgili proje ve fikirleri ile çalışma taslakları,

6. Yatırımın bina inşaatı gereksindirmesi halinde ise;

- 1/500 ölçekli vaziyet planı,
- Tüm cephelerden görünüm,
- Üç takım onaylı mimari proje,
- 1/50 veya 1/100 ölçekli en az iki kesit, ve kesitlerin birbirine dik olması ve birbirlerinden merdivenle geçmiş olduğu kesitler,
- Tefrişat planları,
- Pis su arıtma ve atık tesisinin 1/20 veya 1/50 onaylı projesi, ve
- Proje mimar veya mühendisleri adları, diploma numaraları, oda sicil numaraları, adresleri bu zikredilen projelerde olmak zorundadır.

Yukarıdaki belgelerle Turizm Bakanlığı'na yapılan başvurular, değerlendirilip, belgelendirme komisyonu kararı neticesinde sonuç yatırımcıya yazılı olarak bildirilir.

Bilindiği üzere turizm sektöründe 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nda ve ilgili diğer mevzuatlarda yer alan teşvik tedbirleri ile muafiyet ve haklardan yararlanabilmek için Turizm Bakanlığı'ndan Turizm Yatırım Belgesi veya Turizm İşletme Belgesi alınması zorunludur.

Önce alınan Turizm Yatırım Belgesi daha sonra deneme süresi işletmesi döneminde yatırımın tamamlanması, işletmeye her yönü ile hazır hale gelmesi ile altı aylık deneme devresi bitiminde sınıflandırma

Bilindiği üzere turizm sektöründe 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nda ve ilgili diğer mevzuatta yer alan teşvik tedbirleri ile muafiyet ve haklardan yararlanabilmek için Turizm Bakanlığı'ndan Turizm Yatırım Belgesi veya Turizm İşletme Belgesi alınması zorunludur.

kurulununun tesisi denetlemesi sonu yatırım belgesi işletme belgesine çevrilir.

Bu belgenin sınıflandırması ise Bakanlık sınıflandırma heyetince yapılır.

VI. DİĞER İŞLEMLER

Turizm yatırımları genel nitelikleri bakımından açılış döneminde mahalli makamlarca bazı işlemleri yerine getirmeleri söz konusudur. Bunlar ise;

1. Tesiste ruhsatlı içki satışı (umuma açık içki satış ruhsatı),
2. Tesiste yabancı uyruklu personel çalıştırılması,
3. Tesiste 18 yaşından küçük personel çalıştırılması,
4. Tesiste evli bayan personel çalıştırılması,
5. İtfaiye/yangın önlem ve tedbirleri,
6. Sığınak mahalli,
7. Kanalizasyon şebekesi ve bağlanması,
8. Çöplerin muhafazası ve belediyece atılması işlemleri, ve
9. Otopark hizmet izinleridir.

Genelde bu konular emniyet ve güvenlik güç makamları, belediyelerce yürürlükteki prosedürler gereği çözümlenip, gerekli izinler alınmaktadır.

Yine konaklama tesislerinin genel nitelikleri bakımından (turistik işletme veya yatırım belgesi sahibi konaklama ünitelerinin hizmet standartları için;

1. Yöre turizm müdürlüklerinden tasdikli bir adet şikayet defteri,
2. Yine mahalli güvenlik güçlerinden tasdikli bir adet müşteri polis kayıt defteri,
3. Yöre turizm müdürlüğünden tasdikli 1 adet denetleme defteri,

4. Turizm Bakanlığı'ndan onaylı yiyecek-içecek /konaklama / diğer tesis içi yan hizmet fiyat tarifeleri bulundurmak zorundadır.

İstenilen işletme belge ve defterleri için yöre turizm müdürlüğü, güvenlik güçleri, Turizm Bakanlığı ile açılış öncesi yatırımcının müracaatı sonucunda zikredilen işlemlerin yapılması gereklidir.

Ayrıca yürürlükteki yasalar gereği çalışan personel için (özellikle turizm belgeli tesislerde) kimlik bildirim kanunu uygulaması, iş akti yapılması SSK bildirimleri ve benzeri personel işlemleri için de yöresel SSK ve bölge çalışma müdürlüğü ile yatırımcı firmanın iş iletişimi gereklidir.

VII. AÇILIŞ ÖNCESİ İŞLERİ

Bunun yanı sıra yatırımcının vergi mükellefi olması dolayısıyla yöresel vergi dairesi ile olan iletişimi, noterden tasdikli defter ve evrakları tanzimi, işletmenin açılmasından önce yapılması gerekmektedir. Kesinlikle bir işletmenin kanunlar dahilinde yapacaklarının yanı sıra bir işletmeciliğinin gereği yapması gerekenler vardır. Bunlar;

1. Doğru zamanlama ile işe göre insan politikasına istinaden personel seçimi ve periyodik olarak işe yerleştirilmesi,
2. Turizm pazarındaki yerin araştırılması ve pazardaki diğer rakiplerin tanınması çalışmaları,
3. Gerekli ve doğru reklam ve tanıtım faaliyetlerine iyi bir zamanlama ile başlanması,
4. Önce "soft opening" açılış faaliyetleri için gerekenlerin yapılması ve daha sonra da aktif açılış programına geçilmesi hazırlıklarının yapılmasıdır. □

Yürürlükteki yasalar gereği çalışan personel için (özellikle turizm belgeli tesislerde) kimlik bildirim kanunu uygulaması, iş akti yapılması, SSK bildirimleri ve benzeri personel işlemleri için de yöresel SSK ve bölge çalışma müdürlüğü ile yatırımcı firmanın iş iletişimi gereklidir.

Konaklama sektöründe insangücü araştırması ve Antalya örneği

DR. CEMİL BOYACI
DR. AHMET AKTAŞ

I. GİRİŞ

Ticari bir amaç taşımak ve sürekli yerleşmemek şartı ile insanların herhangi bir yere seyahatleri ve konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olay ve ilişkilerin tümü olarak değerlendirilen turizm olgusu günümüzde hızla değer kazanmaktadır.

İnsanların vazgeçemeyeceği bu olgu, 1991 körfez krizi sırasında sadece bölgesel bazda etkilenmiş olmakla birlikte, uluslararası turistik harcamalarda ani ve büyük düşmelere neden olmamıştır. Ve neticede uluslararası turist sayısında son otuz yılda %1500'lük bir artış olmuştur.

Bu gelişimi, özellikle II. Dünya Savaşı'ndan beri uluslararası turizmin büyük bir hızla ve endüstri özelliğini göstermek suretiyle ekonomik gücünün artışı, Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve Dünya Ticaret ve Turizm Konseyi (WTTC) yayınlanınca açıkça ortaya konulmaktadır.

Örneğin, 1950 yılında 25.3 milyon kişi uluslararası turizm hareketlerine katılmış ve 2.1 milyar dolarlık bir harcama yapmıştır. Her on yıllık periyotlardan sonra 1990 yılında 416 milyon kişi uluslararası turizm hareketlerine katılmış ve 230 milyar dolarlık harcama yapmıştır. 1990 yılında ulusal ve uluslararası turizm harcamalarının toplamı 2.75 trilyon dolara ulaşmıştır. Bu miktar aynı yıl yapılan uluslararası savunma harcamalarının (950 milyar dolar) üç katına yaklaşmıştır.

Neticede, turizmin ülkelerin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, ekonomideki hızlandırıcı özelliği, ülke içindeki istihdama katkısı, bölgeler arasındaki ekonomik dengesizlikleri gidermedeki rolü, döviz rezervlerine olan etkisi ve daha

birçok sosyo-ekonomik faydaları ile 20. yüzyılın ilk yarısından sonra, dünyada en hızlı gelişen hizmet sektörlerinden biri olmuş ve olmaya da devam edecektir. Bu nedenle çoğu ülkeler turizmden en yüksek faydayı elde etme yolunda gitmektedirler. Türkiye'de bu ülkelerden biridir.

Turizm Bakanlığı Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) teknik işbirliği ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programının (UNDP) mali katkılarıyla "Otelcilik ve Turizm Endüstrisinde İşgücü" araştırması ile sektörün mevcut işgücü envanterini çıkarmak suretiyle, VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı sonunda gereksinim duyulan personel sayılarını vermiştir.

Bu araştırmaya göre, sektörü meydana getiren konaklama, restoran ve seyahat işletmelerinin 1989 yılı itibarıyla mevcut personel sayıları şöylece verilmiştir. Konaklama sektöründe mevcut personel sayısı 36.400 kişi olup, 1995 yılı itibarıyla 60.000 yeni personele ihtiyaç vardır. Restoran işletmelerinde mevcut personel sayısı 3.600 kişi olup, gelecek beş yıl içinde 3.600 yeni personele ihtiyaç vardır. Seyahat acentelerinin 1989 yılı itibarıyla mevcut personel sayısı 9.500 kişi olup, gelecek beş yıl içinde 19.000 yeni personele ihtiyaç duyulmaktadır.

Sektördeki mevcut işgücü profiline bakıldığında mesleki eğitim almamış çalışanlardan oluştuğu, aşağıda Tablo 1'de gözlenmektedir.

Bir başka deyişle, sektörde çalışan işgücünün mesleki eğitim almış olanlarının konaklama işletmelerinde %13, restoranlarda %11 ve seyahat acentelerinde ise %17 olduğunu söyleyebiliriz. Bu sonuçlar

ABSTRACT

A SURVEY STUDY FOR MANPOWER IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

In this article, the observations of a survey study, held in 4 and 5-star hotels, and first class holiday villages which are located in Antalya and its surroundings, an important touristic place of Turkey, have been analyzed. The inquiry form has been sent to 65 facilities. The main observations obtained by this study are; the qualification of personnel employed in the industry, the expectation of management department from personnel, the kinds of positions which are difficult to be found, and finally the personnel qualifications which will be attached importance in the future.

Dr. Ahmet Aktaş - Dr. Cemil Boyacı, Akdeniz University, School of Tourism and Hotel Management, Antalya, Turkey.

Doç.Dr. Cemil Boyacı: Lisans: Ege Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi (1973); yüksek lisans ve doktora, Bordeaux Üniversitesi İşletme Fakültesi (1978); Turizm İşletmeciliği dalında doçent (1985). Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu'nda öğretim üyesi.

Doç.Dr. Ahmet Aktaş: Lisans: Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu (1970); doktora, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (19 5); Turizm İşletmeciliği dalında doçent (1987). Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu'nda öğretim üyesi.

bize, sektörün mesleki eğitim almış işgücüne olan gereksiniminin yadsınamaz olduğu gerçeğini göstermektedir. Durum böyle olunca Türkiye'de turizm eğitiminin mevcut durumuna şöyle bir bakılmasında yarar görüyoruz.

II. TÜRKİYE'DE TURİZM EĞİTİMİ

Türkiye'de Turizm eğitimi üç düzeyde ele alınmaktadır. Bunlar:

1. Kurslar ve seminerler

Turizm Bakanlığı, Çalışma Bakanlığı, özel öğretim şirketleri, sendikalar ve turizm işletmelerince yapılmaktadır. Turizm Bakanlığı'na bağlı 8 aylık kurslar şeklinde çalışan 12 adet (TUREM) Turizm Eğitim Merkezleri bulunmaktadır. Çalışma Bakanlığı'na bağlı İş ve İşçi Bulma Kurumu, turistik yörelerde kısa süreli kurslar açmak suretiyle turizm eğitimi yapmaktadır. Bazı özel öğretim şirketleri ile sendikalar da kurs ve seminerlerle eğitim faaliyetlerine katkıda bulunmaktadır. Turizm eğitiminin bu düzeyinde turistik işletmelere büyük görevler düşmektedir. İşletmeler eğitimsiz işgücü için (on the job training) işbaşı eğitim programlarını ısrarla ve sabırla uygulamaları gereklidir. Diğer yandan, turistik işletmelerin turizm ve otel işletmeciliği dalında mesleki eğitim veren kurumlarla işbirliği içinde olarak, öğrencilerin daha iyi yetişmelerine olanak verecek pratik eğitime önem vermeleri de önemlidir.

2. Orta öğretim düzeyinde turizm eğitimi

Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde beşi özel olmak üzere toplam 32 adet otelcilik ve turizm meslek liseleri bulunmaktadır. Bu okulların bazıları ilk yıl yabancı dilde hazırlık yaptıkları için Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi olarak diğerlerinden ayrılmaktadır. Orta öğrenim düzeyinde turizm ve otel işletmeciliği öğrenimi gören öğrencilerin sayısının yaklaşık 7.500 olduğu bilinmektedir. Her yıl bu okullardan ortalama 1.500-2.000 mezun verilmekle birlikte, sektörün gereksiniminin karşılanamayacağı bir gerçektir.

Bu okulların temel amacı, turizm sektörüne yabancı dil bilen orta kademedeki vasıflı insan gücü yetiştirmektir. Bu okullarda temelde resepsiyon-muhasebe, servis ve mutfak bölümleri bulunmakta olup, ders programları da bölümün amacına uygun olarak hazırlanmaktadır.

3. Üniversite düzeyinde turizm eğitimi

Yükseköğretim Kurulu (YÖK) şemsiyesi altında toplanan, üniversite seviyesindeki turizm ve otel işletmeciliği eğitimi, hiyerarşik olarak dört basamaktan oluşmaktadır. Bunlar:

- İki yıllık (Önlisans) Meslek Yüksekokulları,
- Dört yıllık (Lisans) Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulları,
- Bazı üniversitelerin sosyal bilimler enstitülerinin açmış olduğu ortalama iki yıl süreli Yüksek Lisans ve ört yıl süreli doktora programlarıdır.

Bugün Türkiye'de mevcut 63 adet meslek yüksekokulu bünyesinde turizm ve otel işletmeciliği eğitimi veren programlar bulunmaktadır. Bu okullardan sadece iki tanesi seyahat işletmeciliği ve otel işletmeciliği altında branşlaşmaya gittiği halde, diğerlerinde durum yeknesaklığını korumaktadır. 2547 sayılı Yükseköğretim Kanununa göre Meslek Yüksekokullarının amacı, ara kademe insan gücü yetiştirmektir. Ancak, bu amaca uygun insan gücünün bu okullarda mevcut ders programları, araç-gereç yetersizliği, kalifiye öğretim elemanı açığı ve uygulamaya dönük derslerin sayısal kalite yetersizliği gibi nedenlerden dolayı, yetiştiğini söylemek zordur.

Lise ve dengi okul mezunlarının üniversite sınav sistemine dayanarak girdikleri bir diğer örgün eğitim kurumu da Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulları'dır. Bu okullardan bazıları nın yabancı dil hazırlık sınıfı ile birlikte eğitim süresi 5 yıldır.

Yatak kapasitesi bakımından Türk turizmünde önemli bir paya sahip olan Antalya'da gerçekleştirilen bu anket uygulamasının amacı; konaklama sektörünün temel sorunlarına çözüm üretmek ve bu konuda yapılacak çalışmalara ışık tutmaktır.

Türkiye'de lisans düzeyinde turizm ve otelcilik eğitimi veren 10 adet turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu bulunmaktadır. Bu okulların ana amacı, sektöre lisan bilen, deneyimli yönetici aday adaylarını yetiştirmek olması gerekirken; öğrencilerin yanlış yönlendirilmeleri ve bilgilendirilmeleri sonucunda hemen hemen yönetici yetiştiren kurumlar olarak değerlendirilmektedir.

Bu düşünceyle mezun olan gençlerin çoğu sektörün gerçekleri ile karşı karşıya geldiklerinde, moral olarak çöküntüye uğramakta ve sektörde çalışmaktan vazgeçmektedirler.

Yüksek lisans düzeyinde turizm eğitimi programı iki aşamalıdır. İlk aşama 2 yıllık bir sürede tamamlanabilecek olan master programıdır. Bu programa her tür lisans programından mezun olan ve giriş sınavlarında başarılı olanlar devam edebilmektedir.

İkinci aşama ise, doktora programıdır. Temelde bu programın master programına dayalı olması gerekmektedir, her iki program ayrı ayrı değerlendirilmektedir. Bağımsız giriş sınavları ile başarılı olan master derecesine sahip olan öğrenciler doktora programlarına kayıt olabilirler ve ortalama dört yıllık sürede de programı bitirebilirler.

Türkiye'de turizm eğitimi konusunda, yukarıda belirlemeye çalışığımız tüm özgün ve yaygın eğitim kurumlarının her

çeşitini Antalya ilinde görmek mümkündür. Çünkü, Antalya, Türk turizmde çok önemli bir konuma sahiptir. Örneğin, Antalya iline gelen yabancı turist sayısı 1992 yılı sonu itibariyle 1121134 kişi olmuştur. Antalya'ya en fazla turist gönderen ülkeler sırasıyla Almanya, Avusturya, İsveç, Hollanda, İsviçre, Fransa, Danimarka, Finlandiya ve İtalya'dır.

Antalya'ya gelen yabancıların bozdurdukları döviz miktarı 1989 yılında 132.571.835 dolar iken, 1992 yılsonu itibariyle 330.000.000 dolar olmuştur.

Antalya ilinde bulunan turistik işletme belgeli tesis ve yatak sayılarına baktığımızda durum şöyledir: 1985 yılında tesis sayısı 62 ve yatak sayısı 7.993 iken, 1992 yılında tesis sayısı 454, yatak sayısı 90.163 olmuştur. Antalya ilinde yatırımı planlanan tesis sayısı 315, yatak kapasitesi ise 67.576'dır. Bu rakamlar incelendiğinde, ortalama her tesise 215 yatak düşmektedir.

İşletme belgeli bu yatakların yanında turizm amaçlı olarak kullanılan, ancak denetimi belediyeler tarafından yapılan işletmelerdeki oda sayısı 12.683, yatak sayısı da 27.892'dir.

Bu sonuçlar, Antalya ilinin tesis ve yatak sayısı bakımından önemini ortaya koymaktadır. Bu derece önemli konuma sahip olan Antalya'da pazarlama, tanıtma ve kalifiye işgücü problemleri önemini korumaktadır.

TABLO: 1- Turizm sektöründeki mevcut işgücünün eğitim durumu

MESLEKİ EĞİTİM	KONAKLAMA İŞLETMELERİ (%)	RESTORAN İŞLETMELERİ (%)	SEYAHAT AJANLARI (%)
Eğitimsiz	87.4	89.3	83.1
Üniversite mezunu	2.7	1.4	2.
Meslek lisesi mezunu	3.3	3.0	2.4
TUREM mezunu	4.0	1.9	4.
Diğer: Yurtiçi	2.4	4.8	4.7
Diğer: Yurtdışı	0.8	1.7	4.1

Araştırma kapsamına, Antalya bölgesinde Tekirova ile Alanya arasında kalan bölgede faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri ile tatil köyleri alınmıştır.

■ KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE İNSANGÜCÜ ARAŞTIRMASI

Yatak kapasitesi bakımından Türk turizmde oldukça önemli bir paya ve öne sahip olan Antalya'da anket uygulaması ile gerçekleştirilen olan bu çalışmanın amacı, konaklama endüstrisinin aşağıda belirlenen temel sorunlarına çözüm üretmek ve bu konuda yapılacak diğer çalışmalara ışık tutmaktır.

1. Araştırmanın temel amaçları

Araştırmanın amacı, aşağıda maddeler halinde sıralanan konularda konaklama işletmelerinden bilgi sağlamaktır:

- Konaklama işletmelerinde izlenen personel politikası,
- Konaklama işletmelerinin personel temin yöntem ve kaynakları,
- Konaklama işletmelerinin personelde aradıkları nitelikler,
- Konaklama sektöründe çalışan personelin iş değiştirme nedenleri,
- Konaklama sektörünün bulmada güçlük çektiği personel türü,
- Konaklama sektörünün personel istihdam ve politikasında, eğitim niteliklerinde orta vadede beklenen değişiklikler,
- Konaklama sektörünün turizm eğitimi veren kurumları değerlendirme biçimi,
- Konaklama sektöründe oda veya yatak başına düşen personel sayıları ve oranlar,

i. Konaklama sektöründe istihdam edilen personelin departmanlar itibariyle sayısal ve oransal dağılımı,

j. Konaklama sektöründe istihdam edilen kadın ve erkek personel sayısı ve oranları.

2. Araştırmanın kapsamı ve yöntemi

Araştırma kapsamına, Antalya bölgesinde Tekirova ile Alanya arasında faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı oteller ile tatil köyleri alınmıştır.

Bu bölgede mevcut işletmelerin isim listelerinde, Turizm Bakanlığı'nın çıkarmış olduğu oteller listesinden yararlanılmış olmakla birlikte, bizzat araştırma yürütücülerinin bölgeleri ziyaretlerinde, kayıtlara henüz girmemiş ve sezona başlamış olanlar da ziyaret edilmiştir.

Bu düşünceden hareketle, 105 adet işletme bizzat ziyaret edilmiş ve anket formları personel müdürleri veya otel genel müdürlerine elden verilmiştir.

Araştırma kapsamına bu tür işletmelerin alınmasının nedeni, araştırma amaçlarına tam olarak ulaşabilmemizdir. Çünkü, çağdaş otel işletmeciliğinin uygulandığı ve uygulanacağını umduğumuz bu işletmeler, bizi sonuçlara daha çabuk götürebilecektir.

Araştırma kapsamına alınan 105 adet işletme, Haziran 1993 ortalarından Temmuz 1993 ortalarına kadar ziyaret edilmiş, yetkililerle bizzat görüşülerek, konuya gereken titizliğin gösterilmesi istenilmiştir. Eylül 1993 sonu itibariyle çoğu işletmelere

Araştırma kapsamına alınan 105 adet işletme, Haziran 1993 ortalarından Temmuz 1993 ortalarına kadar geçen sürede ziyaret edilmiş, yetkililerle bizzat görüşülerek, konuya gereken titizliğin gösterilmesi istenilmiştir.

TABLO- 2- Araştırma kapsamına alınan konaklama işletmelerinin türleri

İŞLETMELERİN TÜRÜ	İŞLETMELERİN SAYISI	%
5 Yıldızlı oteller	21	32.0
4 Yıldızlı oteller	28	43.0
Tatil köyleri	16	25.0
TOPLAM	65	100.0

TABLO:3- Araştırma kapsamına alınan konaklama tesislerinin yaş dağılımı

İŞLETMELERİN YAŞI	İŞLETMELERİN SAYISI	%
1	10	15.4
2	8	12.3
3	16	24.6
4	8	12.3
5	6	9.2
6	7	10.8
7	3	4.6
8	3	4.6
18	1	1.5
20	1	1.5
21	1	1.5
30	1	1.5

üçer kez telefon edilmesine ve ziyaretlere rağmen, ancak 65 adet anket toplanabilmiştir.

Anketler, Biomedical Data Processing (BMDP) Programı kullanılarak bilgisayarda değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Bulgular bölümünde görüleceği üzere bazı sorulara verilen yanıtların çoktan tercihli olması, işletme sayısı ve yüzde oranlarını tam olarak göstermemektedir. Değerlendirmede bu özelliğin gözden kaçırılmaması önemlidir.

3. Araştırmanın bulguları

Tabloda 3'den de görüldüğü gibi araştırma kapsamına alınan işletmelerin yaş ortalaması 4.8 yıldır. Genç işletmeler durumunda olan bu tesislerin yenileme yatırımları konusunda herhangi bir sıkıntılarının olmadığı söylenebilir.

◆ Konaklama işletmelerinin çalışma süreleri:

Araştırma kapsamına alınan konaklama

işletmelerinin %51.0'nin sezonluk, %49'unun ise tüm yıl açık olduğu belirlenmiştir.

Sezonluk işletmelerin çoğunlukta olması, milli ekonomi, yatırımların verimliliği, işletme kârlılığı ve istihdam açısından önemli sıkıntıları beraberinde getirmektedirler. Bu nedenle turizmin Antalya bölgesinde tüm yıla yaygınlaştırılması bir zorunluluktur. Bu konu ile ilgili olarak üçüncü yaş turizmi üzerinde önemle durulmalıdır. Alternatif turizm çeşitlerinden olan; kongre turizmi, kültür turizmi ve golf turizmi üzerinde çalışmalar yoğunlaştırılmalıdır.

◆ Konaklama işletmelerinde istihdam edilen personelin departmanlar itibarı ile dağılımı

Araştırma kapsamına giren 65 adet turistik işletmede geçici ve daimi kadroda çalışan toplam personel sayısı 11.701 kişi olarak belirlenmiştir. Personelin aşağı yukarı %50'sinin geçici kadrolarda istihdam edilmesi, işletmelerin personel istihdamı ve politikalarında önemli sı-

Araştırma kapsamına alınan otel işletmelerinin yaş ortalaması, 4.8 yıldır. Genç işletmeler olan bu tesislerin yenileme yatırımları konusunda herhangi bir sıkıntılarının olmadığı söylenebilir.

TABLO:4- Araştırma kapsamına alınan konaklama tesislerinde istihdam edilen personelin çalıştıkları departmanlara göre dağılımı

DEPARTMANLAR	DAİMİ	%	GEÇİCİ	%
Yiyece-içecek	2.132	35.0	2.612	45
Önbüro	604	10.0	484	8.0
Kat hizmetleri	870	15.0	1.235	22.0
Teknik hizmetler	828	14.0	521	9.0
Animasyon aktiviteleri	190	3.0	402	7.0
Muhasebe	510	9.0	314	5.0
Personel	210	4.0	65	1.0
Genel İdari Hizmetler	569	10.0	156	3.0
TOPLAM	5.912	100.0	5.789	100.0

kıntılar yaratmaktadır. En önemlisi, güvenli bir iş ortamı olmayan sezonluk işletmelerin kalifiye personel bulmakta zorlanmalarıdır. Ayrıca istihdamın sezonluk olması kalifiye işgücünün daha güvenli başka sektörlere geçmesine neden olmaktadır.

◆ **Konaklama işletmelerinin toplam oda ve yatak sayıları:**

Araştırma yapılan konaklama işletmelerindeki toplam oda sayısı 15.908, toplam yatak sayısı ise 32.242 olarak belirlenmiştir. Antalya'da Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgeli tesis sayısının 298

ve yatak kapasitesinin 64.444 olduğu dikkate alındığında, bu araştırmada ulaşılan yatak sayısı genel toplamının %50'sini ifade etmektedir.

◆ **Konaklama işletmelerinde toplam personelin oda ve yatak başına düşen sayı ve oranları:**

Araştırma kapsamına giren 65 konaklama işletmesinde toplam 11.701 kişi çalışmaktadır. Yatak başına düşen personel sayısı 0.36 kişi, oda başına düşen personel sayısı ise 0.73 kişidir. Diğer taraftan çalışanların cinsiyet dağılımına baktığımızda, bayanlar 3.700 kişi ve %31, baylar

TABLO: 5- Konaklama işletmelerinin personel kaynakları

PERSONEL KAYNAKLARI	n	%
1. Direkt başvurular	62	95.4
2. Okullar	50	76.9
3. Diğer turistik işletmeler	25	38.5
4. Arkadaş tavsiyesi	25	38.5
5. İş ve İşçi Bulma Kurumu	23	35.4
6. Diğer kaynaklar	19	29.2
7. Diğer sektörler	5	7.6

Araştırma kapsamına giren tesislerde yatak başına düşen personel sayısı, 0.38 iken, oda başına düşen personel sayısı ise 0.73'dür.

TABLO-6- Konaklama işletmelerinin bulmakta güçlük çektikleri personel

BULUNMADA ZORLUK ÇEKİLEN PERSONEL	n	%
Genel müdür	30	46.2
Genel müdür yardımcısı	6	9.0
Muhasebe müdürü	25	38.5
Satış müdürü	8	12.0
Önbüro müdürü	26	40.0
Kat hizmetleri müdürü	8	12.0
Restoran müdürü	10	15.0
Yiyecek-içecek müdürü	28	43.0
Şef ahçıbaşı	33	51.0
Resepsiyonist	38	59.0
Kat hizmetleri elemanları	10	15.0
Garson	17	26.0
Ahçı yardımcısı	8	12.0
Bartender	16	25.0
Teknisyen	14	22.0
Animatör	9	14.0
Spor aktivite elemanı	3	5.0
Üst düzey sekreter	2	3.0
Cost controller	2	3.0

8.001 kişi olup, %69'luk oranı oluşturmaktadır.

◆ Konaklama işletmelerinin personel kaynakları:

Tablo 5'te görülen işletme sayıları ve yüzdelerinin toplamalarının araştırmaya giren toplam işletme sayısı ve %100'e bağlı olmasının nedeni; bu soruya birden fazla yanıt vermelerinden kaynaklanmaktadır.

Tabloda da görüleceği gibi, işletmelerin en fazla yararlandıkları personel bulma kaynağı, "işletmeye yapılan direk başvurular"dır". Direk başvuru kaynağının yük-

sek oranda olmasını şu nedenlere bağlayabiliriz:

- İşletmelerin yerel ve ülkesel gazetelere verdikleri duyurular,
- Araştırma kapsamına alınan işletmelerin bölgede ve ülke genelinde isim yapmış olmaları,
- Bu işletmelerde çalışan personelin, arkadaşlarına ve yakınlarına çalıştığı işletmeleri tavsiye etmeleridir.

Bölgede işletmeler için önemli olan bir diğer personel kaynağı ise, "turizm ve otel işletmeciliği" dalında örgün ve yaygın

Personelde aranan en önemli nitelikler sırasıyla, yabancı dil bilgisi, mesleki bilgi, çalışma disiplini, dış görünüm, işletme kurallarına uyum ve uygun bir kişilik olarak belirtilmiştir.

TABLO:7- Konaklama işletmelerinin pesonelde aradığı nitelikler

PERSONELDE ARANILAN NİTELİKLER	n	%
Yabancı dil bilgisi	57	87.7
Mesleki bilgi	52	80.0
Çalışma disiplini	49	75.4
Dış görünüm	44	67.7
İşletme kurullarına uyum	43	66.2
Uygun bir kişilik	43	66.2
lise-üniversite eğitimi	38	8.5
Güçlü bir çalışma isteği	38	58.5
Mesleğe gönül verme	28	43.1
Öğrenme isteğinde yüksek bir hız	26	40.0
İş arkadaşları ile geçinme	19	29.2
Genel bilgi düzeyi	18	27.7
İş idaresi bilgisi	10	15.4
Medeni hal	3	4.6

TABLO: 8- Konaklama işletmelerinin personele ilişkin sorunları

PERSONELE İLİŞKİN SORUNLAR	n	%
Yabancı dil yetersizliği	26	40.0
Mesleki bilgi yetersizliği	21	32.3
Eğitim eksikliği (lise-üniversite)	14	21.5
İş disiplinine uymama	13	20.0
Mesleği benimsememe	12	18.5
Uygun bir kişiliğe sahip olmama	7	10.8
Güçlü bir çalışma isteğinin olmaması	7	10.8
İşletme kurullarına uymama	6	9.2
Genel görünüm yetersizliği	5	7.7
Genel kültür yetersizliği	5	7.7
İş idaresi ile ilgili bilgi eksikliği	5	7.7
Öğrenme yeteneğindeki düşüklük	4	6.2
İş arkadaşları ile uyum sorunu	3	4.6
Medeni hali	1	1.5

Mesleki eğitim almış personelin en önemli eksikliği, pratik eğitimidir. Bu nedenle turizm eğitimi ile uğraşan yüksek öğretim kurumlarının mevcut programlarını bu noktada ele almaları gerekmektedir.

TABLO:9-Konaklama işletmelerinin personelinde aradıkları kişisel özellikler

ARANAN KİŞİSEL ÖZELLİKLER	n	%
Yabancı dil bilgisi	47	72.3
Yeterli eğitim düzeyi	41	63.1
Mesleki bilgi	37	56.9
İşte süreklilik ve sebat	27	41.5
İş disiplini	25	38.5
Mesleğe uygun karakter	24	36.9
Dış görünüm	19	29.2
İnsan ilişkilerinde başarı	18	27.7
İş motivasyonu	18	27.7
Özveride bulunabilme	17	26.2
Kendine güven	17	26.2
Girişkenlik yeteneği	14	21.5
Liderlik yeteneği	12	18.5
İyi bir terbiye	10	15.4
İşe uyum yeteneği	6	9.2

eğitim veren okullardır. Antalya'da, turizm eğitiminde doktora hariç, turizm konusunda ülkede mevcut olan tüm okulları görmek mümkündür. Bu eğitim kurumlarının sektörle olan yakın ilişkileri ve öğrencilerinin staj uygulama zorunluluğu okulları iş gücü kaynağı olarak ön plana çıkarmaktadır.

Diğer önemli bir kaynak da, işletmelerden transfer yöntemidir. Özellikle ka-

lifiye eleman konusunda yeni hizmete açılan işletmeler, diğer işletmelerin personelini yüksek transfer ücreti, maaşlar ve sosyal imkanlarla istihdam etmektedirler. kalifiye eleman arzının artması ile bu sıkıntı ortadan kalkacak veya azalacaktır.

◆ Konaklama işletmelerinin bulmakta güçlük çektiği personel:

Yönetim kademesinde bulunmasında

TABLO: 10- Konaklama işletmeleri yöneticilerinin mesleki eğitim almış personelde gördüğü eksiklikler

PERSONELDE GÖRÜLEN MESLEKİ EKSİKLİK	n	%
Uygulama eksikliği	54	83.1
Yabancı dil bilgisi eksikliği	53	81.3
Sektörel bilgi eksikliği	41	63.1
Akademik bilgi eksikliği	27	41.5

Konaklama işletmeleri, yönetim kademeleri ile alt kademelerde kalifiye işgücüne gereksinim duymaktadırlar. Genel müdürden resepsiyon menuruna kadar her kademede kalifiye işgücüne gereksinim bulunmaktadır.

TABLO:11- Önümüzdeki beş yıl içerisinde personel sayısında beklenen değişimler

BEKLENEN DEĞİŞİME	n	%
% 1 - % 3 arasında bir artış	15	23.1
% 3 - % 5 arasında bir artış	10	15.4
% 5 - % 7 arasında bir artış	3	4.6
% 7 - % 9 arasında bir artış	1	1.5
% 10 - % 15 arasında bir artış	2	3.1
% 15 - % 20 arasında bir artış	2	3.1
% 20'den fazla bir artış	3	4.6
% 5 - % 10 arasında bir azalma	10	15.4
Değişiklik beklemeyenler	16	24.9
Cevapsız	3	4.6
TOPLAM	65	100.0

TABLO: 12- Konaklama işletmelerinin önümüzdeki yıl içerisinde personele aradıkları nitelikler

PERSONEL KAYNAKLARI	n	%
Yabancı dil bilgisi	45	69.2
Lise-üniversite eğitimi	36	55.4
Meslek bilgisi	29	44.6
Dış görünüm	19	29.2
Uygun bir kişilik	14	21.5
İş idaresi bilgisi	13	20.0
Çalışma disiplini	9	13.8
Mesleğe gönül verme	8	12.3
İşletme kurallarına uyum	7	10.8
Güçlü bir çalışma isteği	6	9.2
İş arkadaşları ile geçinme	6	9.2
Genel bilgi düzeyi	5	7.7
Öğrenme yeteneğinde yüksek bir hız	3	4.6
Medeni hal	0	0.0

Araştırma kapsamına alınan konaklama işletmeleri, istihdam etmeyi istedikleri elemanların lise veya üniversite eğitimi almış, mesleki bilgi ve yabancı dil bilen, düzgün fiziksel olan kişiler olmalarını istemektedirler.

TABLO:13: Önümüzdeki beş yıl içerisinde önem kazanacak hizmet birimleri

HİZMET BİRİMLERİ	n	%
Pazarlama ve halkla ilişkiler	52	80.0
Önbüro	5	7.7
Yiyecek-içecek	5	7.7
Teknik hizmetler	1	1.5
Cevapsız	2	3.1
TOPLAM	65	100.0

güçlük çekilen personele baktığımızda, 33 işletmenin %51'lik bir oranla şef aşçıbaş bulmakta zorlandıkları belirlenmiştir. Ayrıca aynı sıkıntı genel müdür, muhasebe müdürü, önbüro müdürü ve yiyecek-içecek müdürü pozisyonlarında devam etmektedir.

Aynı şekilde bulunmasında güçlük çekilen diğer personel türüne bakıldığında: 38 işletmenin %59'luk oranla kalifiye resepsiyonist bulmakta zorlandıkları görülmektedir. Ayrıca servis elemanı, barmen ve teknik eleman sıkıntısı da Tablo 6'te görülmektedir.

Diğer yandan bulunmasında zorluk çekilen diğer personelin, animatör, spor aktiviteleri konusunda deneyimli, uygulayıcı ve öğretici eleman olması dikkati çekmektedir.

Özellikle Antalya bölgesindeki tesislerin çoğunluğunun resort işletmeler

olması, animasyon hizmetlerini ön plana çıkarmaktadır. Bu nedenle, bu hizmetlerin etkin ve verimli bir şekilde yapılabilmesi için, bu hizmetleri verecek elemanların süratle yetiştirilmelerinde yarar vardır. Bu gereksinim, örgün eğitim kurumları tarafından çözülebilir.

Ayrıca eksikliği duyulan diğer bir eleman türü de, üst düzeyde sekreterlerdir.

◆ Konaklama işletmelerinin personelde aradığı nitelikler

Tablo 7'da görüldüğü gibi personelde aranan en önemli nitelikler sırasıyla; yabancı dil bilgisi, mesleki bilgi, çalışma disiplini, dış görünüm, işletme kurallarına uyum, uygun bir kişilik ve diğerleri olarak belirtilmiştir.

◆ Konaklama işletmelerinin personele ilişkin sorunları:

Tablo 8'de personele ilişkin sorunlar

TABLO- 14: Konaklama işletmeleri yöneticilerine göre önümüzdeki beş yıl içerisinde önem kazanacak yabancı diller

YABANCI DİLLER	n	%
İngilizce	44	67.7
Almanca	25	23.1
İtalyanca	2	3.1
İspanyolca	1	1.5
Cevapsız	3	4.6

Konaklama işletmelerinin mesleki eğitim almış işgücünde gördüğü eksikliklerin uygulama ve yabancı dil bilgisi konularında yoğunlaştığı gözlenmektedir.

TABLO-15: Önümüzdeki beş yıl içerisinde personel sayısında beklenen değişimler

BEKLENEN DEĞİŞİME	n	%
Başka bir iş bulma	56	86.2
Askerlik hizmeti dolayısıyla	37	56.9
Hizmet akdinin sona ermesi	30	46.2
Yetersiz ücret	28	43.1
Bilinmeyen nedenler	24	36.9
İşten çıkartma	21	32.3
İş tatminsizliği	14	21.5
Evlilik nedeniyle işten ayrılma	11	16.9
Emeklilik	10	15.4
Başka bölgelere gitme isteği	7	12.3

6 no'lu tablodaki personelde aranan niteliklerle aynıdır. İşletmeler için personele ilişkin sorunlar, personelde aranan niteliklerin yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Örneğin Tablo 4'de personele ilişkin sorunlarda 3. sırada karşımıza çıkan eğitim eksikliği sektörün turizm eğitimi veren kurumlara yönelmek istediklerini ifade etmektedir.

◆ **Konaklama işletmelerinin personelde aradıkları kişisel özellikler**

Tablo 9'de ilk üç sırayı yabancı dil, yeterli eğitim düzeyi ve mesleki bilgi almaktadır. Daha sonra da; işte sebat ve süreklilik, iş disiplini, mesleğe uygun karakter, dış görünüm, insan ilişkilerinde başarı, iş motivasyonu ve diğerleri sıralanmaktadır.

◆ **Konaklama işletmelerinin mesleki eğitim almış personelinde gördüğü eksiklikler**

Tablo 10'da görüldüğü gibi mesleki eğitim almış personelin en önemli eksikliği pratik eğitimidir. Bu nedenle turizm eğitimi ile uğraşan, özellikle yüksek öğretim kurumlarının mevcut programlarını bu nok-

tada ele almaları gerekmektedir. Diğer yandan aynı derecede önemli olan eksiklik, yabancı dil bilgisidir. Bu noktada da eğitim kurumlarının yaklaşımları sorunu giderici yönde olmak zorundadır.

◆ **Konaklama işletmelerinde önümüzde beş yıl içinde personel sayısındaki bekledikleri değişimler**

Yukarıdaki Tablo 11'de görüldüğü gibi, işletmelerin 1/4'ü mevcut personel sayıları konusunda rasyonel bir sonuca ulaşmış durumdadır. Diğer taraftan gelecek beş yıl içinde personel sayısında %1 ila %5 arasında değişiklik bekleyen işletmelerin oranı %38.5 seviyesindedir. Bu durum işletmelerin çoğunda personel sayısında standardın belirlenmemiş olmasını ifade edebileceği gibi, işletmelerin yeni hizmet ünitelerini devreye sokabilecekleri kanaati de ortaya çıkmaktadır.

◆ **Konaklama işletmelerinin önümüzdeki beş yıl içinde personelde aradıkları nitelikler**

Tablo 12'de ilk üç sırayı; yabancı dil bilgisi, lise-üniversite eğitimi ve mesleki

Konaklama işletmelerinde işgücünün başka bir iş bulmak amacıyla, çoğunlukla işi bıraktıkları görülmektedir. Çünkü Antalya il sınırları içerisinde işletmeye açılan işletmelerin sayısı bu konuda krizlere yol açmaktadır.

TABLO:16- Etkin mesleki eğitim kurumları

OKULLAR	n	%
Dört yıllık Anadolu OTM Liseleri	44	67.7
Lisans düzeyi turizm programları	43	66.2
Meslek yüksek okulları	23	35.4
Üç yıllık otelcilik ve turizm mes. lise	20	30.8
5-6 ay süreli kurslar	9	13.8
2-3 ay süreli kurslar	6	9.2

bilgi almaktadır. Tablo 6 ile Tablo 12 özellikle iş idaresi bilgisi niteliği konusunda karşılaştırma yaptığımızda, önemli bir kanıya varılmaktadır. İş idaresi bilgisi kavramından varılan sonuç personelde olması gereken yönetim bilgisi olmaktadır. Bugünkü durumda araştırma yapılan konaklama işletmeleri, istihdam ettikleri işgücünde bu niteliği fazla dikkate almamaktadırlar. Halbuki tablo 11'de gelecek beş yıl içerisinde bu konuya önem vermek istedikleri görülmektedir. Bu düşünce, gelecek yıllarda, işletmelerin akademik özelliğe sahip turizm ve otel işletmeciliği eğitimi veren örgün eğitim kurumlarının önemli bir konuma sahip olacağını işaret etmektedir. Konaklama işletmelerinin yönetim kademesinde bulmakta güçlük çektiği personel profiline baktığımızda, bu görüşün doğruluğu ortaya çıkmaktadır.

◆ **Konaklama işletmelerinde önümüzdeki beş yıl içinde daha çok önem kazanacak hizmet birimleri**

Tablo 13'de görüldüğü gibi işletmelerin en fazla sıkıntısını çektiği konu tanıtım, halkla ilişkiler ve pazarlama konusunda yoğunlaşmaktadır. İşletmeler mevcut örgütsel yapıları içerisinde bu konuyu fonksiyonel hale getirerek önem vermek durumundadırlar.

◆ **Konaklama işletmelerinde önümüzdeki beş yıl içinde önem kazanacak yabancı diller**

Tablodan çıkarılacak sonuç; önümüzdeki beş yıl içinde İngilizce birinci yabancı dil olurken, Almanca ikinci sırada yerini koruyacaktır.

◆ **Konaklama işletmelerinde çalışan personelin işten ayrılma nedenleri**

Tablo 15'te görüldüğü gibi, Antalya bölgesinde personelin başka bir iş bulma nedeniyle işi bırakması birinci sırada yer almaktadır. Bunun en önemli nedeni, yeni işletmelerin süratle devreye girmesi durumunda, çalışma koşullarından tatmin olmayan kalifiye işgücünün işyeri değiştirmesidir.

İkinci sırada, askerlik hizmeti nedeniyle işten ayrılma nedeni ise, sektörde çalışan işgücünün genç nüfus grubuna dahil olduğunu doğrular. Bölgedeki işletmelerin çoğunluğunun mevsimlik olmaları nedeniyle, işgücünün hizmet akdinin sona ermesi, işten ayrılma nedeni olarak üçüncü sırada yer almaktadır.

◆ **Konaklama işletmelerinin cinsiyet ayrımına göre personel tercihi**

Konaklama işletmelerinde çalışan işgücünün cinsiyet seçimi doğrudan iş niteliği ile paralellik arz etmektedir.

Konaklama işletmelerinin % 38.5'i önümüzdeki beş yıl içerisinde personel sayılarında % 1 ile % 5 arasında değişiklik beklemektedir.

TABLO:17- Cinsiyet ayırımına göre personel tercihi

TERCİH EDİLEN CİNSİYET	n	%
Erkekler	1	1.5
Kadınlar	5	7.7
İşin türüne bağlı	56	86.2
Cevapsız	3	4.6
TOPLAM	65	100.0

◆ **Konaklama işletmelerinin benimsediği etkili eğitim kurumları**

Tablo 16'da görüldüğü gibi, dört yıllık Anadolu Otelcilik ve Turizm Liseleri birinci sırayı almaktadır. Bilindiği gibi bu tür okulların temel amacı, sektörün gereksinim duyduğu ağırlıklı olarak pratik eğitim almış önbüro, yiyecek-içecek servisi, kat hizmetleri ve mutfak alanında eleman yetiştirmektir. Ayrıca yıllık eğitim-öğretim takvimi sektörün ihtiyacına göre düzenlenmiş olması, tercih nedeni olmaktadır.

İkinci sırada yer alan dört yıllık üniversite düzeyinde eğitim veren Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarına tercih ise, daha önceki tablolarda elde edilen sonuçlarla paralellik teşkil etmektedir. Önümüzdeki yıllarda bu tür okullara olan talep de artacağı söylenebilir. İki yıllık meslek yüksekokulları, üçüncü sırayı almaktadır.

IV. SONUÇ VE ÖNERİLER

Konaklama işletmeleri gereksinim duyduğu personeli ilk etapta direkt başvuru yöntemiyle istihdam ederken, ağırlıklı olarak da okullara yönelmektedir. Bu durum sektörün eğitilmiş insan gücüne olan bakışının olumlu yönde geliştiğini göstermektedir.

Konaklama işletmeleri, yönetim ka-

demeleri ve alt kademelerde kalifiye iş gücüne gereksinim duymaktadırlar. Genel müdürden resepsiyon memuruna kadar her kademedeki kalifiye iş gücüne gereksinim vardır. Ancak, burada kanımızca değişikliği gün geçtikçe önemle hissedilen iş gücü animasyon personeli, spor ve aktivite monitörleri ve elemanlarıdır.

Araştırma kapsamına alınan konaklama işletmeleri istihdam etmeyi istedikleri iş gücünün lise veya üniversite eğitimi almış, mesleki bilgi ve yabancı dil bilgileri ile donatılmış, düzgün fiziki olan kişilik sahibi, insan ilişkilerinde başarılı, işlerini severek yapan, kendine güvenen ve girişken kişiler olmalarını istemektedirler. Aynı şekilde, işletmelerin gelecek beş yıl içinde iş gücünde aradıkları niteliklere bakıldığında yukarıda belirlenen tesbitlerin çok az sıralama değişiklikleri ile aynı noktalarda topladıkları görülmektedir.

Konaklama işletmelerinin mesleki eğitim almış iş gücünde gördüğü eksikliklerin uygulama (pratik) ve yabancı dil bilgisi konularında yoğunlaştığını söyleyebiliriz. Bu noktadan hareketle, mesleki eğitim veren kurum ve kuruluşlara baktığımızda dört yıllık Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerini daha çok benimsedikleri saptanmıştır. İkinci sırayı ise, uygulama eksikliğine rağmen, dört yıllık üniversite eğitimi veren Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulları almaktadır.

Konaklama işletmeleri, önümüzdeki beş yıl içerisinde "pazarlama ve halkla ilişkiler" hizmet biriminin önem kazanacağını vurgulamışlardır.

Konaklama işletmelerinde mevcut işgücünün başka bir iş bulmak suretiyle, çoğunlukta işi bıraktıkları görülmektedir. Çünkü, Antalya ilinde işletmeye açılan işletmelerin sayısı krizlere rağmen artmaktadır. Bu durumda, kalifiye işgücü parasal nedenler ve çalışma koşulları gibi isteklerle işten ayrılarak başka işletmelere geçmektedirler. Böylece, sektör istemediği halde yüksek ücretlerle işgücü transferleri olmakta ve sektörde suni ücret artışları yaşanmaktadır.

Konaklama işletmelerinin %38,5'ü önümüzdeki beş yıl içinde personel sayılarında %1 ila %5 arasında değişiklik beklemektedirler. Bu değişikliğin nedenleri arasında, işletmelerin henüz optimal düzeyde işgücü tesbitini yapamamaları, ya da yeni hizmet birimlerini planlamaları şeklinde yorumlayabiliriz.

Konaklama işletmeleri, önümüzdeki beş yıl içerisinde "pazarlama ve halkla ilişkiler" hizmet biriminin önem kazana-acağı vurgulanmıştır. Bu durum sektörün mevcut en önemli sorunu olduğu da bildirildiği bir gerçektir.

Sektörün turizm ve otel işletmeciliği alanında eğitim-öğretim veren lise ve üniversite düzeyindeki kurumlara ilgi göstermesi ve böylece eğitim düzeyi yüksek işgücünü istihdam etmesi sonucu yapılan işte etkinlik ve verimlilik daha üst düzeyde gerçekleşmiş olacaktır.

Bu noktada, sektörde etkin karar verebilen ve sorunları zamanında teşhis eden yetenekli personel için eğitim-öğretim kurumlarının sektörün yukarıda belirlediği işgücü profiline uygun insan yetiştirmeleri şarttır. Bu nedenle, eğitim-öğretim kurumları mevcut ders programlarını, sektörün gereksinimlerine göre revize etmeleri ve kaliteyi arttırmaları için yoğun çaba göstermeleri gerekmektedir. Aksi takdirde

mezun olan kişiler yeniden sektörde bir öğrenim dönemi yaşayacak ya da dışlanacaktır. Bu ise, zaman ve para kaybına neden olacaktır.

Üniversite eğitimi veren kurumların mevcut sistem içinde sektöre direkt yönetici yetiştirmediklerini aksine yönetici aday adayı yetiştirdikleri bilinciyle hareket etmeleri zorunludur. Bu düşünceden hareketle, konaklama işletmelerinin yönetim kademelerindeki işgücü açığını karşılayabilmeleri için yetenekli, lisan bilen, üniversite eğitimi almış, kültürlü gençleri yönetimi eğitimi (management training) programları ile desteklemeleri zamanı gelmiştir.

Konaklama işletmeleri özellikle mesleki eğitimi almış işgücüne güvenebilmeli ve onların daha verimli çalışabilmelerini sağlayacak parasal ve fiziksel koşulları hazırlamaları gerekmektedir. Diğer yandan, işletmelerin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine önem vererek sezon uzatma çabaları kalifiye işgücünün daimi personel statüsünde istihdamını sağlaması da bu işgücünün kazanılmasını kolaylaştıracaktır. Böylece, mesleki üniversite eğitimi almış gençlerin başka sektörlerle gitmesi önlenmiş olacaktır.

Diğer yandan, sektörde mevcut kalifiye işgücü kaybının önlenmesi için turizm sektörüne yönelik işsizlik sigortasının uygulanmasında yarar vardır.

Konaklama işletmelerinde etkinliği ve verimliliği artırmanın sadece eğitilmiş personel istihdam etmekle değil, aynı zamanda işletmelerde mevcut çalışan personelinde özellikle turizm sezonunun daha az aktif olduğu aylarda hizmet içi eğitim programları uygulamakla mümkün olacağı unutulmamalıdır. Bu konuda, işletmelerin bölgelerindeki mevcut akademik kurumlarla işbirliği yapmaları önemlidir. □

Konaklama işletmeleri, gereksinme duydukları elemanları ilk etapta direkt başvuru yöntemi ile bulurken, ağırlıklı olarak da okullara yönelmektedirler.

ALTERNATİF BİR TURİZM:

Türkiye'de yayla turizmi ve Karadeniz yaylaları

İSMAİL KIZILIRMAK

I. GİRİŞ

Türkiye'de turizm sektörünün tatil turizmine bağlı olarak deniz-kum-güneş üçgeni üzerinde kurulması nedeniyle yılın belli dönemlerinde turist çekebilme sansına sahiptir. Türkiye, tüm yörelerinin doğal, tarihsel ve kültürel zenginliklere sahip olması nedeniyle tatil turizmiyle birlikte diğer turizm çeşitleri için çekim unsuruna da sahip bulunmaktadır.

Turizm sektörünün Ege ve Akdeniz kıyılarında yoğunlaşmaya başlamasıyla birlikte yapılaşmanın artması beraberinde çevre problemlerini de gündeme getirmiştir. Çeşitli ülkelerde yapılan araştırma sonuçlarına göre, bozulmamış bir doğaya olan talebin artmakta olduğu görülmektedir. Gelecekte dünya turizm hareketlerinden en karlı çıkacak olanlar da, doğal güzelliklerini koruyabilen ülkeler olacaktır (Çetin 1992, s. 21).

Buradan hareketle, turizm hareketlerindeki "yumuşak turizm" veya "yeşil turizm" gibi adlarla açıklanan yeni turizm türü yani "yayla turizmi" günde gelmektedir.

II. YAYLALAR

Yayla kelimesi, dağ tepelerindeki düzlüklere verilen isimden gelmektedir (Var 1992, s. 63). Özellikle ülkemizde en zengin yayla potansiyeline sahip olan Doğu Karadeniz Bölgesi yaylalarının en belirgin özelliği, hayvancılığa elverişli zengin bitki örtüsüne sahip olmalarıdır. Bu nedenle yayla kelimesi aynı zamanda, "otlak" ve "mera" sözcükleriyle de eşanlamlı olarak kullanılmaktadır (Canalıoğlu 1995, s.3).

Yaylalar, son yıllara kadar rekreasyonel ve turizm amaçlı kullanımdan çok, o yörede

yaşayan halkın hayvanlarını kolaylıkla beslemek ve kışlık yakacak ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla genellikle Haziran ayı başından Ağustos ayının sonuna kadar yaşadıkları yer olmuştur. Yöre halkınca yaylaya çıkma, doğal ve ekonomik nitelikleri olmasının yanı sıra, kültürel ve sosyal olgu olarak da büyük önem taşımaktadır. Yaylaya çıkmak, yüzyıllardan bu yana gelenek haline gelmiştir ve yöre kültüründe bu geleneğin en belirgin ifadesi de, yaylaya çıkılan dönemlerde binlerce kişinin katılımıyla düzenlenen yayla şenlikleridir.

Günümüzde büyük şehirlerde yaşayan insanların şehrin gürültüsü ve kirliliğinden kaçıp, doğal güzelliklere sahip sessiz alanları tercih etmelerinin doğal bir sonucu olarak, özellikle kışı şeridindeki tatil yörelerinin sıcak ve nemli havasına karşılık yaylaların çok çeşitli bitki örtüsüne sahip olması, ormanları, krater gölleri, ırmakları, dereleri, tarih, kültürel ve arkeolojik değerleri, dağ ve doğa yürüyüşleri, rafting, kış sporları, av ve spor olka balıkçılığı, cim kayağı, şifalı suları, yayla şenlikleri ve el sanatları gibi değerleri taşıması nedeniyle turizm çekim merkezi olmalarına olanak sağlamaktadır (Canalıoğlu 1995, s. 3).

Yayla turizminin sahip olduğu potansiyel zenginlikler yukarıda sözü edilen alternatif turizm çeşitleriyle bir bütün olarak ele alındığı zaman, Türkiye'de turizmin çeşitlendirilmesi ve turizm hareketlerinin bütün bir yıla yayılması mümkün olabileceği gibi, dünya turizm hareketlerinde söz sahibi olan Akdeniz ve Avrupa Birliği ülkelerinde yaylacılık geleneğinin olmaması da ülkemiz turizm sektörü açısından büyük bir şanstır (İmre ve Gürbüz 1994, s. 163).

Yayla turizminin sahip olduğu potansiyel zenginlikler alternatif turizm çeşitleriyle bir bütün olarak ele alındığı zaman, Türkiye'de turizmin çeşitlendirilmesi ve turizm hareketlerinin bütün bir yıla yayılması mümkün olabilecektir.

İsmail Kızılırmak: Lisans, Çukurova Üniversitesi İİBF Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (1987); yüksek lisans, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı (1990); doktora, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı (halen Öğrenci), Karadeniz Teknik Üniversitesi Trabzon Meslek Yüksek Okulunda öğretim görevlisi.

Ülkemizde alternatif turizm çeşitleri kapsamında ele alındığında yayla turizminin günümüze kadar yeterince gelişmemesininin temel nedenleri arasında tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yetersiz olması, altyapı yatırımlarının yok denecek kadar az olması ve istenilen düzeyde turizm işletmesinden yoksun bulunmasıdır.

İL ADI	YAYLA ADI
Sinop	Güzfındık-Bozarmut, Kurugöl, Akgöl
Ordu	Keyfalan, Çambaşı, Turnalık, Perşembe, Argın, Boztepe Mevkii
Giresun	Bektar, Kümbet, Yavuzkema1, Melikli Ovası, Evliya Düzü , Ayraç Mevkii, Honolan (Kulakkaya) Mevkii, Anastos, Tamzora, Çatrak
Trabzon	Kirazlı, Lapozan, Salma, Manavra, Çakırgöl, Livayayla, Cami Boğazı, Haçkalı Oba, Erikbeli, Saz Alanı, Sis Dağı, Kadırga, Çatma Obası, Karadağ, Hıdırnebi, Kuruçam, Uzungöl, Pazarcık.
Rize	Ayder, Aşağı ve Yukarı Kavran, Baş Yayla, Anzer, Çağırankaya, Göl Yayla, Rüzgürlü Köyü Yaylası, Çayrakar, Elevit.
Artvin	Bilbilan, Şavsat-Karagöl, Kafkasör, Borçla-Karagöl, Karanlık Meşe, Kaçkar Dağı, Yaylalar Köyü.
Gümüşhane	Zigana (Kaya Merkezi) Yaylası, Altıntaşlar, Şiran-Tomara Şelalesi, Çampiknik.
Bayburt	Şiran Dağı (Kaya Merkezi), Sultanmurat, Soğanlı Yaylaları.

TABLO-1: Karadeniz bölgesindeki yaylaların listesi

Bütün bu olumlu gelişmelerin sonucunda Karadeniz Bölgesi'nin sahip olduğu yaylaların en verimli şekilde turizmin çeşitlendirilmesi kapsamında ülke turizmine kazandırılabilmesi amacıyla bir dizi çalışma başlatılmıştır. Yapılan çalışmaların sonucunda, Karadeniz Bölgesi'nde tespit edilen ve turizm merkezi ilan edilerek, 1/

25.000 ölçekli imar planları yapılan yaylalar Tablo 1'de görülmektedir.

Ülkemizde alternatif turizm çeşitleri kapsamında ele alındığında yayla turizminin günümüze kadar yeterince gelişmemesininin temel nedenleri arasında tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yetersiz olması, altyapı yatırımlarının yok

denecek kadar az olması ve istenilen düzeyde turizm işletmesinden yoksun bulunmasıdır.

III. ÖNERİLER

Yayla turizminin gelişebilmesi, sorunların en kısa zamanda çözüme kavuşturulmasıyla mümkün olabilecektir. Bu amaçla;

1. Şu anda yayla turizmine yönelik olarak varolan iç turizm talebinin yanı sıra yapılacak olan etkin tanıtım ve pazarlama çalışmalarıyla dış turizm talebinin de oluşturulması sağlanmalıdır.

2. Altyapı tesislerindeki yetersizliğin bir an önce tamamlanarak, yaylaların turizm faaliyetlerine açılması gerekmektedir. Altyapı yatırımları içerisinde en önemlisini oluşturan, ulaşımı kolaylaştıracak yol çalışmalarının bir an önce bitirilmesi gerekmektedir.

3. Yaylalarda ortaya çıkacak konaklama ihtiyacı için mevcut evlerin yöre mimarisine uygun olarak restore edilmesinin teşvik edilmesi ve maddi gücü yetersiz yöre halkına uygun kredilerin sağlanması gerekmektedir.

4. Yayla turizminin gelişmeye başlamasıyla birlikte, yörede betonlaşmaya dayalı çok katlı ikinci ev yapımının hızla arttığı söylenebilir. Yerel yönetimler tarafından alınacak kararlarla bu yapılaşmaya izin verilmemelidir.

5. Yaylalarda mülkiyet sorunlarının bir an önce çözüme kavuşturulabilmesi için ilgili bakanlıklar arasında koordinasyonun sağlanması gerekmektedir.

6. Yöre halkının ekonomik gelir düzeyinin yükselmesine, aynı zamanda gelecek olan turistlerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik tesislerin yapımının özendirilmesi ve kredi verilmesi gerekmektedir.

7. Turizm hareketlerinin gelişmeye başlamasıyla birlikte, doğa ve çevre kirliliği ile ilgili önlemlerin alınması gerekmektedir.

8. Yöre halkının turizm konusundaki bilgilerinin artırılabilmesi amacıyla eğitim ile ilgili çeşitli faaliyetlerin oluşturulması gerekmektedir.

9. Yayla turizmine yönelik çalışmalarda, yöre halkıyla işbirliğine önem verilmesi gerekmektedir.

IV. SONUÇ

Sonuç olarak, yayla turizminin geliştirilmesi amacıyla yapılacak çalışmalarda çevre kirliliğini ve betonlaşmayı hızlandıracak hatalara düşülmemesi gerekmektedir. Yapılacak olan planlar ve yürütülecek çalışmalar sistemli bir şekilde gerçekleştirilmelidir. Yayla turizminin gelişmesi, Türkiye'ye döviz girişini arttıracak gibi, ülke turizminin de bütün bir yıla ve ülkeye yayılmasına olanak verecektir. □

KAYNAKÇA

ÇETİN, İhsan (1992), "Doğu Karadeniz Bölgesi Turizmi", **Doğu Karadeniz Turizmi Konferans-Workshop, 22-25 Haziran 1992**, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.

VAR, Mustafa (1992), "Trabzon ve Rize İllerinde Rekreatif Değeri olan Yaylaların Turizm Açısından İncelenmesi", **Doğu Karadeniz Turizmi Konferans-Workshop, 22-25 Haziran 1992**, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.

CANALIOĞLU, Volkan (1995), *Yayla Turizmi, Karadeniz Gazetesi*, 30.10.1995.

İMRE, Nurettin ve Ahmet GÜRBÜZ (1994), "Turizmin Çeşitlendirilmesi Projesi Kapsamında Yayla Turizmi Sorunları, Çözüm Önerileri ve Niksar Çamıçığı Yaylası", **Turizm Yıllığı 1994**, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını, Ankara.

BAKIRCI, Mehmet (1992), "Doğu Karadeniz Bölgesinin Turizme Kazandırılması" **Doğu Karadeniz Turizmi Konferans-Workshop, 22-25 Haziran 1992**, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.

Yayla turizminin gelişmesi, Türkiye'ye döviz girişini arttıracak gibi, ülke turizminin de bütün bir yıla ve ülkeye yayılmasına olanak verecektir.

Türkiye'de turizmle ilgili yasaların doğal çevreye etkileri

MEHMET ARSLAN

I. GİRİŞ

Dünya turizmi ve buna paralel olarak Türkiye turizmi tarihinin bunalımlı dönemine yaklaşmaktadır. Özellikle 1980'lerden sonra Dünya turizm hareketlerinin ve turizm merkezlerinin gelişimi incelendiğinde, dünyada bu büyük turizm kitesinin ihtiyaçlarına cevap verecek yeni turizm merkez veya kaynaklarının hızla tükenişi ve hatta sonuna geldiği görülmüştür. Buna İspanya, Fransa ve İtalya gibi ülkelerdeki çekiciliğini yitiren eski turizm merkezleri de eklenirse olayın boyutu daha açık bir şekilde ortaya çıkar.

Türkiye açısından durum Dünya genelinden pek farklı değildir. Başlangıçta "Deniz-Kum-Güneş" teması ile Ege ve Akdeniz kıyılarını turizme açan Türkiye 1980'lerin sonunda ve 1990'lann başlannda diğer turizm türlerine de önem vermiş; özellikle, son iki yılda rafting, dağ turizmi, yaya turizmi öne çıkarılmıştır.

Bütün bu gelişmeler olurken, turizmin ve turistik yoğunlaşmanın getirdiği çevre sorunları da Türk Turizminin ve Türkiye'nin yasal, politik ve ekonomik düzeyde mutlaka ilgilenmesi gereken bir konu olarak ortaya çıkmıştır. İşte bu çalışma kapsamında, Türkiye'deki turizmle ilgili mevcut kanunların doğal çevreye etkisi incelenmeye çalışılacaktır.

II. ÇEVRE KAVRAMI, ÇEVRE BİLİNCİNİN GELİŞİMİ VE ÇEVREYİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Çevre sorunları (dolayısıyla çevreyi) kavramını doğru kavrayabilmek için çevre kavramı ve onunla ilgili olarak çok sık telaffuz edilen ekoloji ve ekosistem kavramlarını doğru tanımlamak gerekmektedir. Ekoloji, Alman Biyologu Ernest

Haeckel tarafından ortaya atılmış bir kavram olup konut ya da ev bilimi olarak ifade edilmiştir (Görmez 1991, s.5).

Başlangıçta biyolojinin bir alt dalı olarak ortaya çıkan ekoloji, canlıların birbirleriyle ve çevreleriyle olan ilişkilerini inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlanır (Kışlalıoğlu, Berkes 1991, s. 4). Buradan hareketle ekosistemi; insan ve diğer canlıların bir arada, uyum ve denge içinde varlık ve gelişmelerini sürdürebilmeleri için var olan şartların tamamı olarak tanımlanabilir (Görmez 1991, s. 5).

Ekoloji ve ekosisteme kısaca değindikten sonra çevreyi şu şekilde tanımlayabiliriz: Caldwell'in kitabında çevre, sözlük anlamıyla "birbiri ile ilişkili şeyler (nesnelere) şartlar ve etkiler toplamı" olarak tanımlanmaktadır. Çevre, kavram olarak da sadece birbiri ile ilişkide bulunan nesnelere değil insanı çevreleyen herşey olarak tanımlanmaktadır (Caldwell 1971, s. 5).

Webster sözlüğü çevreyi "bir organizmanın yaşama ve gelişmesini etkileyen tüm dış şart ve faktörler toplamı" olarak tanımlamaktadır (Görmez 1991 s. 7).

Son olarak, çevrenin fiziki ve kültürel özelliklerini kavrayan bir tanım verelim: İnsan merkezli bir bakış açısıyla bakıldığında da çevre, insanı etkileyen "dış" koşulların bütünü olarak tanımlanır. Bu dış koşul ve faktörlerin toplamı insan üzerinde dolaylı ya da dolaysız, hemen ya da süreç içinde etkide bulunabilecek fiziksel, biyolojik, kimyasal ve toplumsal nitelik gösterebilen "dış" etkenlerdir (Özdek, 1993, s. 57).

III. EKOLOJİNİN TARİHİ GELİŞİMİ

Ekolojik akımların başlangıcı ilk çağlara dayanmaktadır. Antropolojik çalış-

ABSTRACT

THE EFFECT OF TOURISM LAW TO THE NATURAL ENVIRONMENT IN TURKEY

In this study, what the effects of tourism law to the natural environment in Turkey are examined. By examination, it has been observed that there have been an increase in the law arrangements towards relationships between tourism and natural environment in Turkey last years. The increase mentioned above, has the same trend with Turkish tourism.

Mehmet Arslan, Gazi University Faculty of Tourism and Trade, Department of Tourism, Ankara, Turkey.

Mehmet Arslan: Lisans, Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Turizm Bölümü (1987); yüksek lisans, University of New Haven (Finansman); doktora, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı (halen öğrenci). Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesinde araştırma görevlisi.

malar sonucu ortaya çıkan yazıtlarda çevreye değinildiği görülmüştür (Bramwell 1989, s. 22). Çevre sorunları insanın üreticilik faaliyetiyle, yani insanla birlikte başlamıştır.

Ekoloji 20. yy. sosyalizm, muhafazakarlık gibi bir politik gruba oluşturulmuştu. Bu açıdan bakıldığında (ekolojist) günümüzde olduğu gibi partileri, politikaları veya hükümetleri tanımlamakta kullanılabilirler ya da ideolojiyi tanımlarlar.

Başlangıçta çevre korumacılığı ile ekolojinin eş anlamlı gibi görülmesine karşın 20. yy'da çevre korumacılığı ile ekoloji birbirinden ayrılmıştır. Konservatif görüş etkinliği yani tabiat üzerinde akılcı insan hakimiyetini savunmuştur; oysa ekoloji teknolojinin sınırlılıklarından bahsetmekte ve "insan tabiat üzerinde ne kontrol sağlayabilir ve ne de ona dikta edebilir" demektedir.

Çağdaş ekolojik hareketle korumacı hareket arasındaki farklar şöyle sıralanabilir:

1. 1960'lı yılların ortalarından günümüze kadar olan ekolojik hareket kirliliğe karşı olanlardan nükleer enerji ve zehirli artık karşıtlarını kapsayan büyük oranda politik ve ideolojik perspektife sahiptir. Anti teknoloji boyutları vardır.

2. Ekoloji, korumacılar gibi sadece kirlenme merkezlerinden çok uzaktaki orman ve yaban hayatını korumakla yetinmez, aynı zamanda global canlı kürenin idamesinde (Başarısında) bir parça olarak vahşi (doğal) hayatın korunmasına yöneliktir.

3. Yeni çevreci gruplar (ekolojistler) özel yatırım kararlarının ve ekonomik büyümeyi harekete geçiren üretim sisteminin mantığını sorgulamaktadırlar,

4. Çevreciler (ekolojistler) gelişmiş toplumların tüketim stillerini sorgulamakta ve eleştirmektedirler (Paehlke 1989, s. 20-22).

IV. ÇEVRE SORUNLARININ SEBEPLERİ

Genel olarak çevre sorunlarının temel sebebi zihniyet olarak söylenebilir. Ekosistemin bozulması, ekosistemin parçalarının insanoğlu tarafından bilerek ya da bilmeyerek yanlış kullanımından kaynaklanmaktadır.

İnsanın doğaya egemen olma çabasının insanlığın varoluşu ile ortaya çıktığı söylenebilir. Ancak Bacon'la başlayan dönemden sonra bu çabaların oldukça bilimsel temellere oturduğu da bilinmektedir. Bacon'ın "doğayı insan gereksinmelerine ve faydasına uygun bir biçimde kullanmak" olarak ifade edilen amacı bilim dünyasında bir dönüşümü başlatmıştır.

17. yy. fizik ve siyaset felsefesinde ortaya çıkan düşünceler daha sonraki dönemlerde batı toplumlarının sanayileşme sürecinde sahip oldukları anlayışlarda etkili oldu ve kapitalizmin gelişme dönemlerinde "en az maliyetle en çok kar" felsefesi doğanın acımasızca tahribini beraberinde getirdi. Ama tahrib olan sadece tabiat da değildi.

Çevre sorunlarının sürekli artmasına sebep olan faktörlerden birisi de mevcut tüketim alışkanlıkları ve tüketimin sürekli kamçılanmasıdır. Kapitalist iktisat felsefesinin temelini teşkil eden bu anlayış günümüz toplumlarına günlük hazlar aşılıp bunların yarattığı hasara karşı kayıtsız kalmaktadır (Görmez 1991, s. 10-12).

Çevre kirliliğine sebep olan diğer faktörleri detaylı bir şekilde açıklamak bu çalışmanın kapsamını aşacağından onları kısaca sıralamakla yetineceğiz. Bu sebepler;

- Nüfus artışı,
- Sanayileşme,
- Kentleşme, ve
- Turizm'dir.

Dünya turizmi ve buna paralel olarak Türkiye turizmi tarihinin bu dönemde yaklaşmaktadır. Özellikle 1980'lerden sonra dünya turizm hareketlerinin ve turizm merkezlerinin gelişimi incelendiğinde, dünyada bu büyük turizm kitlesinin ihtiyaçlarına cevap verecek yeni turizm merkez veya kaynaklarının hızla tükendiği ve hatta sonuna gelindiği görülmektedir.

V. ÇEVRE İLE İLGİLİ HUKUKSAL DÜZENLEMELER

Bir toplumsal olgu olarak çevre sorunları, sosyal yaşam içinde çeşitli düzeylerde ortaya çıktıktan bu yana, ağırlıkları ile orantılı biçimde hukuk yaşamına da yansımışlardır. Hukuk, toplumsal yaşamı düzenleyen kurumların bir türü olarak ilkece, toplumsal yaşamda meydana gelen gelişmeleri izler, ona kurallar geliştirir. Hukukun bu temel özelliği çevre sorunlarında da kendini göstermiş, çevre sorunlarını günün içindeki önem ve ağırlığına koşut olarak, değişik dönemlerde, farklı içeriklerde çeşitli kurallar çevre sorundan doğan ilişkileri yönlendirmiştir. Hukuk, bu niteliği gereği toplumsal ilişkilerin gerisinde gider (Özdek 1993, s. 63-64).

VI. TÜRKİYE'DE EKOLOJİ BİLİNCİNİN GELİŞİMİ VE ÇEVRE İLE İLGİLİ DÜZENLEMELER

Türkiye'de sanayileşme ve onun getirdiği çevre kirlenmesi olgusu, 1970'lerin başında su, deniz ve hava kirlenmesi konularında başlamış, sanayileşmenin hızlı olduğu bölgelerde etkin denetimin yapılmaması, yanlış yerleşme, plansızlık, denetimsizlik, yanlış parselasyon, aşırı nüfus artışı gibi nedenlerle son yıllarda giderek yoğunlaşmıştır (Çevre sorunları: TOBB 1991, s. 38).

Türkiye'de çevre ile ilgili hareketler başlangıçta, Umumi Hıfzısıhha Kanunu, Belediye Kanunu ve Köy Kanunu gibi hukuki düzenlemelerle başlamıştır. Planlı dönemlerde çevreye ve korunmasına yer verilmiştir. 1972 yılında yapılan Stockholm Çevre Konferansı Türkiye'de çevreye duyarlılığı arttırmıştır (Görmez 1991, s. 84-86).

Bu bölümde çevre ile ilgili yasal düzenlemeleri ana hatlarıyla incelemeye çalışacağız. Bunlar:

1. Politika düzeyinde çevre ile ilgili düzenlemeler

Türkiye 1972 Stockholm konferansından bu yana uluslararası gelişmelere paralel olarak kalkınmasını çevrenin korunması, muhafazası ve gelecek nesillere zenginleştirerek intikalini sağlayacak bir modeli benimsemektedir. Takip eden kalkınma planlarında çevre değerlerine ve bunların gelecek nesillere mümkün olduğunca doğal bir şekilde aktarılması ilkesi vurgulanmıştır.

Türkiye planlı dönemdeki çevre politikalarının incelenmesi sonucu ortaya çıkan tabloda; çevre kirliliği sorununu gittikçe daha gerçekçi teşhisler konulduğu ve sorunu çözmeye yönelik olumlu adımlar atıldığı görülmektedir. Bu ise politika yapanların konuya daha ciddi bir şekilde yaklaştıkları ve bu alandaki gelişmelere kapalı olmadıklarını göstermesi açısından önemlidir.

2. Anayasa düzeyinde çevre ile ilgili düzenlemeler

Türkiye'de anayasal düzeyde çevre hakkını tanıyan hükümler 1982 Anayasası'nda yer almıştır. 1961 Anayasa'sında direkt çevre hakkından bahsedilmemekte dolaylı maddelerle atıfta bulunmaktadır (Özdek 1993, s. 123).

1982 Anayasası çevre konusunda doğrudan düzenleme yapılan ilk Türk Anayasasıdır. Başta 56. madde olmak üzere, 63. madde (Kültür ve Tabiat Varlıklarının Korunması), 43. madde (Kıyıların Korunması), 45. madde (Tarım Arazilerinin Amaç Dışı Kullanılmasının Önlenmesi), 52. madde (Konut Hakkı), 169. madde (Ormanların Korunması), doğrudan çevreye yönelik düzenlemeleri içermektedir. Çevre Kanununa kaynaklık eden 56. maddede "herkes, sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir" denmektedir (Görmez 1991, s. 120).

Bir toplumsal olgu olarak çevre sorunları, sosyal yaşam içinde çeşitli düzeylerde ortaya çıktıktan bu yana, ağırlıkları ile orantılı biçimde hukuk yaşamına da yansımışlardır.

3. Yasal düzeyde çevre hakkı

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde çevre sorunlarına yönelik yasal düzenlemelerin diğer yasalar içinde yer aldığı görülmektedir. Çevre sorunları sanayileşme ile ortaya çıktığından Osmanlı döneminde bu konu, daha çok orman ve arazi düzenlemesi ve doğanın korunması konularına yönelmiştir. Cumhuriyet döneminde ise genel olarak çevre ile ilgili yasal düzenlemeleri kapsayan 23 dolayında yasa vardır (Çevre Sorunları, TOBB 1991, s.40).

Türkiye'deki (turizmle ilgili) yasalar ve bunların çevreye etkisi gelecek bölümde çok detaylı bir şekilde inceleneceğinden şimdilik bu kadar bilgi ile yetineceğiz.

VII. TÜRKİYE'DE TURİZMLE İLGİLİ YASALARIN ÇEVREYE ETKİSİ

Son 10 yıl içerisinde Dünya turizmine paralel olarak ülkemizde turizm örgütlenmesi, işletmesi ve yapılaşması büyük ilerlemeler kaydetmiştir. Başlangıçta deniz, güneş ve kum temasına ağırlık veren ve kıyılarda yoğunlaşan turizm hareketleri son birkaç yıl içerisinde çeşit olarak artırılmış ve yurt sathına yayılması amaçlanmıştır.

Turizmin kısa sayılacak bir süre içerisinde böylesine çeşit ve mekan olarak gelişmesi birtakım sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu sorunların nedenleri ekolojik dengeyi koruyacak hukuksal yapı boşluğu ve politika yapıcılarının ve kanun koyucularının çevre konusuna gereken hassasiyeti göstermemeleridir.

Çalışmamamızın bu bölümünde Türkiye'de turizmle ilgili kanunların çevreye etkisini inceleyeceğiz.

1. Yasaların çevre politikasının oluşmasına etkileri

Türkiye'de çevrecilik hareketleri ve duyarlılığı 1972'de yapılan Stockholm konferansından büyük oranda etkilenmiştir.

Ancak 1982'ye kadar çevre ile direkt ilgili bir kanun çıkarılmamış, çevre korumacılığına sağlık koruması çerçevesinde yaklaşmıştır.

1930 yılında yürürlüğe giren 1593 sayılı Umumi Hıfzısıhha Kanunu çevre politikalarının belirlenmesinde en önemli yere sahiptir. Söz konusu kanunun 10. maddesinde uygun çevre politikası geliştirmenin devletin görevi olduğu belirtilmiştir.

Yine aynı yıllarda yürürlüğe giren Belediye Kanunu kitle sağlığı koruması çerçevesinde çevre korumasını yerel idarelere bırakmıştır. 1937 yılında yürürlüğe giren Orman Kanunu ve 16.12.1960 yılında yürürlüğe giren "Yeraltı Suları Hakkında Kanun" söz konusu doğal kaynakları devletleştirmiş ve kurallara bağlamıştır.

1972 Stockholm konferansı ve ülkemizde gelişen çevre duyarlılık 1982 Anayasasında çevre ile ilgili doğrudan düzenleme (56. madde) yapılmıştır. "1982 Anayasasında çevre ile ilgili birkaç maddenin yer almasıyla başlayan bu dönem, hemen ardından 1983 yılında Çevre Kanunu, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, Boğaziçi Kanunu gibi düzenlemelerin yapılması ile sürmüştü ve kısa süre içerisinde çevre ile ilgili her alanda yeni kanuni düzenlemeler yapılmıştır (Görmez, 1991: 120).

Yukarıda sayılan üç kanunun çıkarılmasında Anayasanın ilgili maddeleri tek başına nedendeğildir. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu (12.3.1982) politikaların bu yönde gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Kanunun amacı, "Turizm sektörünü düzenleyecek, geliştirecek dinamik bir yapı ve işletmeye kavuşturacak tertip ve tedbirlerin alınmasını sağlamaktır" şeklinde belirlenmiştir. Kanunun ikinci maddesinde belirlenen kapsama uygun olarak doğal kül, türel ve tarihi kaynakların bulunduğu merkezlerde belgeli tesislere izin almaları kaydıyla işletme hakkının verilebileceği (md. 6) sınırları Turizm

Türkiye'de çevre ile ilgili baskın başlangıçta, Umumi Hıfzısıhha Kanunu, Belediye Kanunu ve Köy Kanunu gibi hukuki düzenlemelerle başlamıştır. Planlı dönemlerde çevreye ve korunmasına yer verilmiştir.

Bakanlı'nın önerisi ve Bakanlar Kurulu kararı ile tesbit ve ilan edilen Turizm Bölgeleri (md. 3) içerisinde kalan hazineye ait taşınmaz malların (ormanlar, kıyılar, yaylalar gibi) turizm amaçlı kullanıma tahsisini (md. 8) öngören maddelerle ve bu hükümlerin uygulamasında diğer kanunlar arasında koordinasyon sağlamak amacıyla 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu (9.8.1983), 2. maddesinde "Turizm bölge alan ve merkezleri dışında kalan milli parklar ve tabiat parklarında kamu yararı olmak şartıyla ve plan dahilinde, turistik amaçlı bina ve tesisler yapmak üzere gerçek ve özel hukuk tüzel kişileri lehine Maliye Bakanlı'nın görüşü alınarak Tarım ve Orman Bakanlı'na izin verilebilir..." Kısaca milli park alanlarında turizm işletmeleri kurulup işletilebilir demektir. Yine 3621 sayılı, 4.4.1990 tarihli Kıyı Kanunu'nun 7. Maddesinde sözkonusu bölgelerin turizm amaçlı kullanımının Turizmi Teşvik Kanunu'nun 7. maddesine göre yapılacağını öngörmektedir.

Turizmi Teşvik Kanunu ve bununla ilgili olarak daha sonra düzenlenen Milli Parklar Kanunu ve Kıyı kanunu ekonomik zorunluluklar, özellikle döviz ihtiyacı ileri sürülerek turizme büyük kolaylıklar sağlanmıştır. Böylesine müsamahakar bir hukuksal ortamda faaliyette bulunan, en önemli hedefi kar maksimizasyonu olan turizm işletmelerinin çevreye verilebilecekleri zararları önleyebilmek için başta Çevre Kanunu, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, Boğaziçi Kanunu, Milli Parklar, Kıyı Kanunu ve ilgili diğer yönetmelikler yürürlüğe konulmuştur.

Olaya turizm işletmeciliği ve Turizm Teşvik Kanunu açısından bakıldığında, bu kanunun politikacıları doğabilecek olumsuz çevre sorunlarına karşı uygun politikalar geliştirmesi ve tedbirleri alınması konusunda etkilediği söylenebilir.

2. Yasaların çevre planlama ve tasarımına etkileri

Turizmle ilgili yasaların çevreye olan en önemli etkileri, olumlu ve olumsuz

planlama ve tasarım alanlarında kendini göstermektedir.

Kuşkusuz çevre planlaması ve tasarım (düzenlemesi) ile ilgili en önemli yasa çevre kanunudur: Nitekim çevre kanununun "amacını düzenleyen birinci madde"sine bakıldığında kanunun oldukça geniş bir biçimde belirlenen amaçlara sahip olduğu görülür.

Yine Çevre Kanunu'nun 9. maddesine göre "Bakanlar Kurulu, ülke ve dünya ölçeğinde ekolojik önemi olan çevre kirlenmeleri ve bozulmalarına duyarlı alanları, tabii güzelliklerin ileriki nesillere ulaşmasını emniyet altına almak üzere gerekli düzenlemelerin yapılabilmesi amacıyla, "Özel Çevre Koruma Bölgesi" olarak tesbit ve ilan etmeye, bu alanlarda uygulanacak koruma ve kullanma esasları ile plan ve projelerin hangi bakanlıkça hazırlanıp yürütüleceğini belirlemeye yetkilidir" demektir. Yani çevresel planlama ve düzenleme yetkisinin devlete ait olduğunu ve devletin bundan sorumlu olduğunu belirtmektedir.

Milli Parklar Kanunu çevresel planlama ve düzenleme ile ilgili kararların bakanlıklararası koordinasyon ve işbirliği (karşılıklı onay) ile gerçekleştirilebileceğini söylemektedir.

Planlama ile ilgili 4. maddesinde, Milli parkların koruma ve kullanma amaçlarını gerçekleştirmek üzere, kuruluş, geliştirme ve işletilmelerini kapsayan gelişme planı, ilgili bakanlıkların olumlu görüşleri ve gerektiğinde fiili katkılarıyla, Tarım ve Orman Bakanlı'na hazırlanır ve yürürlüğe konur hükmü getirilmektedir.

3. madde hükümleri uyarınca tabiat parkı, tabiat anıtı ve tabiatı koruma alanı olarak belirlenen yerler için gerekli planlar, Kültür ve Turizm Bakanlı'nın görüşü alınarak Tarım ve Orman Bakanlı'na hazırlanır ve yürürlüğe konur.

Bu kanun kapsamına giren yerlerdeki turizm bölge, alan ve merkezlerinde, turizm

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde çevre sorunlarına yönelik yasal düzenlemelerin diğer yasalar içinde yer aldığı görülmektedir. Çevre sorunları sanayileşme ile ortaya çıktığından Osmanlı döneminde bu konu, daha çok orman ve arazi düzenlemesi ve doğanın korunması konularına yönelmiştir

yatırımlarına ilişkin plan kararları Tarım ve Orman Bakanlığı'nın görüşü alınarak sonuçlandırılır.

Görüldüğü gibi, bu kanun bakanlıklararası koordinasyonu sağlamaya yönelik ilkeler getirmektedir.

3621 sayılı Kıyı Kanunu'nun büyük bir bölümü planlama ve yapılanma ile ilgili hükümlerden oluşmaktadır. Söz konusu kanunun kapsamını belirten 2. maddesinde "... deniz, tabii ve suni göller ve akarsu kıyıları ile deniz ve gölleri kıyılarını çevreleyen sahil şeritlerine ait düzenlemeleri ve bu yerlerden kamu yararına yararlanma imkan ve şartlarına ait esasları kapsar" denilmektedir. Yine Kanunun ikinci bölümünde kıyı, kıyı kenar çizgisi, sahil şeridi, planlama ve yapılanma, kıyının korunması, yapı yasağı ve kıyıda yapılacak yapılarla ilgili esaslar getirilerek kanun kapsamındaki bölgelerde planlama ve tasarımı yön verilmektedir.

Kıyıların turizm amaçlı kullanımı ve tahsisi ile ilgili planlar konusunda kanunun 10. maddesi şu hükmü getirmektedir. "Kıyıda ve sahil şeridindeki planlar bu kanunun ve buna dayanılarak çıkarılacak yönetmeliğin hükümlerine aykırı olamaz. Bu yerlerde düzenlenen planlardan, imar mevzuatı veya yerin özelliği dolayısıyla 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu kapsamına girenler, anılan kanunun 7. maddesine göre onaylanarak kesinleşir".

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun 7. maddesi ise şöyledir: "Turizm bölgelerinde ve turizm merkezlerinde bakanlıkça yapılan veya yaptırılan ve imar (Bayındırlık) ve İskan Bakanlığı'nca sunulan planlar 6 ay, haritalar ve kıyı kenar çizgisi 2 ay içinde onaylanır.

Bakanlık (Turizm Bakanlığı), turizm planlarında ve turizm merkezlerinde Bayındırlık ve İskan Bakanlığı'nca onaylı vazım imar planlarına uygun olarak, turizm amaçlı imar uygulama planlarını tadil etmeye ve onaylamaya yetkilidir.

Zaten Turizmi Teşvik Kanunu'nun amacına (Md. 1), bakıldığında bu kanunda çevre planlamasından ziyade turizm için çevre planlaması sözkonusu olduğu görülmektedir. Özetle, Turizmi Teşvik Kanunu çevre koruması ile ilgili en olumsuz hükümleri içeren kanun olarak ortaya çıkmaktadır.

2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu çevre planlama ve düzenleme konusunda oldukça duyarlı bir yapı arz etmektedir.

Kanunda, kültür ve tabiat varlıklarının tanımı yapılarak bunların korunması ile ilgili esaslar düzenlenmiştir (Görmez 1991, s.126).

Bu kanunun diğer özelliği de kültür ve tabiat varlıklarının hangi bakanlığın yetki ve sorumluluğundaki alanda olursa olsun, mutlaka amacına uygun olarak korunmasını öngörmesi ve istisnalara yer vermemesidir (md. 10).

Yukarıda çeşitli kanunlara dayanılarak yapılan açıklamalardan çıkan sonuç, Türkiye'de çevre planlaması ve düzenlemesinde genel ilke "yapılacak düzenlemeleri ve alınacak önlemleri, ekonomik ve sosyal kalkınma hedefleriyle uyumlu olarak" hukuki ve teknik esaslara bağlanması başta Anayasa olmak üzere Çevre Kanunu'nda ve Turizmi Teşvik Kanunu'nda yer alması nedeniyle çevrenin ekolojik değerinin korunmasına yönelik kesin çözümler getirilmemiş "kirleten öder" şeklindeki kapitalist zihniyeti kabul etmiştir.

3. Yasaların mevcut çevre değerlendirmesine katkıları

Çevre ile ilgili politika geliştirirken veya kanun teklifi yapılması (çıkartılması) sürecinde çevrenin hali hazırdaki durumu çeşitli nedenlerde değerlemeye tabi tutulur. Bunlar:

1. Yapılacak değişiklikler için plan geliştirmeden önce çevrenin kalitesi hak-

Türkiye'de çevrecilik hareketleri ve duyarlılığı, 1972'de yapılan Stockholm konferansından büyük oranda etkilenmiştir. Ancak 1982'ye kadar çevre ile direkt ilgili bir kanun çıkarılmamış, çevre korunmasına sağlık koruması çerçevesinde yaklaşılmıştır.

kında cari durum tesbiti veya temel verileri belirlemek,

2. Mevcut problemlerin, karakteristiklerinin yer ve boyutunu belirlemek,

3. Zamanla oluşabilecek çevre kalitesindeki değişiklikleri gözlemek,

4. Gelecekte olması muhtemel çevre kalitesi tahminine temel olacak bilgiler sağlamak (Zube 1980, s.61).

Bu bölümün amacı da Türkiye'deki turizmle ilgili kanunların çevre değerlemelerine yaklaşımlarını yukarıdaki ilkeler ışığında incelemektir.

Çevre korumasına yönelik çevresel değerlendirme hükümleri en geniş şekliyle Çevre Kanunu'nda yer almıştır. Çevre Kanunu'nun merkezi ve mahalli idare bölümleri ve görevleri ile ilgili 4. maddesi ile çevre kirliliğine yol açan işletmeleri faaliyet kolları itibariyle gruplandırmak ve Bakanlar Kurulu kararına sunmak üzere merkez çevre kurulu kurulmuştur.

Çevresel etki değerlemesinin kapsamı kanunun 10. maddesinde açıklanmaktadır. Kanunun soruna yaklaşımı belirli bölgelerle kurulacak herhangi bir işletmenin o yöredeki çevreye yapabileceği muhtemel etkilerini değerlemeye yöneliktir.

Çevre değerlemesi ile ilgili en geniş hükümler getiren kanunlar sırasıyla: 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 2684 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, 2960 sayılı Boğaziçi Kanunu ve 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu'dur. Şimdi sırasıyla bu kanunların çevre değerlemesine nasıl baktıklarını inceleyelim.

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun 2. maddesine göre Kanunun kapsamı "turizm hizmeti ile bu hizmetin gereği turizm bölgeleri turizm alanları ve turizm merkezlerinin tesbiti ve geliştirilmesine ilişkin hükümleri kapsar" şeklinde belirlenmektedir. Ancak bu değerlemede amaç ve kriterler kanunun 4. maddesinde çevresel

ekonomik anlamda faydalanmayı ön plana çıkaran bir çevre değerlemesini öngörmektedir.

Çevre değerlendirme ile yakından ilgilenen diğer bir kanunda 2863 sayılı Kültür Ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'dur. Kanunun 6. maddesinde korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları sıralanmıştır.

Ancak, yüksek kurulca mimari, tarihi, estetik, arkeolojik ve diğer önem özellikleri bakımından korunması gerekli bulunmadığı karar altına alınan taşınmazlar, korunması gerekli taşınmaz kültür varlığı sayılmazlar. Buna göre herhangi bir taşınmazın korunma şartı yetkili organların onayına bağlanmıştır.

Ayrıca kanunda kültür ve tabiat varlıklarının tanımı yapılarak (md. 3) bunların korunması ile ilgili esaslar düzenlenmiştir.

Kanunun çevresel değerlendirme ile ilgili diğer önemli bir hükmü de haber verme zorunluluğunu açıklayan 4. maddesidir. Buna göre özel ve tüzel kişiler malik oldukları alanda buldukları kültür ve tabiat varlıklarını üç gün içinde en yakın müze müdürlüğüne veya mülki amire bildirme zorunluluğu getirmiştir.

Görüldüğü gibi kültür ve tabiat varlıklarını koruma kanunu çevre korumaya yönelik değerlendirme yaklaşımına paralellik göstermektedir.

2873 sayılı Milli Parklar Kanunu'nda çevresel değerlendirme konusunda Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu ile benzer nitelik göstermektedir. Kanunun 1. maddesinde nasıl olacağı açıklanmıştır.

Kısacası, Milli Parklar Kanunu çevre değerlendirme mantığına çok yakın bir yaklaşımı benimsemiş, kanunun diğer maddeleri de bu amaca paralellik göstermektedir.

Genel olarak ilgili kanunların incelenmesi Milli Parklar Kanunu ve Kültür

Çevreye ve çevresel değerlere en büyük oranda olumsuz etkide bulunan 2934 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'dur. Bu güne kadar kanunun 8. maddesine göre Turizm Bakanlığı'na tahsis edilen ormanlık alanların miktarı, büyük çoğunluğu Ege ve Batı Ak-deniz şeridinde olmak üzere 2000 hektarı bulmaktadır.

ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu çevre değerlemesine ekoloji mantığı çerçevesinde yaklaşan hükümler getirdiği görülürken Turizmi Teşvik Kanunu turizm amaçlı çevre değerlemesi yaklaşımını benimsemekte ve çevreden ekonomik olarak faydalanmayı kolaylaştırılacak, hızlandıracak ve arttıracak çalışmalarını teşvik etmektedir. Çevre Kanunu ise çevre değerlendirme ile ilgili spesifik hükümler getirmekten uzak kalmıştır.

4. Yasaların ekolojik dengenin korunmasına ve geliştirilmesine etkileri

Sanayi Devrimi ile başlayan ve günümüzdeki boyutlarına ulaşan çevre kirliliği devletleri, uluslararası kuruluşların kurulmasını ve kanunlar, politikalar geliştirilmesini zorunlu hale getirmiştir. Günümüzde hemen her ülke çeşitli düzeylerde çevre ve ekosistemin korunması ve çeşitli yaptırım gücüne sahip kanun ve yönetmelikler çıkarmıştır.

Ancak kanun veya yönetmelik çıkarmakla elbetteki çevre sorunu halledilmiş olmaz. Toplumdaki özel ve tüzel kişilerin bu yasalara uyup uymadıklarını, çıkarılan kanunların amacına ulaşip ulaşmadığını ve yapılması gereken yeniliklerin denetimi yani bir durum değerlendirmesi de gereklidir. İşte kanunlar bu amacı gerçekleştirmek için yetki ve sorumluluk açısından dengeli; kontrol, cezai hükümler ve yönetmelikler çıkarırlar.

Hukuk sistemimizde yasaların öngördüğü ekolojik dengenin korunması ve geliştirilmesi ile ilgili olarak şu hususlara yer vermiştir;

Öncelikle 1982 Anayasası'nın 56. maddesi "herkes sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir" derken ikinci fıkrada, çevreyi geliştirmek, çevre sağlığını korumak ve çevre kirlenmesini önlemek

devletin ve vatandaşların ödevi denmektedir.

Bu hüküm, Anayasanın "Sosyal ve Ekonomik Haklar ve Ödevler" başlıklı bölümünde yer aldığından çevre koruma açısından devlete açık bir görev yüklenmiş bununla da yetinmeyip kişilere de görev yüklenmiştir. Bu bağlamda kişilerin verdikleri zararlar medeni hukuk hükümleri çerçevesinde ve "Kirlenen Öder" kuralı ile bağlantılı olarak tazmin yükümlülüğüne dönüşmektedir.

2872 sayılı Çevre Kanunu'nda "Kirlenen Öder" ilkesini benimsemiş olup, kirlenme fiilini gerçekleştiren herkes (devlet ve kamu tüzel kişiler dahil) bu fiillerin sonucu ortaya çıkan zararı önleme ve tedavi etme giderlerini ödemekle yükümlü tutulmuşlardır.

Yine bu ilkeye bağlı olarak, Çevre Kanunu, kirlenme fiilinde kusur şartı aranmaksızın sorumluluk getirerek, bir anlamda çağdaş bir anlayış sergilemiştir. Çevre Kanunu'nun çevre korumasına ilişkin önlemler ve yasaklar başlıklı 3. bölümünde kirlenme yasağı (md. 8) tanımlanmakta ve kirlenen öder ilkesine uygun olarak, gerçek ve tüzel tüm kişilere yükümlülükler getirilmektedir.

Çevre Kanunu ile düzenlenmiş olan bir konu da çevreyle ilgili araştırma inceleme faaliyetlerini, çevrenin temizlenmesi ve iyileştirilmesi için yapılacak harcamalara kaynak yaratmak için kurulmuş olan "Çevre Kirliliğini Önleme Fonu"dur. Fonun en önemli gelir kalemleri Çevre Kanunu'nun yasaklarına aykırı fiiller için kesilen para cezaları ile kirlenici faaliyette bulunan işletme ve kara, hava deniz araçlarından alınan katılma paylarıdır.

Çevre Kanunu'nun çevre korunmasına ilişkin önlemlerin ve yasakları ihlali hakkında idari nitelikte cezalar öngörmüştür. Bu yaptırımların uygulanabilmesi için ise,

3821 sayılı Kıyı Kanunu'nun 10. maddesinde Turizmi Teşvik Kanunu'nun kapsamına giren bölgelerin turizm amaçlı olarak tahsisini öngördüğü için, bu kanunun turizmin olumsuz etkilerine karşı yapabileceği pek birşey görülmemektedir.

Çevre Kanunu'na dayanılarak çıkarılan yönetmeliklerde belirlenen standartların aşılması gerekmektedir.

Ceza uygulamaları Çevre Kanunu hükümlerine göre valilikler ve belediyelerce yapılmaktadır. Böylece yerel yönetimler çevre ile ilgili yerinde önlemler alabilecek kurumlar olarak etkin duruma getirilmiştir (Çevre Kurulu Raporu, TOBB 1993, s. 100-102).

Çevre Kanunu, ekolojik dengenin korunmasına ve geliştirilmesine ilişkin en yetkili hükümleri getirmektedir. Turizmi Teşvik Kanunu'nda çevresel etki değerlemesine hiç yer verilmemiştir. Bu yetki zımni olarak diğer yetkili mercilere bırakılmıştır. Milli Parklar Kanunu'nda Çevresel Etki Değerleme görevi Orman Bakanlığı'nın yetkisine bırakılmıştır (md. 12).

VIII. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmi Teşvik Kanunu çıkaracak kadar turizme böylesine önem verilen bir ülkede, turizmin çevre boyutuyla birlikte ele alınması son derece önem taşımaktadır. Zira, doğal alanların aleyhine gelişen bir turizm doğal kaynakların azalması sonucunu doğuruyorsa, özellikle doğal kaynaklara dayalı turizm kendi kaynağını tüketiyor demektir (Güleç 1993, s.77).

Çevreye ve çevresel değerlere en büyük oranda olumsuz etkide bulunan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'dur. Bu güne kadar kanunun 8. maddesine göre Turizm Bakanlığı'na tahsis edilen ormanlık alanların miktarı, büyük çoğunluğu Ege ve Batı Akdeniz şeridinde olmak üzere 2000 hektarı bulmaktadır. Halen talepte bulunulan miktar ise bunun çok daha üstündedir. (Güleç 1993, s.73).

Kısacası, Turizmi Teşvik Kanunu, hüküm getirirken çevresel etkileri üzerinde hiç durmamıştır. Hatta kanunun 15. maddesi ile bu tahsisler adeta bedava yapılmaktadır.

Nihai hedefi kâr maksimizasyonu özel teşebbüsler, kanununda yardımıyla doğayı sömürmekte, mahvetmektedir.

Turizm sektörünü destekleyici kıyı kaynakları bugün için çok bozulmamış, ancak bozulmaya duyarlı olan Doğu Karadeniz kıyı alanlarında sektörün geliştirilmesi için "hangi kaynakları nasıl seferber edeceğiz?" sorusuna yanıt ararken, hatta daha da önce, "hangi kaynaklarımızı olumsuz etkilerden nasıl koruyacağız?" sorusuna yanıt bulmamız gerekmektedir. Diğer bölgelerin kıyı yapısından farklı olarak Doğu Karadeniz turizmini destekleyecek kaynakların, hemen hemen tümü, "deniz-kum-güneş"e oranla çok dahak olay bozulabilir, yok edilebilir niteliktedir. Dolayısıyla bu kaynakları turizmle "birlikte olma" türünden bir ilişki ile korumak zordur (Özhan, Uras 1993, s. 45).

3621 sayılı Kıyı Kanunu'nun 10. maddesinde Turizmi Teşvik Kanunu'nun kapsamına giren bölgelerin turizm amaçlı olarak tahsisini öngördüğü için, bu kanunun turizmin olumsuz etkilerine karşı yapabileceği pek birşey görülmemektedir.

Bu konuda yapılabilecek önerilerden bazıları ana hatlarıyla şu şekilde sıralanabilir:

1. Herşeyden önce, ülke düzeyinde kaynak (çevre) envanteri hazırlanmalı, bu kaynakların özelliklerine uygun koruma ve geliştirme tedbirleri alınmalıdır.

2. Koruma alanlarında bir zorlanma (bölgeleme) yapılmalıdır. Böylece korunması gerekli alanlarla rekreasyon ve turizme açılacak alanlar birbirinden ayrılmış olacaktır.

3. Bundan sonra yapılacak iş bütün karar mekanizmalarının çevre korumaya yönelik hedefleri gözönünde tutulmasını sağlamaktır.

Çevresel Etki Değerlendirmesi Yönetmeliği kapsamına turizm faaliyetleri de dahil edilmeli, bu yönetmelik çerçevesinde yöresel ekolojik taşıma kapasiteleri belirlenmeli, mevcut arazi kullanım planları tavan kapasitelere göre revize edilmelidir.

4. Aynı şekilde iktisadi kalkınmanın bir zorunluluk olduğu düşüncesinin çevreyi tahrib etmeyi gerektirmediği bilinmelidir. Doğal kaynakların düzenli ve çevreye zarar vermeyen, üretilmesi ve mümkün olduğunca yenilenebilir kaynakların kullanımına önem verilmelidir.

5. Çevre Kanunu ile getirilen "Kusursuz Sorumluluk" ilkesi kesin bir biçimde uygulanmalıdır. Çünkü kirlenmenin önlenmesinde en etkili tedbirlerden biri bu ilkedir.

6. Çevresel Etki Değerlendirmesi Yönetmeliği kapsamına turizm faaliyetleri de dahil edilmeli, bu yönetmelik çerçevesinde yöresel ekolojik taşıma kapasiteleri belirlenmeli, mevcut arazi kullanım planları tavan kapasitelere göre revize edilmelidir.

7. Çevre korumanın ve geliştirmenin sadece hukuki tedbirlerle mümkün olmayacağı herkesce bilinmelidir. Onun için çevre duyarlılığının (ekolojik bilincin) yaygınlaştırılması gerekir.

8. Yapılabilecek zorunlu faaliyetlerden birisi de çevre ile ilgili bilimsel, teknolojik ve eğitsel çalışmalarını hızlandırmaktır.

9. Çevre ile ilgili kanunlar arasındaki çelişkiler giderilmeli; paralellik ve koordinasyon sağlanmalı, sık sık kanun değişikliklerinden kurtulup istikrarlı bir yapıya kavuşturulmalıdır.

10. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu çevreye saygılı olacak şekilde değiştirilmelidir. □

KAYNAKÇA

Branwe, Anna; *Ecology in the 20th Century: A History*; Yale University Press, New Haven, CT, 1989.

Caldwe, Lynton K.; *Environment: A Challenge To Modern Society*; Anchor Books, Garden City, NY 1971.

Capra, Frijof; *Batı Düşüncesinde Dönüm Noktası*; (Çev. Mustafa Armağan), İnsan Yayınları, İstanbul, 1992.

Görmez, Kemal; *Türkiye'de Çevre Politikaları*; Gazi Büro Yayınları, Ankara, 1991.

Güleç, Sümer, "Doğu Karadeniz Bölgesi İçin Yeşil Turizm Planlama İlkeleri"; *Doğu Karadeniz turizmi: Konferans-Workshop*; (içinde) T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1993.

İsbir, Eyüp; *Şehirleşme ve Meseleleri: Çevre, Mesken, Yönetim*; Gazi Büro Yayınları, Ankara, 1991.

Kışlalıoğlu, Mine & Berkes, Fikret; *Çevre ve Ekoloji*; (4. Baskı) Remzi Kitabevi, İstanbul, 1991.

Özdek, E. Yasemin; *İnsan Hakkı Olarak Çevre Hakkı*; T.O.D.A.İ.E. Yayınları No: 249, Ankara, 1993.

Özhan, Erdal & Uras, Atilla; "Doğu Karadeniz'de Kıyı Yönetimi ve Turizm" *Doğu Karadeniz Turizmi: Konferans-Workshop*; T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1993.

Paelke, Robert C.; *Environmentalism and the Future of Progressive Politics*; Yale University Press, New Haven CT, 1989.

Zube, Ervin H; *Environmental Evaluation: Perception and Public Policy*; Brooks/Cole Publishing Co. Monterey, CA. 1980.

1982 T.C. Anayasası

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu

2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını koruma Kanunu

2872 sayılı Çevre Kanunu

2873 sayılı Milli Parklar Kanunu

2960 sayılı Boğaziçi Kanunu

4.4.1990 3621 sayılı Kıyı Kanunu

yeni çıktı...yeni çıktı...yeni çıktı...yeni çıktı...yeni çıktı

Otel İşletmeciliği: Kavramlar-Uygulamalar

Dr. DÜNDAR DENİZER-DR. NİLÜFER TETİK-MERYEM AKOĞLAN-MEHMET YEŞİLTaş-METİN KOZAK

editör: NAZMİ KOZAK

Çevre korumanın ve geliştirmenin sadece hukuki tedbirlerle mümkün olmayacağı herkesce bilinmelidir. Onun için çevre duyarlılığının (ekolojik bilincin) yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Türkiye turizminde süreli yayınlar: dergiler, bültenler

NAZMI KOZAK

I. giriş

Türkiye'nin turizm ile olan tanışıklığının geçmişi çok eski tarihlere uzanmaktadır. Turizmle ilgili ilk ciddi düzenlemelerin ardından yaklaşık 40 yıl, turizmin bakanlık olarak temsilinin üzerinden 35 yıl ve Devlet Planlama Teşkilatı'nca turizmle ilgili makro düzeyde düzenlemelerin yapılmasından bu yana yaklaşık 30 yıl geçmesine karşılık, Türkiye'de turizmle ilgili gelişmelerde pek de yabana atılmayacak gelişmeler olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Elbette ki inkar edilmemesi gereken bir başka gerçek de; Türkiye turizminin esas gelişiminin son 10 yılda olduğudur.

Türkiye, turizm alanında gerçekten de son yıllarda oldukça ileri mesafeler katetmiştir: Yatak sayısı 10 yılda 60 binden 300 bine; gelen yabancı sayısı bir milyondan yedi milyona; elde edilen turizm geliri de 350 milyon dolardan beş milyar dolara ulaşmıştır. 1980'lerde birkaç tane olan yüksek öğretim düzeyindeki turizm okulu sayısı yüzlere; öğrenci sayısı da on binlere ulaşmıştır. Özel ve kamu eğitim kurumlarındaki turizm eğitimi etkinlikleri ile Türkiye nicelik açısından dünya liderliğine kavuşmuştur(!)

İşte tüm bu gelişmelerin yanı sıra Türkiye'de turizm yayıncılığı alanında da son yıllarda önemli gelişmeler olmuştur. Kitaplar, dergiler, araştırmalar ve tezlerin sayıları giderek artmaktadır. Türkiye'de turizm alanında yayınlanan dergilere baktığımızda, sayısal olarak azımsanmayacak düzeylerde oldukları anlaşılmaktadır.

Bu yazıda, Türkiye'de yayınlanmış veya yayınlanmakta olan dergiler, basit bir şekilde sınıflandırılacak ve incelen-

cektir. Sınıflandırmada tercih edilen sıralama, dergilerin özel kişiler, kamu, dernek veya birlik, oda, sendika, üniversite ve vakıflar tarafından yayınlanmalarına göre dir. Gerçekte basın literatüründe dergiler; bilimsel, popüler, aktüel ve magazin dergileri biçiminde sınıflandırılırlar. Ancak, Türkiye'de yayınlanan dergilerin çok önemli bir kısmının bu sınıflandırma içerisinde magazin ve aktüel dergilerde yoğunlaşması, bu çalışmada dergilerin yu-karıda sözü edilen sınıflandırma kapsamında incelenmesine neden olmuştur.

II. ÖZEL KİŞİLERCE YAYINLANAN DERGİLER

Aegean Sun: Bodrum, Güllük ve Milas yörelerine yönelik olarak aylık periyotlarda yayınlanan dergi, tabldot boyda renkli olarak hazırlanmaktadır. Dergi, yöresel haber, tanıtıcı yazı ve kısa ilanlara yer vermektedir.

Amfora Turizm-Tanıtım-Kültür-Çevre Dergisi: Başlangıçta aylık olarak yayınlanan dergi, şimdilerde periyodik olmayan aralıklarda çıkmaktadır. 1991 yılından bu yana yayınlanan Amfora, turizm ve çevre konularında ağırlıklı olmak üzere gezi ve tanıtım yazılarına ve aktüel haber ve yorumlara yer vermektedir. Dergi renklidir ve genellikle 32 sayfa olarak hazırlanmaktadır.

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi: 1990 yılından bu yana yayınlanmaktadır. Önceleri, aylık ve iki aylık olarak hazırlanan dergi, şimdilerde üç aylık sürelerde yayınlanmaktadır. İçerisinde turizm ve yakın alanlarında hazırlanmış makalelere yer almaktadır. Dergi, siyah - beyaz olarak hazırlanmakta ve 80 say-

ABSTRACT

THE PERIODICAL PUBLICATIONS IN TURKISH TOURISM: JOURNALS AND BULLETINS

In this study, the journals of tourism, having published before and published currently, are classified in a simple method and examined. The arrangement of classification has been varied so as to have being published by any person, public organizations, unions, universities and other foundations. It has been observed that the tourism journals has been related to general issues, and the period of their publishing has been concentrated between 1-3 months. Besides these, there have been an increase in the number of the journals, and a concentration mainly in the specific issues last years.

Nazmi Kozak, Anatolia Dergisi, P.O. Box. 589 06425 Yenipazar - Ankara, Turkey.

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

fadan oluşmaktadır. Anatolia'da şimdiye kadar 260 dolayında turizmle ilgili makale yayımlanmıştır.

Antalya Magazine: Yayın yaşamına 1994 yılından başlayan dergi, merkezi Antalya'da bulunan bir yayın grubu tarafından hazırlanmaktadır. Dergi, İngilizce ve Almanca dillerinde hazırlanmaktadır. İçerisinde Antalya yöresini tanıtıcı yazıların yer aldığı dergi, 64 renkli sayfadan oluşmakta ve iki ayda bir yayınlanmaktadır.

Astor Turizm Dergisi: 1990 yılında bir turizm firması tarafından çıkarılan derginin altıncı sayısında yayın yaşamına son verilmiştir. İçerisinde, turizm ve otellilikle ilgili yazı ve haberlerin yer aldığı dergi, renkli 48 sayfadan oluşuyordu.

Barket Magazine: 1993 yılından bu yana aylık olarak yayınlanmaktadır. İçerisinde barmenlik mesleğiyle ilgili aktüel yazı ve haberler yer almaktadır. Tabldot boyda renkli olarak hazırlanan dergi, 12 sayfadan oluşmaktadır. Dergi, halen yayınlanmaktadır.

Casino Magazin: 1993 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Dergide, casino dünyasını ilgilendiren konularda haber ve yazılar yer almaktadır. Renkli olan dergi, 64 sayfadan oluşmaktadır. Derginin halen yayınlanmakta olduğu hususunda bilgi elde edilememiştir.

Ekonomi ve Turizm: 1985 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Dergi, renkli olan genellikle 32 sayfadan oluşmuş ve turizm sektöründe faaliyet gösteren firmaları ve yöneticilerini tanıtıcı aktüel yazı ve haberlere yer vermiştir. Dergi halen yayınlanmamaktadır.

Denizin Sesi: 1984 yılından bu yana yayınlanmaktadır. İçerisinde ilgili olduğu konularda haber ve yazılar yer almaktadır. Dergi, iki ayda bir renkli olarak bir yayınlanmaktadır.

Gazete Turizm: 1991 yılında 15'er günlük aralarda gazete boyutunda hazırlanmıştır. Turizm sektörü ve sektördeki işletme yöneticileri ile ilgili aktüel haber, yazı ve röportajları içeren gazetenin yayın yaşamına 1992 yılında son verilmiştir.

Gelişen Türkiye Aylık Ekonomi, Politika, Turizm Dergisi: 1993 yılında yayın hayatına başlayan dergi, ağırlıklı olarak ekonomi ve politika konularında aktüel yazı ve haberlere yer vermektedir. İçerisinde turizmle ilgili konuların da bulunduğu başlığında yazılı olsa bile, turizmle ilgili konulara yer vermediği görülmüştür. Dergi, siyah-beyaz 48 sayfadan oluşmaktadır.

Güle Güle Dergisi: 1993 yılında yayınlanmaya başlayan dergi, turizm sektöründe faaliyet gösteren firmalar ve yöneticilerle ilgili haberlere yer vermiştir. 25 sayfadan oluşan ve renkli olan dergi, halen yayınlanmamaktadır.

International Tourism Magazine: 1985 yılından 1992 yılına kadar aylık olarak yayınlanmıştır. Tabldot boyda hazırlanan derginin içerisinde turizm ve alt sektörlerinde faaliyet gösteren işletme yöneticileri ile söyleşi, haber, yorum ve makeler yer almıştır. Yayın dili Türkçe ve İngilizce olan dergi, 1992 yılında kapanmıştır.

Karadeniz Tanıtım, Aylık Turizm, Kültür, Sanat, Ekonomi Dergisi: 1991 yılında yayınlanan ve iki sayısı dışında yeni sayılarına rastlanmayan dergi, yöresel tanıtım yazıları ile magazin ağırlıklı haber ve yorumlara yer vermiştir. 50 sayfadan oluşan dergi, renkli olarak yayınlanmıştır.

Nego Doğu Karadeniz Kültür, Turizm ve Tanıtma Dergisi: 1994 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Yöresel ve kişisel tanıtım yazıları ve haberleri içermektedir. Renkli ve 32 sayfadan oluşmaktadır. Halen yayınlanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de yayınlanmış turizm dergilerinin envanterini ortaya çıkarmak ve turizm dergiciliği üzerinde bazı incelemeler yapmaktır.

Türkiye'de turizm konulu olarak ilk dergilerin 1950'li yıllarda yayınlanmaya başladığı gözlenmektedir.

Otel, Lokanta, Pastane Aylık Hizmet Dergisi: 1993 yılından yayınlanmaya başlamıştır. İçerisinde otel, lokanta ve pastane alt sektörleri ile ilgili aktüel konulu yazılar yer almaktadır. Renkli olan dergi, 24 sayfadan oluşmaktadır.

Otel Market Dergisi: İlk sayısı Temmuz 1995 tarihinde yayınlanan dergi, turizm işletmelerine yönelik donanım, servis ekipmanı ve diğer otel sarf malzemelerini tanıtmayı amaçlamaktadır. İki aylık sürelerde yayınlanan dergi, 50 renkli sayfadan oluşmaktadır.

Post Otel Dergisi: Aylık sürelerde yaklaşık 32 sayfadan oluşan ve renkli olan dergi, konaklama endüstrisi ve mutfak uygulamaları konularında yazı ve haberlere yer vermektedir.

Tatil Turizmcinin Dergisi: 1990 yılından bu yana iki aylık sürelerde hazırlanan dergi, turizm ve yakın alanlarına ilişkin tanıtıcı yazı, haber ve aktüel konulara yer vermektedir. Renkli olan dergi, 80 sayfadan oluşmaktadır.

The Guide: 1992 yılında yayınlanmaya başlayan dergi, iki aylık sürelerde hazırlanmakta ve otel, restoran uygulamalarını içeren yazılar ile geziler için rehber içeriğinde haberlere yer vermektedir.

Turizm Dünyası Dergisi: Eylül 1989 tarihinden bu yana yayınlanmaktadır. İçerisinde turizm ve alt sektörler itibarıyla aktüel yazı ve haberlerin yanı sıra makaleler de yer almaktadır. Dergi, aylık olarak yayınlanmaktadır.

Turizm & Tourist Aylık Turizm Dergisi: 1987 yılında çıkmış ve ilk sayısını izleyen sayısı olmamıştır. Siyah-beyaz ve renkli olarak hazırlanan ve 40 sayfadan oluşan dergide, turizm sektöründen yöneticilerle söyleşi ve haberler yer almıştır.

Turizm Mecmuası: Gazeteci Arslan Tufan Yazgan tarafından 1952-1965 yılları arasında hazırlanmıştır. İçerisinde turizmle ilgili yazı, haber ve yorumlar yer almıştır.

Turizm Yatırımları ve Yan Sanayii Dergisi: 1992 yılında yayınlanmaya başlamıştır. İki aylık sürelerde yayınlanan dergi, turizm sektöründen yöneticilerle söyleşi ve haberlere yer vermiştir. 64 sayfa olarak hazırlanan dergi, renklidir. Derginin halen yayınlanmakta olduğu hususunda kesin bilgi elde edilememiştir.

Turizm ve Çevre Hizmetleri Dergisi: 1992 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Halen yayınlanıp yayınlanmadığı konusunda kesin bilgi elde edilememiştir. 32 sayfadan oluşan ve renkli olan dergi, turizmle ilgili aktüel yazı ve haberlere yer vermiştir.

Turizm ve Endüstrisi: 1993 yılında yayınlanmaya başlamıştır. İçerisinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirketler ve yöneticileri ile ilgili aktüel yazı ve haberler yer almaktadır. Derginin halen yayınlanmakta olduğu hususunda kesin bilgi elde edilememiştir.

Turizm Mecmuası: İlk yayınlandığı tarih kesin olarak bilinmeyen bu derginin 1956 yılında yayınlanmaya başladığı künyesinin incelenmesinden anlaşılmaktadır. Dergi, 1987 yılına kadar yayınlanmıştır. Genellikle siyah-beyaz renkte ve tabldot boyda hazırlanan ve 64 sayfadan oluşan dergi, turizmle ilgili yazı ve makalelere yer vermiştir.

Turizm ve Magazin: 1993 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Ekonomi ve Turizm Dergisi'nin bir anlamda devamı niteliğindedir. İçerisinde turizm ve yakın alanlarına ilişkin sektörel magazin haberleri yer almaktadır. 64 sayfadan oluşan dergi, renklidir. Halen yayınlanmaktadır.

Turizm Magazin: 1990 yılından beri yayınlanmakta olan dergi, iki aylık sürelerde hazırlanmaktadır. 64 sayfadan oluşan ve renkli olan dergide, turizm ve otelcilikle ilgili aktüel içerikteki yazı ve haberler yer almaktadır.

Türkiye Golf Magazin: 1992 yılında yayınlanmaya başlamıştır. 52 renkli say-

fadan oluşan dergi, golf sporuyla ilgili haber ve yazılara yer vermektedir. Derginin halen yayınlanmakta olduğu hususunda kesin bilgi elde edilememiştir.

Un Mamülleri Dünyası: 1991 yılından beri yayınlanmakta olan dergi, iki aylık sürelerde hazırlanmaktadır. İçerisinde unlu mamüllerin hazırlanması ve pazarlanması konularında ve ilgili sektörle ilgili olarak magazin içerikli haber ve yorumlar ile araştırma yazıları yer almaktadır. Genellikle 64 sayfadan oluşan ve renkli olan dergi, halen yayınlanmaktadır.

Yelken Dünyası: 1984 yılından beri yayınlanmaktadır. İçerisinde yelken sporu ve yelkencilikle ilgilenenlere yönelik yazı ve haberler yer almaktadır. Dergi halen aylık sürelerde yayınlanmaktadır.

Bu dergilere ek olarak özel kişilerce, Dörtmevsim Turizm, Magazin Turizm, Dünya'da ve Türkiye'de Tanıtım, İşte Turizm, Turizm ve Folklor Dergisi, Turkey Turizm News isimli dergiler de yayınlanmıştır.

III. KAMUYA AİT KURUMLARCA YAYINLANAN DERGİLER

Airport: Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan dergi, 1985 yılında yayın yaşamına başlamıştır. Dergide, söz konusu genel müdürlüğün ilgi alanına giren konularda haberlerin yanı sıra, gezi ve kültürel içerikli yazıların yer aldığı bölümler de bulunmaktadır. Derginin halen yayınlanmakta olduğu hususunda kesin bilgi elde edilememiştir.

İpek Yolu: Turizm Bakanlığı tarafından 1993 yılında yayınlanmaya başlanan dergi, bakanlığın faaliyetlerini tanıtmayı amaçlamaktadır. Türk ve İngilizce dillerinde hazırlanan dergi, genellikle 48 sayfadan oluşmakta ve renkli olarak yayınlanmaktadır. İpek Yolu dergisi, halen yayınlanmaktadır.

Kalkınma Dergisi: Önceleri Kalkınma Bülteni olarak yayınlanan dergi, Türkiye Kalkınma Bankası'nın yayın organıdır ve üç aylık sürelerde yayınlanmaktadır. Dergide turizmle ilgili konularda hazırlanmış makaleler de yayımlanmıştır. Dergi, "Başbakanlık Tasarruf Genelgesi" dolayısıyla şimdilerde yayınlanmamaktadır.

T.C. Turizm Bankası A.Ş. Bülteni: 1983 yılında yayınlanmaya başlanan Bülte'nin yayın yaşamına 1988 yılında son verilmiştir. Söz konusu yayın içerisinde T.C. Turizm Bankası'nın faaliyetlerinin ve turizm işletmelerinin tanıtılmasının yanı sıra Türkiye turizmi ile ilgili aktüel haber ve yazılara yer verilmiştir. Dergide ayrıca turizm okullarının tanıtıldığı bir bölüm de yer almıştır. Renkli olarak basılan Bülten, genellikle 32 sayfadan oluşmuştur.

T.C. Turizm Bankası Duyuru Listesi: T.C. Turizm Bankası A.Ş. Araştırma ve Eğitim Başkanlığı tarafından hazırlanan Liste, T.C. Turizm Bankası A.Ş. Bülten'inin eki olarak hazırlanarak dağıtılmıştır. 1984 yılından hazırlanmaya başlanan bültende, T.C. Turizm Bankası A.Ş. kütüphanesine gelen turizm ile ilgili kaynakların (dergi, kitap, vb yayınların) taranması ile oluşturulmuştur. Bülten'de makale, kitap, vb diğer yayınların künyelerine yer verilerek araştırmacılar literatür tanıtılmıştır. Bülten'in, 1988 yılında yayın yaşamına son verilmiştir.

Turban Dergisi: 1993 yılında ilk sayısı yayınlanan dergi, Turban Turizm A.Ş. tesislerini tanıtıcı yazı ve haberlere yer vermiştir. Renkli olan dergi, 24 sayfadan oluşmuştur. Derginin izleyen başka sayısı hazırlanmamıştır.

Turizm Bakanlığı Kütüphanesi Yayın Duyuru Listesi: Turizm Bakanlığı Kütüphanesi çalışanlarınca hazırlanmaktadır. Liste, kütüphaneye gelen yayınlara geliştirilmiş bir konu sınıflandırmasına uygun bir şekilde yer vermekte ve ayrıca her yayına ait bir abstract hazırlanmaktadır. Liste, üç aylık olarak hazırlanmakta ve araştırmacılara gönderilmektedir.

Dergilerin nicelik bakımından ortuş gösterdiği dönem, 1980'li yılların ortalarına rastlanmaktadır.

Turizm Bülteni: Turizm Bakanlığı'nın aylık haber bültenidir. 1993 yılından bu yana aylık olarak yayınlanmaktadır. Bülten'de Turizm Bakanlığı'nın faaliyetleri ile ilgili haberler yer almaktadır. Bülten, 8 renkli sayfadan oluşmaktadır.

Turizm Yıllığı: Dergi tanımlanmasına girmese de içerisinde turizm bilim dalı ile ilgili konularda yer alan makaleleri ile dikkati çeken bir yayındır. Yıllık'ın, andan da anlaşıldığı üzere her yıl için bir sayısı hazırlanmıştır. İlk sayısı, 1985 yılında T.C. Turizm Bankası A.Ş. tarafından hazırlanan Yıllık'ın 1987'den sonraki sayıları Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. tarafından yayınlanmıştır. Yıllık, 1994 yılında çıkan son sayısının ardından 1995 yılında "Tasarruf Tedbirleri" dolayısıyla yayınlanmamıştır. Önümüzdeki yıllarda hazırlanıp hazırlanmayacağı ise bilinmemektedir. Turizm Yıllığı içerisinde başlangıcından bu yana 142 tane makale yayınlanmıştır.

IV. DERNEK , BİRLİK VE ODALARCA YAYINLANAN DERGİLER

AKTİD Dergisi: Akdeniz Turizm İşletmecileri Demeği tarafından ilk sayısı 1986 yılında çıkarılan dergi, demek faaliyetlerini içeren yazı ve yorumların yanı sıra turizm sektörü ile ilgili haber, yorum ve makalelere yer vermiştir. Dergi, izleyen yıllarda periyodik olmayan sürelerde yayınlanmış olmasına karşılık, şimdilerde yayınlanmamaktadır.

BURTOD Dergisi: Bursa'na faaliyet gösteren otel işletmecileri tarafından hazırlanan derginin ilk sayısı 1989 yılında yayınlanmıştır. Üyelerinin ilgi alanına giren konularda yazı, yorum ve makalelerin yer aldığı dergi, 24 renkli sayfadan oluşmuştur. Dergi, halen yayınlanmamaktadır.

Gastronomi Aylık Endüstriyel Ekipman & Yiyecek İçecek Dergisi: Turistik Tesis, Mutfak, Çamaşırhane Sanayicileri ve İşadamları Demeği tarafından ya-

yınlanmaktadır. Dergi, 1993 yılından bu yana aylık sürelerde yayınlanmaktadır. Dergide, ilgili mesleki konularda makaleler ve haberler yer almaktadır. Renkli olarak hazırlanan dergi, halen yayınlanmaktadır.

GÜMTOB Dergisi: Güney Marmara Turistik İşletmeciler ve Otelciler Demeği tarafından ilk sayısı 1989 yılında yayınlanan dergi, mesleki bir demeğin yayın organı olmanın getirdiği içerikte yazı ve haberlere yer vermiştir. 32 renkli sayfadan oluşan dergi halen yayınlanmamaktadır.

Hotel Dergisi: Turistik Otelciler Birliği'nin yayın organı olarak Aralık 1995 tarihinde ilk sayısı yayınlanan dergi, 130 renkli sayfadan oluşmaktadır. Üç aylık sürelerde yayınlanması öngörülen dergi, TÜRTOB'un kuruluş amacına dönük bir yayın politikasına sahiptir.

Housekeeper Bülteni: Otel Temizlik Eğitim ve Restorasyon Demeği'nin üç aylık sürelerde yayınlanan yayın organıdır. 1994 yılında yayınlanmaya başlamıştır. İçerisinde otel kat hizmetleri departmanı çalışanlarını ilgilendiren yazı ve haberler yer almaktadır. Bülten renklidir ve 12 sayfadan oluşmaktadır.

İstanbul Lokantacılar Demeği Dergisi: 1971 yılında yayınlanmaya başlayan dergi, 24 sayfadan oluşmuş ve içerisinde ilgili olduğu alanda aktüel ağırlıklı haber, yorum yazılara yer vermiştir. Siyah-beyaz olarak hazırlanan derginin yaşamının hangi tarihte durdurulduğu öğrenilememiştir.

KOMPLİD Bülteni: Kuşadası Otel, Motel, Pansiyon, Lokanta İşletmecileri Demeği tarafından yayınlanan bülten, aktüel yazı ve haberleri içermektedir. Bülten, halen periyodik olmayan sürelerde yayınlanmaktadır.

MARTİD Dergisi: Marmaris Turistik İşletmeciler Demeği tarafından hazırlanan derginin ilk sayısı, 1988 yılında yayınlanmıştır. 32 renkli sayfadan oluşan dergide

Başlangıçta konularını turizmin ilgil olduğu bütün alanlardan alan dergiler, giderek spesifik dallara yönelmişlerdir.

demek faaliyetleriyle ilgili haber, yorum ve yazılar yer almaktadır. Periyodik olmayan aralıklarla yayınlanmış olan dergi, halen yayınlanmamaktadır.

Mersin Turizm: Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğrenci Demeği tarafından 1987 yılında yayınlanmıştır. Dergide, söz konusu okulda okuyan öğrencilerin yazıları yer almaktadır. Derginin izleyen sayısı olmamıştır.

Otel Teknolojisi: Otel Teknik Müdürleri Dergisi: Otel Teknik Müdürleri Demeği tarafından ilk sayısı Mayıs 1995 tarihinde yayınlanan dergide, otellerin teknik servis departmanı ile ilgili konularda yazı, yorum ve haberlere yer verilmektedir. 32 renkli sayfadan oluşan derginin üç aylık olarak yayınlanması amaçlanmaktadır.

Ottoman: Güney Marmara Turistik İşletmeciler ve Otelciler Demeği'nin yayın organı niteliğinde olan derginin ilk sayısı Haziran 1990 tarihinde yayınlanmıştır. 30 renkli sayfadan oluşan dergide, demeğin ve üyelerinin ilgi alanına giren konularda yazı ve haberler yer almıştır. Dergi, halen yayınlanmamaktadır.

Pastacının Sesi: Ankara Pastacılar, Tatlıcılar ve Şekerciler Odası tarafından 1988 yılından itibaren yayınlanmaya başlanmıştır. Dergide sektörle ilgili konularda aktüel yazı ve haberlere yer verilmekte ve bazı sayılarında araştırmaya dayanan yazılarda yer almaktadır.

Pasta Yiyecek-İçecek Dergisi: Şekerciler ve Pastacılar Demeği tarafından ilk sayısı 1986 yılında hazırlanan dergi, mesleki konularda yazı ve haberlere yer vermiştir. 64 renkli sayfadan oluşan derginin halen yayınlanmakta olduğu hususunda kesin bilgi elde edilememiştir.

P.O.Y.D. Magazin: Profesyonel Otel Yöneticileri Demeği'nin yayın organıdır. 1992 yılında ilk sayısı çıkmıştır. Ancak derginin periyodik olarak çıktığından söz edilemez. Dergide, otelcilikle ilgili konularda yazı ve haberlerin yanı sıra makaleler de yayınlanmaktadır.

Rehber: Antalya Turizm Rehberleri Demeği'nin yayın organı olan dergi, 1994 yılından yayınlanmaya başlamıştır. İçerisinde turizm rehberliği ile ilgili makale ve haberlerin yer aldığı dergi, 16 siyah-beyaz sayfadan oluşmaktadır.

Rehberce: Ankara Profesyonel Turizm Rehberleri Demeği'nin yayın organıdır. Dergi, 1995 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Üç ayda bir yayınlanacak olan dergide, profesyonel turizm rehberlerini ilgilendiren konularda yazı ve haberler yer almaktadır. Dergi, siyah-beyaz olarak hazırlanmakta ve 24 sayfadan oluşmaktadır.

Rehber Dünyası: İstanbul Turist Rehberi Esnaf Demeği'nin yayın organıdır. Dergi, 1990 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Dergide, rehberleri ilgilendiren konularda yazı ve haberler yer almıştır. Derginin halen yayınlanmakta olduğu hususunda kesin bilgi elde edilememiştir.

Ticaret Turizm Dergisi: Ticaret ve Turizm Mezunları Demeği tarafından hazırlanan dergi, 1992 yılından bu yana yayınlanmaktadır. Dergi, iki renkli olarak hazırlanmakta ve 32 sayfadan oluşmaktadır. İçerisinde turizmle ilgili konularda yazı ve makalelerin yer aldığı dergi, halen yayınlanmaktadır.

TOTÖB Dergisi: Turistik Oteller Ön Büro Çalışanları Demeği tarafından hazırlanan derginin ilk sayısı Haziran 1995 tarihinde yayınlanmıştır. 24 renkli sayfadan oluşan dergide, demeğin ve üyelerinin çalışma alanlarına giren konularda haber, yorum, röportaj ve diğer yazılar yer almaktadır. Dergi, üç ayda bir yayınlanmaktadır.

Turing Dergisi: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu tarafından yayınlanan dergi, ağırlıklı olarak kültürel ve tanıtıcı yazı ve makalelere yer vermiştir.

Turist Sağlığı ve Hekimliği Bülteni: Turist Sağlığı Demeği'nin yayın organı olan Bülten'in ilk sayısı 1991 yılında ya-

Dergilerin İçerikleri İncelendiğinde, çoğunlukla magazin ve aktüel konularda yoğunlaştıkları görülmektedir.

ynlanmıştır. Bülten'de turist sağlığı konularını içeren konularda yazı ve haberler yer almaktadır.

TÜRSAB Bülten: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği tarafından yayınlanan bir haber bültenidir. Bülten'de seyahat acentelerini ilgilendiren konularda haberler yer almaktadır.

TÜRSAB Turizm Dergisi: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin yayın organıdır. 1983 yılından bu yana yayınlanmaktadır. İçerisinde seyahat acenteciliği ve genel turizm konularında araştırma ve haberler yer almaktadır. Halen yayınlanmakta olan dergi, 48 sayfadan oluşmakta, renkli olarak yayınlanmaktadır.

TYD Dergisi: Turizm Yatırımcıları Derneği tarafından üçer aylık sürelerde yayınlanmaktadır. 1989 yılından bu yana yayınlanan dergi, aktüel ve magazin içeriği ağırlıklı yazı ve haberlerin yanı sıra, çeşitli görüşleri içeren makelere de yer vermektedir. Renkli olan dergi, genellikle 34 sayfadan oluşmaktadır.

V. SENDİKALARCA YAYINLANAN DERGİLER

Çalışanlar Toleyis Dergisi: Türkiye Otel, Lokanta Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası'nın (Türk-İş'e bağlı) yayın organıdır. Dergi, 1983 yılından bu yana yayınlanmaktadır. Dergide, söz konusu sendikanın faaliyetlerini tanıtıcı yazı ve haberler yer almaktadır. Siyah-beyaz olarak hazırlanan ve 24 sayfadan oluşan dergi, halen yayınlanmaktadır.

Oleyis Dergisi: Türkiye Otel, Lokanta Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası'nın (DİSK'e bağlı) yayın organıdır. Dergi, 1993 yılından bu yana aylık olarak yayınlanmaktadır. Dergide, söz konusu sendikanın faaliyetlerine ilişkin haber ve yazılar ile çalışma yaşamını ilgilendiren konularda makaleler yer almaktadır. Dergi, siyah-beyaz 30 sayfadan oluşmakta ve halen yayınlanmaktadır.

VI. ÜNİVERSİTELERCE YAYINLANAN DERGİLER

Entegro: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Müdürlüğü tarafından hazırlanan derginin 1994 yılında bir sayısı yayınlanmıştır. Dergide turizmle ilgili makaleler de yer almaktadır.

Tıbbi Ekoloji ve Hidro-Klimatoloji Dergisi: İstanbul Üniversitesi Çapa Tıp Fakültesi Tıbbi Ekoloji ve Hidro-Klimatoloji Anabilim Dalı tarafından yayınlanmaktadır. Dergi, kaplıca tedavisi ve termal turizmi ile ilgili araştırmaları ve makaleleri içermektedir. Dergi, 1980 yılından bu yana belirsiz aralıklarla yayınlanmaktadır.

Turizm Dergisi: Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından 1989 yılında bir sayısı yayınlanmıştır. Dergide, turizmle ilgili 7 tane makaleye yer verilmiştir.

Turizm İşletmeciliği Dergisi: Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından 1978 yılında yayınlanmaya başlanan dergi, sürekli olarak 1982 yılına kadar çıkmıştır. Dergide, turizm ve otelcilikle ilgili alanlarda bilimsel değeri olan yazı ve makaleler yayınlanmıştır. Dergi, 1982 yılını izleyen yıllarda birkaç kez daha yayınlanmıştır. Dergide toplam 110 tane makale yer almıştır. Dergi, halen yayınlanmamaktadır.

VII. VAKIFLARCA YAYINLANAN DERGİLER

Image Dergisi: Türk Tanıtma Vakfı tarafından aylık sürelerde yayınlanan dergide, Türkiye'nin doğal, tarihsel ve kültürel değerlerini tanıtmaya dönük yazı ve incelemeleri ingilizce olarak yayınlanmaktadır. Dergi, genellikle 32 sayfadan oluşmakta ve renkli olarak yayınlanmaktadır.

TUGEV Bülten: Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı'nın üç aylık yayın organıdır. İçerisinde TUGEV'in faaliyetleri ile ilgili

Turizm dergilerinden bilimsel ve teknik düzeyde yayım politikasına sahip olanlarının sayısal bakımından gözlenen fakirliğinin ardında, son yıllara kadar bu alanda bu tür yayınlara gereksiniminin yeterince duyulmaması yatmaktadır.

haberler yer almaktadır. Bülten 4 sayfadan oluşmakta ve renkli olarak yayınlanmaktadır.

TUGEV Turizmde Seçme Makaleleri

Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV) tarafından 1991 yılından bu yana hazırlanmaktadır. Söz konusu yayın, turizmle ilgili konularda yurtdışında yayınlanmış makalelerin çevirilerine yer vermesinin yanı sıra, Türkiye'de hazırlanmış araştırma türü makaleleri de yayınlamaktadır. Turizmde Seçme Makaleler, üç aylık sürelerde yayınlanmaktadır.

TUGEV Yayın Duyuru ve Makale

Tarama Listesi: Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Dokümantasyon Merkezi çalışanlarınca hazırlanan yayın, TUGEV kütüphanesine gelen yayınları tanıtmayı amaçlamaktadır. Liste'de bu amaçla kütüphaneye gelen dergilerde yer alan makaleler ile kitapların ve diğer yayınların künyelerine yer verilmektedir. Liste'de yer alan yayınlar TUGEV Dokümantasyon merkezi tarafından geliştirilmiş konu sınıflandırma şablonuna uygun şekilde yayınlanmaktadır. Liste, üç ayda bir yayınlanmaktadır.

VIII. BASIN KURULUŞLARINCA YAYINLANAN DERGİLER

Atlas Aylık Gezi Dergisi:

Hürriyet Dergi grubu tarafından hazırlanmakta ve yayınlanmaktadır. İçerisinde yörcsel ve bölgesel tanıtıcı ve gezi yazıları yer almaktadır. Renkli olan dergi, genellikle 170 sayfadan oluşmaktadır.

Globe:

Sabah Dergi Grubu tarafından yayına hazırlanan derginin ilk sayısı, Ocak 1993'de yayınlanmıştır. Gezi ve tanıtıcı yazılara yer veren dergi, renkli olarak hazırlanmıştır. Dergi halen yayınlanmamaktadır.

Tomorrow:

Interpress Dergi Grubu tarafından hazırlanan derginin ilk sayısı Ocak 1993 tarihinde yayınlanmıştır. Aylık

olarak hazırlanan dergide, Türkiye ve dünyadaki doğal ve kültürel değerleri ile önemli olan yöreler, yapılar tanıtılmıştır. Dergi halen yayınlanmamaktadır.

Turkuaz: Hürriyet Dergi Grubu tarafından hazırlanan derginin ilk sayısı Ocak 1993 tarihinde yayınlanmıştır. Gezi ve tanıtıcı yazılara yer veren dergi, renkli olarak hazırlanmıştır. Dergi halen yayınlanmamaktadır.

Türkiye Focus Dergisi: Önceleri Turizmde Focus ismiyle de yayınlanmış olan derginin ilk yayınlanma yılı, 1985'dir. Dergi, Türkçe ve İngilizce olarak yayınlanmakta ve içerisinde turizmle ilgili haber ve yazıların yanı sıra, gezi ve tanıtıcı yazılara da yer vermektedir. Dergi halen yayınlanmaktadır.

Outlook Turkey: Taya Limited tarafından 1992 yılında yayınlanmaya başlanılan dergi, İngilizce olarak hazırlanmıştır. İki aylık sürelerde yayınlanan dergi, 48 sayfadan oluşmuş ve renkli olarak hazırlanmıştır. Derginin, yayın yaşamı durdurulmuştur.

Turizm Endüstrisi Bülteni: Ekin Yazım Merkezi tarafından 1994 yılında hazırlanmaya başlanılan yayın, turizmle ilgili konularda haberlere yer vermektedir. Bülten, siyah-beyaz olarak yayınlanmaktadır.

Turizm & Teknik Dergisi:

İhlas Dergi grubu tarafından hazırlanmaktadır. 1995 yılında yayın yaşamına başlayan derginin şimdiye kadar üç sayısı çıkmıştır. Dergi turizm, otelcilik ve lokanta alt sektörleriyle ilgili haber ve yazılara yer vermektedir. Dergi, 112 sayfadan oluşmakta ve renkli olarak hazırlanmaktadır.

IX. ULAŞTIRMA ŞİRKETLERİNCE YAYINLANAN DERGİLER

Airport Magazine: Devlet Hava Meydanları İşletmeleri tarafından aylık sürelerde hazırlanan dergi, "koltuk arkası"

Türkiye'de turizm dergiciliği denilince, kuşe kağıda basılmış, parlak görünümü en az dört renkli ve bol resimli dergiler gelmektedir.

dergisi niteliğinde hazırlanmıştır. Dergi halen yayınlanmamaktadır.

Avrupa Postası: Avrupa Hava Yolları tarafından "koltuk arkası dergisi" olarak hazırlanmaktadır. Üç ayda bir yayınlanan dergi, gezi ve tanıtıcı yazıların yanı sıra, aktüel haberlere de yer vermektedir. 50 sayfadan oluşan dergi, renklidir.

Cityscope: Türk Hava Yolları A.O tarafından yayınlanmış olan dergi, Türkçe ve İngilizce olarak aktüel ve kültürel içerikli yazı ve haberlere yer vermiştir. Dergide yer alan konulara, şimdilerde Skylife dergisinin içerisinde yer verilmektedir.

Istasyon Magazin: TCCD Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmış bir "koltuk arkası dergisi"dir. Dergi, gezi ve tanıtıcı yazıları içermiş ve renkli olarak yayınlanmıştır. Dergi, şimdilerde yayınlanmamaktadır.

Skylife: Türkiye Hava Yolları A.Ş.'nin yayın organıdır ve "koltuk arkası dergisi" olarak hazırlanmaktadır. 1982 yılından bu yana yayınlanmakta olan dergi, eğlendirici ve bilgilendirici yöresel tanıtım ve kültürel içerikli yazılara yer vermektedir. Halen yayınlanmakta olan Skylife dergisi, renkli olarak hazırlanmakta ve genellikle 112 sayfadan oluşmaktadır.

Türk Hava Yolları Magazin: Türk Hava Yolları A.O tarafından hazırlanan bir "koltuk arkası" dergisidir. Dergi, şimdilerde "Skylife" adıyla yayınlanmaktadır.

Ulusoy Magazin: Ulusoy otobüs firmasınınca yayınlanan bir "koltuk arkası dergisi"dir. Dergi, renkli olarak hazırlanmakta ve 32 sayfadan oluşmaktadır.

Tren Magazin: TCCD tarafından özel bir ajansla yapılan anlaşma ile yayınlanan bir "koltuk arkası dergisi"dir. Dergide, aktüel haber ve yazılar yer almıştır. 48 sayfadan oluşan ve renkli olan dergi, halen yayınlanmamaktadır.

Varan Magazin: Varan otobüs firması tarafından hazırlanan dergi, 48 renkli sayfadan oluşmakta ve içeriği "koltuk arkası dergisi" niteliğine uygun olarak hazırlanmaktadır.

X. OTEL İŞLETMELERİNCE YAYINLANAN DERGİLER

Otel işletmeleri tarafından yayınlanan dergilerin sayısı bilinmemektedir. Hemen hemen bütün otel işletmelerinin belirli zamanlarda dergi veya bülten çıkardıkları görülmektedir. Otel işletmeleri tarafından çıkarılan dergilere örnek olarak aşağıdaki örnekler incelenebilir: Mavi Marmara Turizm ve Magazin Dergisi, Ramada Journal, Sürenli Magazin, Turizm Dergisi, Talya Magazin, Emek Hotels Magazine, İstanbul Hilton Magazine, Dedeman Magazine.

XI. SEYAHAT AJANTELERİNCE YAYINLANAN DERGİLER

Diners Clup Magazine: Setur Diners Clup Kredi Kartı ve Turizm İşletmeleri A.Ş. tarafından hazırlanan dergi, iki aylık sürelerde yayınlanmıştır. Aktüel ve magazin konuları ağırlıklı olan haber ve yorumlara yer veren dergi, renklidir. Şimdilerde yeni sayılarına rastlanılmamıştır.

Sesimiz: İstanbul Turizm Rehberleri Ofisi tarafından hazırlanan bir dergidir. Halen yayınlanmakta olduğuna ilişkin bilgi elde edilememiştir. Dergi, ilgili kuruluş faaliyetlerini tanıtıcı yazı ve haberleri içermektedir.

Tour News: Kamera Renklam tarafından hazırlanan gazete, tabldot boyda hazırlanmaktadır. 1986 yılından bu yana sürekli olarak çıkan gazete, turizm ve otelcilikle ilgili aktüel içerikteki haber ve yazılan Türkçe ve İngilizce olarak yayınlamaktadır. Renkli olan dergi, halen yayınlanmaktadır.

Medusa Turizm-Sanat Dergisi: UTEM Uluslararası Turizm Eğitim Ticaret Ltd Şti tarafından 1989 yılında yayın-

Turizm dergiciliği alanında son yıllarda gözlenen gelişme, turizm alt sektörlerinde yatırım yapanlar ile çıkarılanların seslerini dergi çıkararak duyurmaya yöneltmeleri şeklinde gerçekleşmiştir.

lanmaya başlanılan dergi, turizm ve sanatla ilgili haber ve yazılara yer vermektedir. Renkli olarak hazırlanan ve 48 sayfadan oluşan derginin halen yayınlanmakta olduğu hususunda kesin bilgi elde edilememiştir.

XII. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Değişik yayıncılar tarafından hazırlanan ve yayınlanan turizm içerikli dergilerin 10 ayrı başlık altında incelenmesi uygun görülmüştür.

İncelemeden ilk bakışta elde edilen sonuç; dergilerin çok belirgin olarak sürekli olmayan bir niteliğe sahip olduklarıdır. İnceleme kapsamına alınan ve bir anlamda da Türkiye'deki ulaşılabilen bütün turizm dergilerini temsil eden envanterdeki yayınların önemli bir bölümünün çok kısa süreli (1-3 sayı arasında) yayınlanmış oldukları gözlenmektedir. Söz konusu bu bulgu, Türkiye genelindeki diğer dergilerin durumuyla önemli oranda çakışmaktadır.

Öte yandan dergilerin hemen hemen tamamının magazin konularını içeren bir yayın politikasına sahip bulunduğu anlaşılmaktadır. Gerçekten de inceleme kapsamına alınan birkaç dergi dışında kalan dergilerin magazin ağırlıklı yayın politikasına sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra bütünüyle makale yayınlanmayan veya daha açık bir deyimle bilimsel dergi kimliğine sahip olan yayın sayısının 3-4 taneden öteye gidemediği ve bunların da süreklilik arz etmeyen bir yayın sürecine sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Daha çok Türkiye'ye özgü olan diğer bir husus da, makale yayımlayan dergilerin homojenlik arz etmediğidir. Daha açık bir anlatımla; yukarıdaki envanterde incelenen bütün dergilerde makale yayımlanmıştır. Bundan dolayı, Türkiye'de dünya genelinde gözlenen durumun tersine bir gelişme söz konusudur. Yani, araştırmacılar, akademisyenler veya sektör mensupları dergilerin bilimsel dergi olup olmadıklarına veyahutta bilim kuruluna

sahip olup olmamalarına bakmaksızın her dergide makalelerini yayımlama yoluna gitmektedir. Bundan dolayı araştırmacıların literatür taramalarında bütün dergileri dikate almaları gerekmektedir.

Dergilerin konu itibarıyla incelenmesi sonucunda; son yıllarda turizm sektöründeki gelişmelere koşut bir şekilde dergilerin de daha spesifik konulara yöneldikleri görülmektedir. Yani, başlangıçta turizm dergileri genel konuları içeren bir yayın politikasına sahip iken, şimdilerde dergilerin mesleki alanlarda yoğunlaşmaya başladığı gözlenmektedir. Örneğin tur rehberlerine, otel houskeeper'lerine, ön büro müdürlerine, teknik servis müdürlerine ve barmanlere yönelik dergilerin sayısında artış görülmektedir. Öte yandan otellere yönelik mal ve hizmet satan üreticiler de dergi yayınlamaya başlamışlardır. Buradan turizm sektöründeki gelişmelerin bir anlamda turizm dergiciliğinde de kendisini hissettirdiğinden söz edilebilir.

Turizm dergiciliğinde 1990 yıllarla birlikte önemli sayısal artışların yaşandığından söz edilebilir. Ancak, bu sayısal artışın istikrarlı bir gelişmeye sahip olmasa da, bazı konuların tartışılmaya başlandığı çeşitli kesimlerin seslerini duyurmaya yöneldikleri şeklinde yorumlanabilir. Söz konusu bulguyu; "çok sesli toplum" yöneline turizm sektöründen gelen "feedback" olarak yorumlamak mümkün görünmektedir.

Sonuç olarak; Türkiye'de turizm dergiciliğinin, turizm yayıncılığının diğer alt dallarında olduğu gibi, henüz yeni yeni uzmanlaşmaya ve içerik açısından doyurucu başladığı gözlenmektedir. Zira, önceki açıklamalarda da vurgulandığı üzere, önceki dönemlerde turizm dergiciliği denilince, turizmin her türlü konusunda yazılara ve haberlere yer veren yayınlar anlaşılmakta idi. Öte yandan, artık turizm dergileri, içerik olarak ne kadar magazin konularına yer verseler de her sayılarında en az bir tane makaleye veya araştırma

Türkiye'de yayınlanan turizm dergilerinin en karakteristik ortak özelliği, yayınlarının 1-3 sayı arasında yayınlanmış olmasıdır.

özetine yer vermektedirler. Bu durum, sözü edilen dergilerin okuyucularının araştırmaya dayanan yazılara giderek daha fazla ilgi gösterdiği şeklinde yorumlanabilir. Turizm dergiciliği alanında gözlenen diğer bir gelişme de; turizm alt sektörlerinde faaliyet gösteren demeklerin ve çalışanların kamuoyu oluşturmak amacıyla dergi çıkarma yolunu tercih etmeleridir. Gelişmeler, Türk turizm sektörü açısından olumlu yönde değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Aegean Sun Monthly Publication of Bodrum, Güllik & Millas, Semtember 1995, No0 13.
- Airport Magazin, Ekim 1988.
- Amfora Aylık Turizm-Tanıtım-Kültür-Çevre Dergisi, Haziran 1994.
- Antalya Magazine, Semtember, 1995 No: 10.
- Astor Turizm Dergisi, Yıl: 1, Sayı: 4, Haziran 1990.
- Barket Magazin, Sayı: 31, Nisan 1995.
- Burtod, Yıl: 1, Sayı: 1, 1989.
- Casino Magazine, Sayı: 1, Haziran 1993.
- Cityscope, 1993/2.
- Çalışanlar Toleyis, Sayı: 27, Ocak-Şubat 1992.
- Duyuru Listesi Ekim-Kasım-Aralık 1986, T.C. Turizm Bankası A.Ş. Araştırma ve Eğitim Başkanlığı Kütüphane ve Dokümantasyon Müdürlüğü, Ankara, 1987.
- Ekonomi ve Turizm Dergisi, Yıl: 8, Nisan 1993.
- Gastronomi Dergisi, (Intergastro Fuan Özel Sayısı, 1993).
- Globe Dergisi, Ocak 1993.
- GüleGüle Dergisi, Yıl:1, Sayı:1, Mayıs 1993.
- Gümtob, Yıl: 1, Sayı: 2, 1989.
- Image, Sayı: 7, 1987.
- İpek Yolu, Sayı: 8, 1995.
- İstanbul Lokantacılar Derneği Dergisi, Yıl: 1, Sayı:1, 1971.
- İstasyon Magazin, Haziran 1991.
- Kalkınma Dergisi, Sayı: 43, Haziran 1993.
- Karadeniz Tanıtım Aylık Turizm, Kültür, Sanat, Ekonomi ve Tanıtım Dergisi, Yıl: 1, Sayı: 2, Ocak 1991.
- KOMPLID Bülteni, Yıl:2, Sayı: 14, Aralık 1992.
- Lokanta, Otel, Pastane Aylık Hizmet Dergisi, Yıl: 1, Sayı: 2, Ocak 1993.
- Martid, Yıl: 1, Sayı: 1, 1988.
- Mavi Dünya Dergisi, Sıy: 13, Aralık 1992.
- Medusa Turizm-Sanat Dergisi, Kasım 1989.
- Mersin Turizm, Yıl: 1, Sayı: 1, 1988.
- New Focus Türkiye Turizm Magazine, Yıl: 4, Sayı: 14, İlkbahar 1988.
- Oleyiş Dergisi, Yıl: 1, Sayı: 1, Kasım 1993.

- Otel Teknolojisi Otel Teknik Müdürleri Dergisi, Sayı: 1, Mayıs 1995.
- Ottoman, Yıl: 1, Haziran 1990.
- Pasta Yiyecek-İçecek Dergisi, Yıl: 3, Sayı:10, 1988.
- Pastacının Sesi Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 14, Nisan 1993.
- Rehber, Yıl: 2, Sayı: 5, Temmuz 1995.
- Rehber Dünyası, Sayı: 2, Eylül-Ekim-Kasım 1990.
- Skylife Dergisi, Yıl: 13, Sayı: 146, Haziran 1995.
- Tatil Turizmcinin Dergisi, Yıl: 4, Sayı: 22, Temmuz - Ağustos 1994.
- T.C. Turizm Bankası A.Ş. Bülten, Yıl: 1, Sayı: 1, 1983.
- Tıbbi Ekoloji ve Hidro-Klimatoloji Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, 1983.
- Ticaret Turizm, Yıl: 1, Sayı: 1, Şubat 1992.
- Tomorrow Dergisi, Yıl:1, Sayı:1, Ocak 1993.
- TOTÖB Dergisi, Sayı:1, Haziran 1995.
- Tren Magazin, Aralık 1990.
- Turban Bülten, Yıl: 1, Sayı: 1, Nisan 1993.
- TUGEV Turizmde Seçme Makaleler, Sayı: 21, 1994.
- TUGEV Bülteni, Haziran 1994.
- TUGEV Yayın Duyu ve Makale Tarama Listesi, Mart-Nisan 1993.
- Turkuaz Dergisi, Yıl:1, Sayı: 1, Ocak 1993.
- Turing Dergisi, Sayı: 74/353, 1985/86.
- Turizm Bakanlığı Kütüphanesi Yayın Duyuru Listesi, Mart - Nisan 1995.
- Turizm Bülteni, 1994/8.
- Turizm Endüstrisi Bülten, Temmuz 1994.
- Turizm Magazine, Yıl:2, Sayı: 5, Haziran-temmuz 1995.
- Turizm Mecmuası, Yıl: 7, Sayı: 11/29, Eylül 1963.
- Turizm ve Çevre Hizmetleri Dergisi, Yıl: 1, Sayı: 1, 1992.
- Turizm ve Endüstrisi, No: 7, Mayıs 1993.
- Turizm ve Magazin, Yıl: 2, Sayı: 2-3, Şubat-Mart 1995.
- Turizm & Tourist Aylık Turizm Dergisi, Sayı: 1, Haziran 1987.
- Turizm Yatırımları ve Yan Sanayii Dergisi, Mayıs - Haziran 1992.
- Turizm ve Teknik Otel-Motel-Restaurant Arç ve Ge-reçleri Dergisi, Yıl: 1, Sayı: 2, Ağustos-Eylül 1995.
- Turizm Yıllığı 1985, T.C. Turizm Bankası A.Ş. Yayını, Ankara, 1986
- Tour News, Yıl: 8, Sayı: 98, Eylül 1992.
- Türk Hava Yolları Magazin, Yıl: 5, Sayı: 60, Nisan 1988.
- Türkiye Golf Magazin, Ağustos 1992.
- TÜRSAB Bülten, Şubat 1990.
- TÜRSAB Turizm Dergisi, Sayı: 139, Haziran 1995.
- Yelken Dünyası, Yıl: 9, Sayı: 108, Nisan 1993.
- TYD Dergisi, Sayı: 19, Ocak-Şubat 1995.
- Ulusoy Magazine, Yıl: 2, Sayı: 6-7, Eylül-Ekim 1988.
- Un Mamülleri Dünyası, Yıl: 4, Sayı: 3, Mayıs-Haziran 1995.
- Varan Magazin, Sayı: 10, 1995.

Türkiye'de bütün alanlarda olduğu gibi turizm yayıncılığı dalında da kurumsallaşmaya gidilmesi ve dergilerin yaşam sürelerinin kişiler için insiyatifine bırakılmaması gerekmektedir.

KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ'NDE TURİZM PLANLAMASI VE POLİTİKASI..

Turizmde planlama - politikalar ve KKTC turizm sektörü

DR. M. ALTINAY
DR. H.A. BİÇAK
DR. H. ALIPOUR

I. GİRİŞ

Ekonomik faaliyetlerin anahtar kavramı planlama olmakla beraber, planlama kavramı turizm endüstrisinin özel nitelikleriyle uyumlu olmalıdır.

Turizm, dünyadaki genel ekonomik durgunluğa rağmen büyüyen tek sektör konumundadır ve yirmibirinci yüzyılda da büyüyeceğine ilişkin göstergeler vardır. O halde iyi hazırlanmış ve seçilmiş planlama stratejilerine gereksinim vardır. Turizmin içerdiği farklı etkenler planlamaya dayalı politika uygulamalarını zorunlu kılmaktadır. Turizmin kapsamı ve karmaşık yapısı, turizmin olumlu ve olumsuz etkileri, konaklama ve çevrenin korunması bu etkenler başında gelmektedir.

Turizmin, çok sayıda insanın sürekli ve geçici seyahati ve konaklama imkanları olarak tanımlarsak, konunun karmaşıklığı yanında aktif ve sürekli planlama gereği ortaya çıkar. Yıllardır, turizmin gelişme sürecinde, sadece olumlu etkileri konu edilmiştir. Turizmin olumsuz etkileri gündeme gelmeye başladıkça turizm endüstrisinin gelişmesine yönelik tehditler artmaya başlamıştır. Söz konusu olumsuz etkilerin giderilmesi bir plan ve program çerçevesinde yürütülmelidir. Konaklama ve çevre turizmin temel dayanaklarıdır. Çevreyi koruma zorunluluğu ve kapasite genel turizm planlamasını gündeme getirmektedir.

Bu çalışmada sözü edilen üç etken çerçevesinde politika ve planlama sorunları, turizme etkileri ve planlama ilişkilerinin önemi vurgulanacak ve politika ve planlama çalışmalarına yön verilmeye çalışılacaktır. Çalışma bu çerçevede Kuzey Kıbrıs turizm sektörünü ele alarak oradaki uygulamalara da yer vermektedir.

II. TURİZM PLANLAMASINDA DİKKAT EDİLECEK BAZI NOKTALAR

Bir önceki bölümde belirtildiği gibi turizm sektöründe başarılı olabilmek için politikaların belirlenip bu politikalar çerçevesinde plan yapılması kaçınılmazdır. Ancak üretilen politikaların ve yapılan planların başanlı olabilmeleri için bazı önemli hususların gözönünde tutulması gerekmektedir. En etkili politikalar ve bu çerçevede yapılan en iyi planlar bile aşağıda sözü edilen unsurları içermiyorsa, istenileni vermesi beklenemez.

Politikaları belirleyenler ile planları yapanlar ve bunları uygulayanlar arasında organik bir bağın bulunması ve bu üç kesimin sürekli işbirliği içerisinde olması gerekmektedir. Merkezde belirlenen politika ve bu doğrultuda yapılan planlardan, turizm bölgesinde turisti ağırlayan kesimin habersiz olması en büyük eksikliklerdir. Yapılan bazı çalışmalar Türkiye'de merkez'de politika belirleyen ve plan yapan kesim ve uygulayıcı durumunda olan bölgeler arasında bağın kopuk olduğuna işaret etmektedir.

Başta Dünya Turizm Organizasyonu (WTO) olmak üzere birçok akademisyen turizm planlaması ve politikaları üzerine modeller hazırlamaktadırlar. Söz konusu modellerin birçoğu kalkınmış ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel yapısına uygun olarak hazırlanmış olmaları nedeniyle gelişmekte olan ülkelere uygulanmaları güçtür. Kalkınmakta olan ülkelere yönelik turizm plan ve politikalar ise ilgili ülke özelliklerini yeterince içermemeleri nedeniyle uygulanabilirlikleri kısıtlıdır. Bir ülkede çizilen turizm politikalarının ve bu doğrultuda yapılan planların, başarılı olabilmesi için genel prensipler yanında o ülkenin özel koşullarını da göz önüne

ABSTRACT

TOURISM PLANNING AND POLICY AND TOURISM INDUSTRY IN NORTHERN CYPRUS

In this study, the problems of tourism policy and planning, its effectiveness to the tourism industry, and the importance of relations related to the planning are emphasized. And it is also aimed that to be directed towards tourism policy and planning studies. Besides these, the study indicates the tourism industry in Northern Cyprus as well as the tourism policy and planning operations in that country.

Dr. M. Altınay-Dr. H.A. Bıçak-Dr. H. Alipoor, Eastern Mediterranean University, School of Tourism and Hotel Management, Gazimagusa, Northern Cyprus, Mersin 10, Turkey.

Dr. M. Altınay, Dr. H.A. Bıçak, Dr. H. Alipoor, Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde öğretim üyesidir.

*Yayınlanan makale, V. Ulusal Turizm Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

alması gerekmektedir. İlgili ülkelerin coğrafi, sosyal, tarihsel, kültürel ve ekonomik gerçeklerini hesaba katılmadan çizilen politikaların ve yapılan planların başarılı olması beklenemez.

İşbirliği içerisinde olması gereken diğer iki kesim ise, devlet sektörü ile özel sektördür. Ülke turizm politikaları çizilirken ve planlar yapılırken özel sektörün görüşlerinin alınmasının ötesinde sıkı bir işbirliği gerekmektedir. Aksi halde çizilen politika ve planların başarıya ulaşması beklenemez.

Turizm sektörünün başarıya ulaşabilmesi için çizilen politikaların ve bu doğrultuda yapılan planların aşağıda kısaca belirtilen konulara gereken önemi göstermesi ile mümkündür.

1. Turizm olgusunda şahsi ve maddi çıkarların ötesinde halkın çıkarlarının da gözetilmesi gerekir.

2. Yapılan planın dinamik, ileriye dönük, uygulanabilir dengeli ve sürekli (sustainable) olmasına dikkat edilmelidir.

3. Rakamsal analizlerle turizm olayının üretim, ithalat ve istihdama olumlu etkileri hesaplanırken, olumsuz etkileri de dikkate alınmalıdır.

4. Ülkenin kaynaklarını göz önüne alınarak gerçekçi planlar yapılmalıdır. Kapasitesinin üzerinde turist kabul edilmemelidir.

5. Politika ve planların neticeleri çeşitli uygulama safhalarında gözden geçirilmeli ve gerekli hallerde politika ve planlar revize edilmelidir.

6. Turist ile yakın ilişkide olan halkın çeşitli yöntemlerle eğitilmesi ve doğabilecek olumsuzlukların önlenmesi politika ve planların başarısı için gereklidir.

7. Altyapının gereken düzeye çıkarılması ve işletim etkinliğinin sağlanması turizm sektörüne başarı için önemli unsurlardır.

III. TURİZMİN KKTC EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE PLAN ÇALIŞMALARI

KKTC'de turizm, döviz gelirlerine etkisi ve ödemeler dengesine katkısı, gelir artışı ve istihdam yaratması, inşaat, ticaret, tarım ve sanayi gibi sektörlerin gelişmesine yardımcı olma özellikleri ile kalkınmada öncelikli potansiyel bir sektör konumundadır.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) turizm ekonomisi göstergelerine bakıldığında yaratılan katma değer ve (GSYİH) pay açısından turizm sektörü 1977-1986 döneminde dalgalanmalar göstermiş, ancak 1987 yılından itibaren (1991 hariç) daha istikrarlı bir gelişme tablosu çizmiştir. Ancak sabit fiyat bazında turizm sektörünün GSYİH'daki pay rakamlarının belli oranları aşmadığı gözlemlenmiştir

Diğer yandan GSYİH rakamlarının sadece turizm sektöründeki direk etkileri kapsadığını, turizmin sektörlerarası özelliği nedeniyle dolaylı ve uyarılmış etkileri içermediği de göz önünde tutulmalıdır.

KKTC'nin kıt kaynaklara, kısıtlı üretim olanaklarına, sınırlı iç piyasa ve işgücüne dayanan ada ekonomisine sahip olması, diğer küçük ülke ekonomileri gibi hizmetler sektörünü ön plana çıkarmaktadır. Turizm sektörü yıllar boyu açık veren dış ticaret dengesinin kapanmasına da en büyük etken olmuştur. 1977 yılında 57.1 milyon ABD \$'ı olan dış ticaret açığının %52.9'u net turizm gelirleri ile karşılanırken bu oran 1982 yılında %33.8, 1987 yılında %62.4 ve 1992 yılında %55.3 olmuştur. KKTC'ne gelen turist sayısı ve dolayısı ile elde edilen net turizm geliri ile doğru orantılı olarak yükselen bu oran, aynı zamanda dışalım miktarının büyüklüğü ve sektörlerin dışbağımlılığına da sıkı sıkıya bağlı bulunmaktadır.

Turizm sektöründe mevcut potansiyelin idamesi ve geliştirilmesine yönelik harcamalarla, sektöre yeni kazandırılan kaynaklar için yapılan harcamalar 1977-1992

Toplumun yapısı ile turizmi geliştirmenin ilgili topluma potansiyel etkileri (ekonomik, sosyal ve kültürel) belirlenmelidir.

yılları arasında 1977 sabit fiyatları ile toplam 312.7 milyon TL. olmuştur (Cari fiyatlarla toplam 45,167.0 milyon TL). Gerçekleştirilen toplam sabit sermaye yatırımlarının 180.2 milyon TL'lik kısmı kamu (%57.6) ve 182.5 milyon TL'lik kısmı da (%42.4) özel sektör tarafından gerçekleştirilmiştir. 1988 yılına kadar düşük oranlarda seyreden özel sektör yatırımları 1988'den itibaren, Turizm Endüstrisi Teşvik Yasası'nın da etkisiyle yükselmeye başlamıştır.

Turizm sektörü emek-yoğun bir sektör olması dolayısıyla çok önemli bir istihdam alanıdır. Gayri safi milli hasılaya olan katkıları nedeni ile de genel istihdam düzeyini olumlu yönde etkilemektedir. Gastronomi, konaklama, seyahat acenteleri, ulaştırma gibi doğrudan turistik mal ve hizmet sunan işletmelerde yaratılan istihdam olanakları artan turist sayısına paralel olarak artmakta ve dolayısıyla hem doğrudan istihdam hem de dolaylı istihdam kapasitesi yaratılmaktadır. 1977 yılında yaratılan toplam istihdam 1302 kişi iken bu rakam, 1982 yılında 1435'e, 1987 yılında 2121'e yükselmiş ve 1992 yılında 4089'a ulaşmıştır.

1. Birinci Beş Yıllık Plan Dönemi (1978-1982)

KKTC'de 1978 yılında planlı döneme geçilmiş ve birinci beş yıllık kalkınma planı 1978-1982 yıllarını kapsamıştır. Planın en önemli özelliklerinden birisi pazar ekonomisi stratejisini seçmiş olmasıdır. Bu dönemde KKTC'nin iklimi, tarihi ve doğal zenginlikleri, coğrafi konumu ile turizm potansiyelinin varlığı tesbit edilmiş ve turizm politikaları daha fazla kapasite arttırımı ve pazarlama konularında hedefler belirleyerek o yönde çalışmalar yoğunlaştırılmıştır. Birinci beş yıllık kalkınma planının turizm sektörü ile ilgili diğer önemli hedefleri ise aşağıda yer almaktadır.

1. Muhtelif ülkelerden artan sayıda turist çekilmesi,
2. Konaklama tesislerinde ortalama kalış süresinin uzatılması,
3. Mevsimsel dalgalanmaların önlenmesi,
4. Turizm gelirlerinin artırılması,
5. İç turizmin geliştirilmesi,
6. Kitle turizmine yönelmesi,
7. Etkin pazarlama ve tanıtma faaliyetlerinin yürütülmesi,
8. Turizme yönelik eğitim sisteminin düzenlenmesi,
9. Yatak kapasitesinin artırılması.

2. Ara dönem (1982-1987)

15 Kasım, 1983 yılında KKTC'nin ilanı ile gerek Cumhuriyetin kurulması ve gerekse dış politik konuların yoğunluğu, 1983 yılını takip eden 4 yılın yıllık programlar ile geçilmesini zorunlu kılmıştır. İkinci beş yıllık kalkınma planının 1988 yılında yürürlüğe girmesine kadar bu ara dönemde de bazı yıllık hedefler belirlenmiş ve bunlara ulaşmaya çalışılmıştır. Ancak birinci beş yıllık kalkınma planında olduğu gibi ara dönemde de belirlenen hedeflere ulaşabilmek için herhangi bir uygulama planından söz etmek mümkün değildir.

Bu dönemde belirlenen hedeflerin yanında ulaşım sorununun çözülmesi gelmiştir. Diğer hedefler ise personel standardının yükseltilmesi, potansiyel ülkelerde pazarlama faaliyetlerinin artırılması, yabancı girişimcilerin turistik yatırım yapmalarının teşvik edilmesi ve yasal düzenlemelerin yapılması olarak belirlenmiştir.

3. İkinci Beş Yıllık Plan Dönemi (1988-1992)

İkinci beş yıllık kalkınma planında belirlenen hedeflere bakıldığında ilk kez hizmet kalitesinin artırılması vurgulanmaktadır. Söz konusu planda sıralanan diğer hedefler ise aşağıda yer almaktadır;

Turizm kalkınma planlarının genel ekonomik kalkınma planı çerçevesinde düşünülmesi ve uyumlu olmasına dikkat edilmelidir.

1. Turizm dalında faaliyet gösteren kuruluşlar ile dış ülkelerdeki seyahat acenteleri arasında sıkı bir işbirliğinin kurulması ve turizmi teşvik uygulamalarının geliştirilmesi,

2. Üçüncü ülkelerden gelen turist sayısının artırılması,

3. Avrupa ve Orta Doğu ülkelerine direk ulaşım imkanlarının sağlanması yönünde Avrupa'ya uçak, TC'ye ve yakın ülkelere feribot seferlerinin başlatılması,

4. Hizmet kalitesinin yükseltilmesi,

5. Tanıtma faaliyetlerinin hızlandırılması,

6. Fiyatların rekabet edebilir düzeyde tutulması.

4. Üçüncü beş yıllık plan dönemi

Üçüncü beş yıllık plan döneminde açığa çıkan en önemli hedef doğa, tarih, kültür ve çevre varlıklarının korunması olarak belirlenmiştir. İlk kez turizm master planının yapılması ve diğer önemli yasaların çıkartılması ciddi bir şekilde ele alınmıştır. Ürün farklılaşmanın önemine değinilen plandaki diğer hedefler ise aşağıda verilmiştir.

1. Turizmin sezonunun yaygınlaştırılması ve geceleme sayısının artırılması,

2. Turizm gelişme hedeflerine göre eğitim planlamasının yapılması,

3. Uluslararası turizm kuruluşları ile ilişkilerin geliştirilmesi,

4. Turizm hizmetlerinin pazarlamasında ve tanıtımında özel kamu sektörü işbirliğinin sağlanması,

5. KKTC'ne turist gönderen başlıca ülkelerde turizm bürolarının açılması ve tur operatörleri ile işbirliğinin sağlanması,

6. Yatak kapasitesini arttırmak için, konut ve ev pansiyonculuğunun teşvik edilmesi.

IV. SONUÇ

Görüldüğü gibi I., II. ve III. beş yıllık planlarda, ortaya konulan ilke, amaç ve hedefler, gerçek bir master plan anlayışından yoksundur. Yirmi yılda yapılması gerekenler yapılmamıştır. Geç de olsa en erken bir zamanda master planının süratle hazırlanması şarttır. Halen bu doğrultuda bir çalışma başlatılmış durumdadır. Hazırlanacak olan bir master planının içermesi gerektiğine inandığımız temel unsurlar şunlar olmalıdır;

1. Toplumun yapısı ile turizmi geliştirmenin ilgili topluma potansiyel etkileri (ekonomik sosyal ve kültürel) belirlenmelidir. Diğer bir anlatımla, toplumun sosyal taşıma kapasitesi saptanmalıdır.

2. Toplumun her düzeyde katılımı sağlanmalıdır,

3. Toplum ve planlar arasında formal ve informal iletişim gerçekleştirilmelidir,

4. Toplum turizmin etkileri konusunda eğitilmelidir. Turizmin olumlu ve olumsuz yönleri halka anlatılmalı ve halk bu konuda bilinçlendirilmelidir,

5. Toplumun turizm alanındaki gelişmeleri sindirebilmesi için turizm alanındaki gelişmelerin aşırıya kaçınmasına dikkat edilmelidir,

6. Turizm pazarlaması iyi bir araştırmanın sonuçlarına dayandırılmalıdır. Hitap edilecek turist yapısı, turisti cezbeden hususların belirlenmesi, sunulan hizmetin kalitesinin ve maliyetinin hesaplanması v.b. hususların araştırılması ve bu doğrultuda uygun promosyon ve pazarlama teknikleri uygulanması gerekmektedir,

7. Turizm kalkınma planlarının genel ekonomik kalkınma planı çerçevesinde düşünülmesi ve uyumlu olmasına dikkat edilmelidir. Pazar ve ürün çeşitliliği yanında sektörel değerlerin de korunmasına özen gösterilmelidir,

Toplumun turizm alanındaki gelişmeleri sindirebilmesi için turizm alanındaki gelişmelerin aşırıya kaçmamasına dikkat edilmelidir.

8. Turistik yatırımların bir fiziki plan çerçevesinde yapılması şarttır. Bu çerçevede yapılacak yatırımların yatırım ve taşıma kapasitesi yanında doğal kaynaklarımızı, ekolojik, sosyal ve kültürel değerlerimizi olumsuz yönde etkilememesine dikkat edilmelidir,

9. Hedef alınan turist gruplarına ülkenin sosyal kültürel ve ekonomik şartları hakkında bilgi verilmeli ve toplumun hassas olduğu konular vurgulanmalıdır,

10. Turizm planlamasına süreklilik kazandırmak için uygulama ve sonuçların devamlı izlenmesi sağlanmalıdır. Bu doğrultuda hedef pazarın yakından izlenmesi, ekonomik kültürün takip edilmesi, rakip ülkeler karşısındaki rekabet gücünü etkileyen faktörlerin iyileştirilmesi ve gerekli tedbirlerin alınması v.b. konuların takip edilmesi zorunludur. □

KAYNAKÇA

Milli, R. C. (1990), *Tourism: The International Business*, Printice-Hall International Editions, Singapore.

World Tourism Organisation (1993), *Round Table on Beyond the Year 2000 Tourism Trends and Challenges*, 10th General Assembly, Bali, Indonesia.

(1993), *Round Table on Planning for Sustainable Tourism Development*, 10th General Assembly, Bali, Indonesia.

Gunn, C. A. (1988), *Tourism Planning*, Second Edition, Taylor and Francis Ltd., New York.

State Planning Organization, Prime Ministry (TFSK) (1979), *The Five Year Development Plan (1978-1982)*, State Printing House, Nicosia.

(TRNC) (1988), *Second Five Year Development Plan (1988-1992)*, State Printing House, Nicosia.

(1992), *Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1993-1997) (Tasan)*, State Printing House, Nicosia.

(1980-1994), *Yıllık Programlar*, Devlet Basımevi, Lefkoşa.

Turizm ve Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu (1992), *III. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1993-1997)*, Turizm ve Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Lefkoşa.

KKTC Merkez Bankası (1994), *Bülten*, No. 22, Lefkoşa.

Turistik yatırımların bir fiziki plan çerçevesinde yapılması şarttır. Bu çerçevede yapılacak yatırımların yatırım ve taşıma kapasitesi yanında doğal kaynakların, ekolojik, sosyal ve kültürel değerlerin olumsuz yönde etkilenmemesine dikkat edilmelidir.

Anatolia Turizm Yayınları Merkezi

yeni dönem kitap fiyatları

- | | |
|--|-------------|
| 1. Genel Turizm: İlkeler - Kavramlar
<i>N. Kozak - M. Akoğlan - M. Kozak</i> | 300.000 TL. |
| 2. Otel İşletmeciliği: Kavramlar - Uygulamalar
<i>Dr. D. Denizler - Dr. N. Tetik - M. Akoğlan - M. Yeşiltaş - M. Kozak (Editör: N. Kozak)</i> | 330.000 TL. |
| 3. Otel İşletmelerinde Kat Hizmetleri Yönetimi
<i>M. Akoğlan</i> | 230.000 TL. |
| 4. Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri
<i>Dr. M. Özdemir</i> | 350.000 TL. |
| 5. Anatolia dergisinin her sayısı (eski - yeni) | 100.000 TL. |

isteme adresi: Anatolia Dergisi, P. K. 589 06445 Yenisehir - Ankara
tel: (0312) 479 10 84

Turizmde kalifiye eleman açığı ve meslek yüksek okullarının etkinliğinin artırılması

KADIR ÖZTAŞ

I. GİRİŞ

Turizm, kalkınmakta olan ülkelerin döviz ihtiyaçlarını karşılayan can simidi konumunda bir sektördür. Fakat bu sektör, en küçük; sosyal, siyasal ve ekonomik istikrarsızlıktan etkilenmektedir. Türk turizmini bu açıdan etkileyen temel sorunlardan biride eğitilmiş eleman açığıdır.

Ülkemizde son on yıl içinde konaklama tesisleri yatırımında büyük bir aşama katetmiş; 1983 yılında 591 tesis ve 65 bin dolayında olan yatak sayısı, 1993'e ulaşıldığında 2.000'nin üzerinde tesis ve 300 bini aşan yatak sayısına ulaşılmıştır. Bu artış gerçekten çok kısa sayılabilecek bir sürede gerçekleşmiş ve Türkiye son yıllarda turizmde moda ülke olmuştur. Fakat bu hızlı gelişme yanında çok önemli sorunlarda getirmiştir. Bunlardan tanıtma ve pazarlama olayın bir yönü ise kalifiye eleman açığı ve dolayısıyla eğitim meselenin öteki yanısıdır. Hatta bize göre 'tanıtma ve pazarlama' sorununda turizm eğitiminin tam oluşmamasından ileri gelmektedir. Çünkü, yeterli eğitilmiş eleman; pazarlama ve tanıtma olayına yön vererek geliştirecektir.

Kalifiye eleman açığı, hizmet sektörü olan turizmde temel meseledir. Çünkü, beş yıldızlı tesis olabilir ama asıl olan servis ve hizmetin beş yıldızlı olmasıdır. Ülkemiz doksanlı yıllarla birlikte turizm eğitimine önem vermeye başlamış ve lise, iki yıllık yüksek okul ve dört yıllık yüksek okullarını çoğaltarak hizmete açmıştır.

Liseler bu eğitim basamağının en altını, dört yıllık okullar ise en üst basamağını temsil etmektedir. Bunun yanında akademik çalışmaya yönelik yüksek lisans ve

doktora eğitimi veren kurumlar da bulunmaktadır. İki yıllık meslek yüksek okulları sektörün ara eleman açığını gidermeye yönelik eğitim kurumlarıdır. Ülkemiz turizm sektörünün günümüzde en çok ihtiyaç duyduğu eleman grubu da budur.

II. TURİZME KALİFİYE ELEMAN GEREĞİ

Turizm sektöründe her zaman gündemde olan "kalifiye personel" sorunu, ülkemizin kitle turizmine yönelmesiyle ve birbiri ardına açılan tesislerin devreye girmesiyle daha acil çözümler beklemektedir. Eğitilmiş insan gücü sorunu, turizm sektörünün altyapı sorunuyla birlikte değerlendirilmelidir (Ünlü 1990, s. 115).

Turizm sektörünün sorunları arasında en çok sözü edilen eğitilmiş personel sorunu her kademedeki kendini hissettirmektedir. Ülkemizde değişik seviyelerde turizm eğitim veren kurumların varlığına rağmen, gerek yetişen öğrencilerin sayı olarak yetersizliği gerekse eğitim kurumlarının müfredat programlarından kaynaklanan nedenlerle mezunların arasında nitelik açısından büyük farklılıklar gözlenmektedir (Ünlü 1991, s. 57).

Turizm konusunda en önemli sorunumuz artan yatak ve turist sayısına paralel olarak kalifiye personel sayısının artmamasıdır. Turizmde 1983-1993 yılları arasında; turizm yatırımlarında beş kat turizm gelirleri ve turist sayısında on kat artış olmasına rağmen eğitilmiş personel sayısı ancak %30 civarında artmıştır. Bu nedenle, kamunun yanında özel sektörde devreye sokulması, otel-okul sistemi ile

ABSTRACT

THE LACK OF THE QUALIFIED PERSONNEL IN THE TOURISM INDUSTRY AND THE IMPROVEMENT OF EFFECTIVENESS OF THE SCHOOLS OF VOCATIONAL TRAINING

The qualified personnel in the tourism industry affects the improvement of service quality directly. This article is based on the research study held for a number of schools of vocational training of which purpose is to educate the staff and to improve their qualifications. By the filled inquiry forms which have been sent to and taken from the school representatives, the data depending upon the school activities and their effectiveness has been obtained.

Kadir Öztas, Selçuk University, Akşehir Vocational Training School, Akşehir-Konya, Turkey.

Kadir Öztas: Lisans, Çukurova Üniversitesi Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu; yüksek lisans, Erciyes Üniv. rsiteisi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı (1993), doktora, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Programı (halen öğrenci). Selçuk Üniv. rsiteisi Akşehir Meslek Yüksekokulu'nda öğr. tim görevlisi

çalışan uluslararası nitelikte kalifiye eleman yetiştiren okulların biran önce açılması gerekmektedir (Sezgin 1991, s. 78).

Kalifiye elemanın yeterli seviyeye ulaşmaması sonucunda; sektör de büyük ölçüde kalifiye olmayan sezonluk işçi çalıştırılmaktadır. Sonuçta verilen hizmetlerin kalitesi uluslararası standartlara ulaşmamaktadır. Personelin nitelik ve nicelik açısından eğitilmesi, turizm sektörümüzün geçeceği açısından son derece önemlidir.

Eğitilmiş personel yetiştirilmesinde en büyük yanlış, bu tür personelin 3-5 ayda nasıl olsa yetiştiririz zihniyetinin hakim olmasıdır. Bi ara kademe turizm personelinin uluslararası standartlarda yetişmesi için en az 2-3 yıla ihtiyaç olduğu gözardı edilmiştir (Hacıoğlu 1995, s. 25).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar ve yatırımcılar, tesis veya işletmelerinin çağdaş donatımlı olsa da, personelin nitelikli hizmeti olmaksızın yatırımın anlamını bulamayacağını fark etmeli ve bu yönde önlemler almalıdırlar. Her alanda her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de iktisadi ilişkilerin dışında veya içinde ama bir alt kategorisi olarak eğitim; istisnasız olarak hangi alan olursa olsun sektörün gelişme dinamiklerinden biri, belki en önemlisidir (Türsab 1993, s. 40).

Eğitim, dolayısıyla yetişmiş eleman bir sektörün varolmasının, ayakta kalmasının temel taşlarından biridir. Çünkü, insan faktörü her sistem için reddedilemez, yok sayılmaz ve etki alanı sınırlandırılmaz bir şekilde yaşamın içindedir. Bu durum, turizm gibi sürekli insan ilişkilerinin yoğun olduğu bir alanda tartışılmaz derecede açıktır. Bu nedenle, eğitilmiş personel ihtiyacının, turizmin gelişmesine paralel olarak önem verilmesi, turizm eğitimi veren kurumların plansız ve programsız bir şekilde devreye sokulmasından vazgeçelim, dünya standartlarında uygulama ve teorinin bir arada yürütülebileceği, otel-okul sistemine vakit kaybedilmeden geçilmesi turizmin geleceği için bir zorunluluktur (Türsab 1993, s. 40).

III. TURİZM EĞİTİMİ VEREN KURUMLARA GENEL BAKIŞ

Eğitimli personel ihtiyacını karşılamak üzere, ülkemizde ve genel olarak dünyada uygulanan iki sistem vardır. Biri; çeşitli nitelikte ve düzeyde eğitim veren resmi ve özel kurumlar; diğeri ise çekirdekten yetişen "alaylı" olarak tabir edilen, piyasa mekanizması içinde şekillenen "kendiliğinden" bir sistemdir (Türsab 1993, s. 40).

Turizm eğitimi; toplumda turizm bilincini yerleştirmek, turizm kaynaklarını koruyarak bilinci geliştirmek, turiste karşı; onun ekonomik gücüne, ırk, milliyet, din, dil, toplumdaki statüsüne, ahlak ve namus düzeyine, siyasal ideolojilerine göre ayırım yapmadan eşit ve dürüst hizmet etmek ahlakını ve terbiyesini vermek, turizmin sağladığı uzun vadeli çıkarlar üzerine dikkati çekerek saygıya ve konukseverliğe dayalı bir davranış düzeni yerleştirmektir (Ağaoğlu 1991, s. 37).

Ülkemizdeki turizm eğitiminin resmi başlangıç tarihi 1953 yılında Ticaret Meslek Liselerinde turizm meslek kurslarının açılmasıyla gerçekleşmiştir. 1953'ten 1993'e kadar geçen kırk yıllık sürede örgün öğretim yanında yaygın öğretimde gelişmiştir. Çeşitli eğitim kurumlarının programlarına turizm dersleri girmiştir. Halen sayıları 90 civarında olan turizm eğitim kurumlarından her yıl 4 bin civarında genç mezun olmaktadır (Türsab 1993, s. 40).

Ülkemizde 90 civarında olan turizm eğitim kurumlarının dağılımı şöyledir:

◆ Turizm Bakanlığına bağlı dokuz ayrı bölgede, sekiz aylık eğitim veren Turizm Eğitim Merkezleri (Turem) (Turizm Bakanlığı 1993, s. 2).

◆ Eğitim süreleri altı ila sekiz ay ve sayıları beş civarında olan özel turizm kursları (Türk Turizm Sektörü Rehberi 1992, s. 25-28).

◆ Özel Otelcilik Meslek Liseleri,

Turizm sektöründe her zaman gündemde olan kalifiye personel açığı sorunu, Türkiye'nin kitle turumüne yönelmesiyle ve birbirini ardına açılan tesislerin devreye girmesiyle daha acil çözümler beklemektedir.

◆ Milli Eğitim Bakanlığına bağlı sayıları 26 olan Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri ile sayısı bir olan Anadolu Aşçılık ve Meslek Lisesi (Türsab 1993, s. 41).

◆ Üniversitelerin Meslek Yüksek okullarına bağlı olarak eğitim veren iki yıllık ve sayıları 45'e ulaşan Turizm ve Otelcilik bölümleri,

◆ Yine Üniversitelere bağlı yedi adet dört yıllık Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik yüksekokulları (ESYM 1993, s. 26-30).

◆ Ayrıca, bunlara ek olarak Üniversitelerin Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyelerinde ihtisaslaşma ve akademik çalışmalara yönelik Yüksek Lisans ve Doktora çalışması yürüten kurumlar (Türsab 1993, s. 41).

Bu turizm eğitim kurumlarının temel amacı, turizm sektöründe işgörececek elemanları temel eğitimden geçirmek, tüm eğitim alanlara turizm birinci ve felsefesini kazandırmak, yönetim tekniklerini öğretmek ve dünyada hakim, kabul görmüş anlayışa uyum sağlamak yeni kavram, fikir ve teknolojileri kavrayabilecek üst düzey turizm profesyonellerini yetiştirmek (Türsab 1993, s. 41).

Turizm eğitimi veren kurumlar devletten destek almakta iseler de bu desteğin yeterli olup olmadığı tartışmaya açıktır. Özel sektör ve devletin sürekli ifade ettiği gibi eğitilmiş eleman açığının her geçen gün kapanması zorlaşmakta, fakat gerek özel sektörün gerekse devletin bu konuya gerekli desteği verdiklerini söylemek pek mümkün görünmüyor. Bu konuya destek verebilecek başka bir kurumsal yapının bulunmaması hatırlanırsa, sorunun boyutları ve önemi daha net olarak ortaya çıkmaktadır (Korzay 1992, s. 289).

Mevcut eğitim kurumlarında eğitilen meslek elemanlarının büyük çoğunluğunun mesleği icra etmedikleri veya meslekten kaçtıkları görülmektedir. Yetersiz olarak nitelendiğimiz bu oranlar; TU-

REM'lerde %75.5 Otelcilik Meslek Liselerinde %85.7, Yüksekokullarda %77.7 olarak ortaya çıkmaktadır. Bu duruma göre turizm eğitim kurumlarının verimsizliği ortalama %80.2'ye ulaşmaktadır ki, bu çok büyük bir orandır. Diğer bir ifadeyle söz konusu eğitim kurumlarının etkenliği %19.8 olarak görülmektedir (Ağaoğlu 1991, s. 121).

Bu nedenle, en iyi yatırımlardan birinin insana yapılan yatırım olduğuna inanarak; turizm eğitimini dünya standartlarına ulaştırmak için gerekli bütün yatırımların acilen yapılması hem turizm sektörünün geleceğini garanti altına almaktır hem de mevcut eğitim sisteminde yetişen elemanların %80'inin başka sektörlerle kaçmalarını önleyerek emek-para israfı önlenecektir (Ağaoğlu 1991, s. 120).

Emek-para ve zaman harcamasına son verip; turizm sektöründe tesisler seviyesinde yakaladığımız dünya standartlarını hizmet düzeyinde yakalamak için; devlet özel sektör ve sendikal kuruluşlar işbirliği içinde olmalı karşılıklı destek ve koordinasyon ile hareket etmelidirler. Ancak bu şekilde sektörün eleman açığını gidermek ve düzenliliğini sağlamak mümkün olacaktır (Türsab 1993, s. 47).

Gerekli olan bu iyi niyetli dileklerin hayata geçirilerek eğitim veren kurumlarımızın şu eksiklikleri giderilmelidir:

- ◆ Uzman eğitici yetersizliği,
- ◆ Dökümanter belge eksikliği,
- ◆ Uygulama imkanlarının yetersizliği,
- ◆ Turizm ve Otelcilik eğitim standartlarının belirlenmeyişi,
- ◆ Stajlar konusunda okul-otel koordinasyonunun eksikliği,
- ◆ Sektörün özelliğine uygun gelişme araç-gereçlerin okullarda bulunmaması,
- ◆ Turizm eğitiminde önemli bir yeri olan yabancı dil eğitiminin gerekli standartlara ulaşmaması,

Kalifiye personel sayısının yeterli düzeye ulaşmaması, turizm sektörünü büyük ölçüde kalifiye olmayan personel istihdam etmeye yöneltmiştir.

◆ Turizm sektörünün bölümlerinin ihtiyaç oranlarının belirlenmemesi ve basma kalıp öğrenci yetiştirilmesi (Türsab 1993, s. 42).

IV. TURİZM EĞİTİMİNDE MESLEK YÜKSEK OKULLARININ GEREĞİ

1. Meslek yüksekokullarının konumu

Meslek Yüksekokullarını Turizm ve Otelcilik bölümleri Üniversitelerimizin bünyesinde iki yıllık eğitimle önlisans diploması veren eğitim kurumlarımızdır. Turizm eğitimi veren kurumlar açısından da ara kademe dediğimiz sektörün ihtiyaç duyduğu elemanları yetiştiren okullar durumundadır. Lise seviyesindeki turizm eğitimi ile sektörün alt kademe personel ihtiyacı karşılanırken, 4 yıllık yüksekokullarla da üst kademe personel açığını kapatma amacı taşımaktadır (Timur 1992, s. 52).

Eğitim sürecinde ortaya çıkan eksiklikler ve aksaklıkların giderilmesi, eğitim veren kurumların eksiklikleri ve yapısal sorunları ile büyük ölçüde bağdaşmaktadır. Bu alanlarda yeni düzenlemelere gidilmediği sürece çözüm yollarına kavuşmak mümkün gözükmemektedir. Çözüme giden ilk adım ise sorunların belirlenmesinden ve varlığının kabul edilmesinden geçmektedir. Eğitim kurumlarının sektörü besleyen anadamar olduğunun görülmesi ve gereken önemin, özenin turizmle ilgili her kurum tarafından gösterilmesi bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır (Türsab 1993, s. 42).

Mesleki turizm eğitimi; turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu, kişilere; yenilikleri, mesleki beceri kazandırmayı hedefleyen bir eğitim şeklidir. Turizm endüstrisinin temel ögesi insandır. Emek yoğun bir üretime dayalı olması nedeniyle ihtiyacın ön planda tutulmasını gerektirir (Timur 1992, s. 53).

Sektörün özellikle ara personele olan ihtiyacı dikkate alındığında Meslek Yüksekokulları düzeyinde uygulanan eğitim

programlarının meslek derslerinden çok; işletme, pazarlama, muhasebe gibi dalların ağırlıklı olarak sürdürülmesi ve uygulamalı eğitimi gerektiren bu dalda, eğitimin bu yönünün eksik bırakılması mezunların iş bulma şansını olumsuz yönde etkilemektedir (Ünlü 1991, s. 115).

Ara yönetim kademesinin ihtiyaç duyduğu personelleri yetiştirmeye çalışan Meslek Yüksekokulları gayeleri iyi belirlenememiş olmasına rağmen iki yıl içinde sayıları %100'den fazla artışla 45 civarına ulaşmıştır. Bu okullardan mezun olanların, ancak %15 civarında sektörde çalıştığı ortaya çıkmaktadır. Bu durumda bize okulların yeniden bir yapılandırma ile verimliliğinin artırılması gereğini ortaya koymaktadır (Aksü 1992, s. 28).

Mevcut eğitim modellerinin yetersizlikleri gözönüne alındığında çok ortamlı bir eğitim modelinin kurulum işletilmesi rasyonel bir çözüm olarak ortaya çıkmaktadır. Kurulacak eğitim modeli eğitim araçlarının yerinde kullanılmasının yanı sıra, sektörün kurulu kapasitesinin okullaştırılmasında beraberinde getiren bir sistem olmalıdır (Ünlü 1991, s. 71).

2. Meslek yüksekokullarına etkililik kazandırılması gereği

Meslek Yüksekokulları turizm eğitimi, sadece otelcilik sektörü için personel yetiştirmeye çalışmakta, bu durumda sektörün eleman sorununun çözülmeyeceği anlaşılmakta; verimli bir turizm eğitim modelinin doğrudan ve dolaylı ilgili her kesimin ihtiyacına cevap verebilecek şekilde uygulamaya konması hayatiyet arz etmektedir. Günümüzde, maalesef gayeleri ve hedefleri iyi saptanmamış MYO'ları Turizm ve Otelcilik bölümleri; turizm saçıyağının ulaştırma ve hizmet pazarlaması pek önemsememekle beraber, turizm eğitimine devam etmekte ve yine maalesef bu eğitimden geçenlerin büyük bir çoğunluğu sektörde çeşitli sebeplerden dolayı çalışmamaktadır (Aksü 1992, s. 28).

Eğitilmiş personel yetiştirilmesindeki en büyük yanılgı, bu tür personelin 3-5 ayda yetiştirilbilir sanılmasından kaynaklanmaktadır.

Turizm sektörünün ihtiyacı olan nitelikli işgücünü sağlayacak kaynaklarını (eğitim kurumlarının) nicelik ve nitelik olarak yetersiz kalması ve belirli bir standartlaşmayı beraberinde getirmemesi başka teknolojilerin devreye sokulmasını gerekli kılmaktadır. Sektör kamu ve eğitim kurumu bağlantısı sürdürecektir. Kurulmuş tesis kapasitelerinin eğitim amacıyla kullanılmasını sağlayacak çok ortamlı bir eğitim sisteminin kurulması zorunludur (Ünlü 1991, s. 115).

MYO'ları eğitim programları yeniden gözden geçirilerek, eğitimde uzmanlaşmaya gidilmelidir. Turizm sektöründe konaklama ile seyahat sektörü tümüyle birbirinden ayrılmaktadır. Bu nedenle MYO'ları Turizm ve Otelcilik bölümleri şu alt bölümlerde branşlaşabilir:

- ◆ Konaklama işletmeciliği,
- ◆ Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü,
- ◆ Gastronomi ve Animasyon,
- ◆ Tanıtma, Planlama ve Pazarlama (Özaktaş 1992, s. 85).

Olaya MYO'ları Turizm ve Otelcilik bölümleri açısından bakarsak; halen mevcut 45 Turizm ve Otelcilik bölümüne

ve ayrıca bunlardan 13'ünün ikinci öğretimde olduğu düşünülürse; 58 turizm ve Otelcilik bölümünün normal öğretimine 2.020 öğrenci, ikinci öğretime 610 öğrenci ve Bilkent Üniversitesi Turizm ve Otelcilik bölümüne özel yetenek ve mülakatla 600 öğrenci olmak üzere; toplam 3.230 öğrenci turizm ve otelcilik bölümlerine alınmaktadır (Esym 1993, s. 2630).

Bu öğrenciler 45 değişik okulda çeşitli seviye ve şekillerde öğrenim görmektedirler. Sonuçta bunların ancak %15-20'si sektörde çalışmakta ve büyük miktarda emek, para ve zaman israfı olmaktadır. Bu nedenle Turizm ve Otelcilik bölümlerinin amacına tam anlamıyla ulaşması için; 45 değişik yörede kurulu olan bu okulların, turizm eğitimi için elverişli 15-20 çevrede toplanması uygun olacaktır. Buralarda toplanan okullar, yukarıda belirttiğimiz branşlaşmaya yönelik olarak sektörün ihtiyaç oranları belirlenmeli ve bu hedefe göre her okula 200 öğrenci özel yetenek ve test sınavı ile alınmalıdır. Bu sayede hem sektörün değişik branşlarda ihtiyaç duyduğu eleman yetişecek hem de dünya standartlarında turizm eğitimi gerçekleşecek böylece yetişen elemanlar, turizm eğitimini yeterli seviyede aldığı için sektörde çalışacak; emek, para ve zaman israfı

TABLO -1: Ankete cevap veren Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Otelcilik Programları

<p>ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ Erzurum MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p> <p>ANADOLU ÜNİVERSİTESİ Eskişehir MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p> <p>ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ Bolu MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p> <p>BİLKENT ÜNİVERSİTESİ Turizm ve Otelcilik MYO</p> <p>BOĞAZIÇI ÜNİVERSİTESİ Turizm ve Otelcilik MYO</p> <p>GAZİOSMAN PAŞA ÜNİVERSİTESİ Niksar MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p>	<p>FIRAT ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p> <p>KARAEĞİRCİ ÜNİVERSİTESİ Safranbolu MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p> <p>MERSİN ÜNİVERSİTESİ Mersin MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p> <p>NİĞDE ÜNİVERSİTESİ Niğde MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p> <p>MUĞLA ÜNİVERSİTESİ Muğla MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p> <p>SAKARYA ÜNİVERSİTESİ Sakarya MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p> <p>ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ Bursa MYO Turizm ve Otelcilik Bölümü</p>
--	--

Turizmde 1983-1993 yılları arasında turizm yatırımları beş kat artış gösterirken ve turizm gelirleri ve turist sayısında on kat artış olmasına karşılık; eğitilmiş personel sayısı ancak % 30 civarında artmıştır.

asgari seviyeye çekilebilecektir (Esym 1993, s. 26-30).

V. ANKET SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

1. Anketin amacı

Meslek yüksekokulları turizm ve otelcilik bölümlerine yönelik anket çalışmamızın amacı; sayıları 45'i aşan turizm ve otelcilik bölümlerinin mevcut durumları, eksiklikleri, hedefleri ve beklentilerini öğrenmek amaçlanarak, etkinliklerinin artırılması için öngörüş elde etmek amaçlanmıştır.

2. Anketin kapsamı

Anket kapsamına; Üniversitelerimizin MYO'ları bünyelerinde faaliyet gösteren Turizm ve Otelcilik bölümleri dahil edilmiş ve 45 okuldan tesadüfi yöntemle seçilen 25 bölüme anket formu gönderilmiş; bunlardan 13'ü anketimize direkt olarak katılmış olup ikisi kuruluş aşamasında olduğu için anketimize katılmamış, diğer 10 okuldan ise hiç bir cevap alınamamıştır.

3. Anketin değerlendirilmesi

Ankete katılan eğitim kurumlarımızın genel durumlarını değerlendirecek olursak, şu sonuçlara ulaşmak mümkündür:

- ◆ Öğretim elemanları (özellikle mesleki derslerde) yeterli görülmemektedir,
- ◆ Okul binaları turizm eğitimi için, özellikle uygulama için elverişli değildir,
- ◆ Staj süreleri yetersiz ve stajlere sektör gerekli kolaylığı sağlamamaktadır,
- ◆ Öğrencilerin mezuniyetten sonra sektörde çalışma oranları düşüktür,
- ◆ Okullarımızın büyük bir çoğunluğu (%92.4), bu bölümlere öğrenci alımının özel yetenek ve mülakatla alınması yolunda hemfikirdirler,
- ◆ Okullarımızın tamamı, okullarının o yörede açılmasını isabetli görmüşlerdir.

Fakat bu durum bize göre kendini savunma duygusunun bir sonucudur. Araştırmalarımıza göre bu yörelerin bir çoğu turizmde oldukça geri olan yörelerdir. Örneğin Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ahlat ve Adilcevazda turizm ve otelcilik bölümleri bulunurken, Türk turizmde önemli yeri olan Alanya'da böyle bir okul yoktur.

V. SONUÇ

Ülkemiz turizmi, konaklama tesisleri yatırımda gösterdiği başarıyı, eğitim alanında gösterememiştir. Bu nedenle ülkemize yönelik talep fazlası dönemi aşıldıktan sonra, sektörde eğitilmiş personelin önemi anlaşılmıştır.

Bütün bunlara rağmen vakit çok geçmiş sayılmaz. Son yıllarda turizmde gözlenen turistik ürün çeşitlemesi çalışmaları ile yeni bir canlılık kazanacak olan turizmimizi ikibinli yıllara taşıyacak olan personel eğitimine gereken önemin verilmesi gerekir.

Öte yandan turizmimizin temel sorunu olan ara kademe personel açığını kapatmaya yönelik olarak eğitim veren MYO Turizm ve Otelcilik bölümlerinin, öğretim elemanı ihtiyacı, uygulama bina ve araçlarına olan gereksinimleri karşılanmalı ve etken eğitim seviyesine ulaştırılması turizmimizin önümüzdeki yıllarda karşılaçağı muhtemel darboğazları gidermede önemli yer tutmaktadır.

MYO Turizm ve Otelcilik bölümlerinin mevcut verimliliğinin %20 civarında olduğu gözönünde bulundurularak; bunun sebepleri araştırılmalı ve bu okullara öğrenciler mutlaka özel yetenek ve mulakat sınavı ile alınmalıdır. Bu doğrultuda, turizmle ilgili bütün kurum ve kuruluşların işbirliği içinde hareket ederek turizmin temel sorunlarında olan kalifiye eleman açığının kapatılması gereklidir.

Kalifiye eleman sorununu temel olarak görmek buna bağlı olarak ortaya çıkacak diğer sorunlarda bertaraf etmede önemli rol oynayacaktır.

Ara yönetim kademelerinde ihtiyaç duyulan personelin yetiştirilmesi için çalışmalarda bulunan MYO'lar, amaçları iyi belirlenememesine rağmen, iki yılda sayıları 63'e ulaşmıştır.

TABLO - 2: Anket bulgularının genel gösterimi

	n	%
Ankete katılım		
Tesadüfi yöntemle anket gönderilen myo	25	100.0
Ankete direkt olarak cevap verenler	13	52.0
Ankete kuruluş aşamasında olup katılmayan	2	8.0
Ankete hiç katılmayanlar	10	40.0
Öğretim elemanlarının çalışma durumları		
Tam zamanlı	114	61.2
Yarı zamanlı	72	38.8
Öğretim elemanlarının mesleki ihtisas durumları		
Turizm işletmeciliği ve otelcilik y.o. mezunu		53.8
Turizm alanında yüksek lisanslı		61.5
Turizm alanında doktoralı		53.8
Yurtdışı turizm ihtisaslı		23.0
Mesleki ders verecek öğretim elemanına ihtiyacımız var mı?		
Evet		38.5
Hayır		61.5
Okul binasını yeterli bulma		
Yeterli bulan		53.8
Yeterli bulmayan		46.2
Okulun turizm eğitimi vermeye elverişli bulma		
Elverişli bulan		30.7
Eylverişli bulmayan		69.3
Uygulama oteli var mı?		
Var		15.3
Yok		84.7
Öğrencilerin staj süresi		
40 işgününden az		7.6
40 işgünü		30.6
75 işgünü		23.4
Diğer		38.4
Staj süresi mesleki bilgi ve deneyim için yeterli mi?		
Yeterli		30.6
Yetersiz		69.4
Staj yerlerinde aranan şartlar		
Turistik belgeli her tesis olabilir		46.2
En az 3 yıldızlı		23.4
En az dört yıldızlı		15.3
Beş yıldızlı		15.3

Meslek yüksek okulların müfredat programları yeniden gözden geçirilmeli ve her okul belli alanlarda uzmanlaşmaya gitmelidir.

TABLO - 2: Anket bulgularının genel gösterimi (Devam)

Staj yerlerini nasıl belirleniyor?	
Okul anlaşma yapıyor	23.1
Belirtilen şartlar dahilinde öğrenciler belirliyor	53.8
Okula başvuran tesislerden seçiliyor	23.1
Öğrencileriniz staj yeri bulmakta güçlük çekiyorlar mı?	
Evet	46.2
Hayır	53.8
Staj yeri bulmaktaki güçlüklerin sebepleri nedir?	
Tesislerin stajyer öğrenciler ucuz işgücü olarak görmeleri	46.2
MYO öğrencileri için staj kanununun bulunmaması	23.1
Öğretim takviminin turizm sezonuna uygun olmaması	30.7
Öğrencilerin ne kadarı mezuniyetten sonra sektörde çalışıyor?	
%15-50 arası	53.8
İstatistiki veri yok	46.2
Programların başlıca sorunları	
Uzman öğretim elemanı bulma zorluğu	30.7
Bina turizm eğitim için yeterli değil	46.1
Araştırma-geliştirme imkanları sınırlı	53.8
Mesleki dil eğitimi yetersiz	38.4
Uygulama imkanları sınırlı	69.2
Turizm programlarını seçen öğrencilerin genel eğilimi	
Turizmin bilincinde, severek seçim	30.8
Boşta kalmamak bir yükseköğrenim görmek için	38.4
Turizmi bilmeden çekinerek geliyorlar fakat, severek mezun olup sektörde çalışıyorlar	30.8
Turizm bölümlerine öğrenciler nasıl alınmalı?	
Mevcut uygulama gibi merkezi sistemle	7.6
Özel yetenek ve mülakat sınavıyla	92.4
Staj süresince öğrencilerinizi denetleyebiliyor musunuz?	
Yeterince olmasada evet	61.5
Hayır	38.5
Turizm programının açılmasında yer seçimi doğru mu?	
Evet	100
Hayır	0

Mevcut eğitim modellerinin yetersizlikleri göz önüne alındığında çok ortamlı bir eğitim modelinin kurulup işletilmesi rasyonel bir çözüm olarak ortaya çıkmaktadır.

Meslek yüksek okulları düzeyinde uygulanan müfredat programlarının meslek derslerinden uzak konularda yoğunlaşması, mezunların iş bulma şansını olumsuz yönde etkilemektedir.

KAYNAKÇA

AĞAOĞLU, O. Kemal (1991), Türkiye'de Turizm Eğitimi ve Etkenliği, MPM Yayınları, Ankara.

AKSÜ, M. Seha (1992), "Turizmde Eğitim", TÜRSAB Turizm Dergisi, Haziran 1992.

HACIOĞLU, Necdet (1991), "Turizmde Yeni Gelişmeler ve Sorunlar", Turizm Dünyası, Nisan 1991.

KORZAY, Meral (1992), "Turizmde İstihdam ve Eğitim", 3. İktisat Kongresi 4-7 Haziran 1992, DPT Yayınları, Ankara.

OLALI, Hasan (1989), Turizm Politikası ve Planlaması, İ.Ü. İşletme İktisadi Yayınları, İstanbul.

ÖZAKTAŞ, Adnan (1992), "Turizm Eğitiminde Sorunlar ve Öneriler", Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, 9-11 Aralık 1992, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara.

SEZGİN, Orhan Mesut (1991), "Uygulamalı Turizm Yatırımları ve Teşvik Tedbirleri", Turizm Yıllığı 1990, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını, Ankara.

TİMUR, Alp (1992), "Türkiye'de Turizm Eğitiminin Yapısı, Uygulanan Politikalar ve Sonuçları", Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, 9-11 Aralık 1992, Turizm Bakanlığı turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.

"Turizm sektöründe Eğitimin Yeri", TÜRSAB Turizm Dergisi, Haziran 1993.

TURİZM BAKANLIĞI (1993), Turizm Bülteni, Mart 1993.

BOĞAZIÇI ÜNİVERSİTESİ (1992), Türk Turizm Sektörü Rehberi, İstanbul.

ÜNLÜ, İlhan (1990), "Turizm Eğitimi Sertifika Programı", Turizm Yıllığı 1988-1989, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. yayını, Ankara.

ÜNLÜ, İlhan (1991), "Uzaktan Eğitim Teknolojisinin Turizm Eğitiminde Kullanılması", Turizm Yıllığı 1990, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını, Ankara.

ÜSYM, 1993 İkinci Basamak Öğrenci Kılavuzu, Ankara.

yakında çıkıyor...

Türkiye turizm tezleri bibliyografyası (1952 - 1994)

NAZMİ KOZAK

- 361
ŞAHİN, Adem: Yatırım Projelerini Değerlendirme Kriterlerinin Turizm Yatırım Projelerine Uygulanması ve Türkiye'deki Durum (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1984.
- 362
ŞAHİN, Adem: İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye'de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi (Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1989.
- 363
ŞAHİN, Mustafa: KKTC'de Turizm Sektörünün Yapısı ve Sorunları (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1988.
- 364
ŞAVKLI, Vuray: Turizm Sektörüne Uygulanan Teşvikler ve Turizm Yatırımlarına Etkisi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1991.

Toplam 1050 tezin yer aldığı bibliyografya, 128 sayıdan oluşmakta ve kullanımda işlevselliğin sağlanabilmesi amacıyla; tezler, öncelikle belli başlı konularına göre sınıflandırılmakta; ve ardından da anahtar sözcükler yardımıyla oluşturulan kavramsal ve ayrıca yazar dizinine yer verilmektedir.

Anatolia Dergisi bibliyografyası (1990-1995)

hazırlayan : NAZMİ KOZAK

İlk sayısı Ocak 1990 tarihinde yayınlanan Anatolia Dergisi'nin altı yıllık yayın döneminde yayımlanan yazıları içeren bibliyografya aşağıda yer almaktadır. Bibliyografyada yer alan künyelerin açıklaması aşağıdaki örnekte verilmektedir. Bibliyografya, yazar adına göre hazırlanmıştır.

Ağaoğlu, Bülent: "Turizm bibliyografyası'ndan "Bülent Ağaoğlu bibliyograflarının bibliyografyasına..", 6/1, 1995, 24-29.

Burada;

(Ağaoğlu, Bülent) = yazar soyadı, adı

("Turizm bibliyografyası'ndan "Bülent Ağaoğlu bibliyograflarının bibliyografyasına..") = yazının başlığı,

(6/1) = yazının yayımlandığı cilt / sayı

(1995) = yayımlandığı yıl, ve

(24-29) = sayfa numarasıdır.

A

Ağaoğlu, Bülent: "Turizm bibliyografyası'ndan "Bülent Ağaoğlu bibliyograflarının bibliyografyasına..", 6/1, 1995, 24-29.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Akoğlan, Meryem: Kat hizmetleri departmanında verimli malzeme seçimi, 5/3, 1994, 42-44.

Akoğlan, Meryem-Kozak, Nazmi: Otel işletmelerinde personel kullanım alanları üzerine bazı gözlemler, 6/2, 1995, 36-39.

Aktaş, Ahmet-Boyacı, Cemil: Konaklama sektöründe insangücü araştırması ve Antalya örneği, 6/3-4, 1995, 48-62.

Alipour, Hasan- Altınay, Mehmet-Bıçak, Hasan Ali: Turizmde planlama-politikalar ve KKTC turizm sektörü, 6 / 3-4, 1995, 87-91.

Altan, Zekai: Antik Lambusa kentinin mezarlık alanı gün ışığına çıkarılıyor, 5/3, 1994, 16-19.

Altınay, Mehmet-Bıçak, Hasan Ali: KKTC turizm sektörünün kuvvetli ve zayıf yönlerinin değerlendirilmesi, 5/3, 1994, 58-63.

Altınay, Mehmet-Yıldırım, Aytaç: Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde turizm ve otelecilik eğitimi, 5/4, 1994, 17-21.

Altınay, Mehmet-Bıçak, Hasan Ali-Alipour, Hasan: Turizmde planlama-politikalar ve KKTC turizm sektörü, 6 / 3-4, 1995, 87-91.

Anatolia Dergisi'nin beşinci yılında yazar indeksi, 5/1-2, 1994, 63-70.

Arslan, Mehmet: Türkiye'de turizmle ilgili yasalarda doğal çevre etkileri, 6 / 3-4, 1995, 66-75.

Aslan, Zeynep-Demircioğlu, Güzin: Turistik ürün pazarlamasında halkla ilişkiler ve Türkiye açısından önemi, 5/4, 1994, 52-57.

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

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

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

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

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

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

B

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

Baloğlu, Seyhmus-Uysal, Muzaffer: Destinasyonun yaşam süresi ile taşıma kapasitesi arasındaki ilişki, 5/1-2, 1994, 36-42.

Baloğlu, Seyhmus: Toplam kalite yönetimi: kuralları, yararları ve turizm sektörüne uygulanması, 5/3, 1994, 34-38.

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

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

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

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

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

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

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

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

Bayer, M. Zekai: Milli parklar ve Türkiye açısından önemi, alınması gerekli önlemler (II), 5/1-2, 1994, 53-57.

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

Bıçak, Hasan Ali-Altınay, Mehmet: KKTC turizm sektörünün kuvvetli ve zayıf yönlerinin değerlendirilmesi, 5/3, 1994, 58-63.

Bıçak, Hasan Ali-Alipour, Hasan- Altınay, Mehmet: Turizmde planlama-politikalar ve KKTC turizm sektörü, 6 / 3-4, 1995, 87-91.

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

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

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

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

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

Birkan, İbrahim: Bir hizmet sektörü olarak, turizm, 5/4, 1994, 34-40.

Birkan, İbrahim: turizm endüstrisinin kalkınmakta olan ülkelerin ekonomileri üzerindeki etkileri, 6 / 2, 1995, 26-29.

Boyacı, Cemil: Toplam kalite kontrol sistemi hizmet işletmelerinde uygulanabilir mi?, 6 / 2, 1995, 14-17.

Boyacı, Cemil-Aktaş, Ahmet: Konaklama sektöründe insan gücüne araştırması ve Antalya örneği, 6 / 3-4, 1995, 48-62.

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

Buluç, Gülçin: Kervansarayların Türk turizm sektörüne zincir konaklama işletmeleri olarak kazandırılması, 6/1, 1995, 38-45.

C - Ç

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

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

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

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

Çakıcı, Celil: Otel işletmeciliğinde pazarlama anlayışının gelişimi, 6 / 3-4, 1995, 20-27.

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

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

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

Çetiner, Ertuğrul, Konaklama işletmelerinde yeniden değerlendirme, 1/8-9, 1990, 27-30.

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

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

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

Çıraklar, Nurcan: Türk konaklama sektöründe risk yapısı, 6 / 3-4, 1995, 12-19.

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

D

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Demircioğlu, Güzin-Aslan Zeynep: Turistik ürün pazarlamasında halkla ilişkiler ve Türkiye açısından önemi, 5/4, 1994, 52-57.

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

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

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

Dener, Hasan Işın: Turizm talebi ile ilgili bazı ampirik araştırmalar hakkında., 6/1, 1995, 14-21.

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

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

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

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

Döğeroğlu, Tuncay-Kara, Sarap: Verimlilik ve çevre, 5/1-2, 1994, 33-35.

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

E

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

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

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

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

Erdönmez, Cihan - İstanbullu, Turhan : Gelişen turizm etkinlikleri ve mavi bayrak uygulaması, 6/1, 1995, 56-61.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

F

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

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

G

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

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

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

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

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

Gökdeniz, Ayhan: Türkiye'nin yeni turizm potansiyeli: Golf, 6/2, 1995, 40-43.

Gönür, İskender: Otel yatırımının aşamaları, 6/3-4, 1995, 44-47.

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

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

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

Gümüş, Hüsnü: Sektör'den: Yat turizmi açısından talep arttırıcı önlemler, 6/1, 1995, 78-79.

Gümüş, Hüsnü: Sektörden; Avrupa Birliği ve Türk turizmi, 6/2, 1995, 76.

Güney, Emrullah: Mistik Kapadokya, 5/1-2, 1994, 23-25.

Gürkan, M. İlhan: Toplumsal hareketlilik olarak, turizm, 6 / 2, 1995, 30-35.

H

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

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

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

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

I-İ

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

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

İçöz, Orhan: Çevre sorunları turizmi tehdit ediyor mu?, 5/1-2, 1994, 18-22.

İçöz, Orhan: Turizm araştırmalarının alanları ve temel sorunları, 6/1, 1995, 30-37.

İlhan, İbrahim-Öztekin, Hikmet: Konaklama endüstrisi ve konaklama işletmelerinin sınıflandırılması, 5/3, 1994, 12-15.

İlhan, İbrahim-Kuşluyan, Salih: Britanya'daki tur operatörlerinin Türkiye'ye düzenledikleri paket turların tipleri, 5/3, 1994, 30-33.

İlhan, İbrahim-Karamustafa, Kurtuluş: Türk konaklama sektöründe personel eğitimi ve mevcut uygulamalara yönelik bir araştırma, 5/1-2, 1994, 43-47.

İstanbullu, Turhan - Erdönmez, Cihan: Gelişen turizm etkinlikleri ve mavi bayrak uygulaması, 6/1, 1995, 56-61.

K

Kahraman, Nüzhet: Turizm yatırımları ve teşvikler, 1/2, 1990, 5-7.

Kahraman, Nüzhet: Kıyı yoğunlaşması, 1/5, 1990, 11-12

Kahraman, Nüzhet: Sağlık turizmi kapsamında kaplıcalarımızın yeri ve önemi, 2/15-16, 1991, 10-12.

Kahraman, Nüzhet : Dünya turizmi ve Türkiye, 4/2, 1993., 32-33.

Kapadokya'nın koruma, geliştirme ve tanıtması "workshop" sonuç raporu, 1/6-7, 1990, 39-42.

Kara, Serap : Tehlikeli ve toksik atıklar, 3/31-32, 1992, 33-36.

Kara, Serap : Eskişehir'de kollokyum/panel ve çevre, 3/33-34, 1992, 23-24.

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

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

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

Kara, Serap-Döğeroğlu, Tuncay: Verimlilik ve çevre, 5/1-2, 1994, 33-35.

Karamustafa, Kurtuluş-İlhan, İbrahim : Türk konaklama sektöründe personel eğitimi ve mevcut uygulamalara yönelik bir araştırma, 5/1-2, 1994, 43-47.

Karamustafa, Kurtuluş: Otel işletmelerinde yiyecek-içecek bölümünde maliyet-fiyat-verimlilik ilişkileri ve bir örnek, 5/4, 1994, 58-63.

Karasu, Tanju, Kongre turizmi üzerinde düşünceler, 1/6-7, 1990, 32-34.

Karasu, Tanju, Turizmde tanıtma üzerine, 1/8-9, 1990, 31-36.

Kartarı, Asker, Türk folklorunun turizme entegrasyonu ve halkbilim eğitimi, 2/13-14, 1991, 10-15.

Kartarı, Asker, çev. (Gerhard Th. Ongyerth) : Kültürel ilişki olarak turizm, 2/19-20, 1991, 11-13.

Kartarı, Asker : Alman halkbiliminde gelenek araştırmaları üzerine, 4/4, 1993, 18-21.

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

Kaya, Bayram: Tanıtma yöntemi olarak lobcilik, 1/3-4, 1990, 24-29.

Kaya, Bayram : Tanıtmanın tanımları, boyutları ve amaçları, 2/ 27-28, 1992, 4-10.

Kavafıoğlu, Meryem, çev. (Kreul, Lee M):Menü planlamasının psikolojik boyutları, 1/1, 1990, 19-24.

Kılıç, A. Yavuz : Doğa tarihi müzeleri ve önemi, 3/35-36, 1992, 35-37.

Kıraç, Sühendan (Karasuz)-Sezer, G. Aslı : Doğanın uçan süslü canlıları: kuşlar, 3/31-32, 1992, 16-17.

Kıral, Mehmet : Kıbrıs'a yerleşen Türk uyruklular, 4/6, 1993, 26-27.

Kıral, Mehmet: KKTC'de turizmin sosyo-konmik ve çevresel etkileri, 5/1-2, 1994, 50-52.

Kıral, Mehmet: 1974 öncesinde Kıbrıs'ta turizm sektörü, 6/1, 1995, 46-55.

Kıral, Mehmet: Turizmin KKTC'de sosyal yapıdaki değişimlere etkileri, 6 / 2, 195, 18-22.

Kıvanç, Merih: Çevre kirliliğinin giderilmesinde mikroorganizmalar, 4/2, 1993, 14-15.104.

Kızılırmak, İsmail: Otel işletmeciliğinde müşteri tatmini, önemi ve ölçme teknikleri, 6/2, 1995, 64-71.

Kızılırmak, İsmail: Türkiye'de yayla turizmi ve Karadeniz yaylaları, 6 / 3-4, 1995, 63-65.

Knutson Bonnie J. (çev. Metin Kozak): Müşteriyi tatmin etmenin on kuralı, 1/2, 1990, 26-28.

Koçak, Nilüfer, çev. (Lewis, Robert C.) : Konaklama pazarlaması: bir içsel yaklaşım, 2/21-22, 1991, 11-15.

Kozak, Meryem Akoğlan: Turizm sektöründe kadın yöneticiler, 5/1-2, 1994, 48-49.

Kozak, Metin, Mersin'de İçel ve turizm konulu panel..., 1/8-9, 1990, 47.

Kozak, Metin , çev. (Zafar, Ahmad) : Bir pazarlama faaliyeti olarak olumsuz bir imajın düzeltilmesi, 3/29-30, 1992, 8-11.

Kozak, Metin : Çevre kirliliğinin oluşum nedenleri, 3/31-32, 1992, 30-32.

Kozak, Metin: Çıkarılan son vergi yasası ve alınan eko-nomik kararların Türk turizmine olası etkileri, 5/3, 1994, 20-23.

Kozak, Nazmi: Turizm: barış endüstrisi, 1/1, 1990, 6-10.

Kozak, Nazmi: 1980-1986 yılları arasında "eğlence, gezi, ziyaret" amacıyla Türkiye'ye gelen yabancıların kalış süreleri ve bu sürelerde oluşan değişimler, 1/2, 1990, 8-10.

Kozak, Nazmi-Hastürk Adnan: Mustafa Türkmen; "Her isteyen otel müdürü olamayacak" (Turizm Bakanlığı müşteşarı Mustafa Türkmen ile röportaj), 1/2, 1990, 16-21.

Kozak, Nazmi: Türkiye turizminde koruma - kullanma dengesini oluşturmanın zamanı gelmedi mi?, 1/3-4, 1990, 11-13.

Kozak, Nazmi- Başçı, Engin: 2000'li yıllara doğru Türk turizminin durumu ve AT olayı sempozyumu yapıldı, 1/3-4, 1990, 14-23.

Kozak, Nazmi: Turban Turizm A.Ş. Genel Müdürü Mehmet Özdemir; Turizm dünya başını getirecektir (röportaj), 1/3-4, 1990, 30-34.

Kozak, Nazmi: Türkiye'de üniversite düzeyi mesleki turizm eğitimi ve sektörle uyumsuzluğunun neden olduğu sorunlar, 1/5, 1990, 21-26.

Kozak, Nazmi: TÜRSAB Başkanı Bahattin Yücel; "Seyahat acenteleri Türkiye'de turizm sektörünün motorudur" (röportaj), 1/8-9, 1990, 19-26.

Kozak, Nazmi: Saffet Yatağan; "Seyahat acentaları Türkiye'de turizmi öldürüyor" (röportaj), 1/6-7, 1990, 21-31.

Kozak, Nazmi: Prof.Dr. Turgut Var: Turizmde arz talebi yaratacaktır diye bir kural yoktur" (röportaj), 1/10-11-12, 1990, 23-29.

Kozak, Nazmi: 1. ulusal turizm kongresi'nin ardından, 1/10-11-12, 1990, 36-40.

Kozak, Nazmi: Mukadder Sezgin; "Yabancı tur opera-törlerinin yıllardır Türk turizmi üzerinden oynadıkları oyunlara artık son verilmelidir" (röportaj), 2/13-14, 1991, 22-30.

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

Kozak, Nazmi :Engin Ural; Çevre Bakanlığı'ndan kısa sürede çok çok şey beklenmemelidir, 2 / 19-20, 1991.

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

Kozak, Nazmi: Turizmde bir krizin ardından, 2/21-22, 1991, 37-40.

Kozak, Nazmi- Yeşiltaş Mehmet : II. ulusal turizm kongresi, 2/ 23-24, 1991, 9-11.

Kozak, Nazmi : Başaran Ulusoy; Turizmde ekonomik ve siyasal istikrar önemlidir (röportaj) , 2/23-24, 1991, 23-26.

Kozak, Nazmi : Bodrum ve yöresindeki mevsimlik otel iş-görenlerinin sorunları, 2/23-24, 1991, 32-38.

Kozak, Nazmi : 1. tanıtım şurası'nın ardından, 2/27-28, 1992, 20-24.

Kozak, Nazmi : Haymana'daki termal turizmi paneli'nden çıkan sonuç: "termal turizmi teşvik edilmelidir", 3/29-30, 1992, 18-20.

Kozak, Nazmi : Termal turizmi işletmeciliği ve önemi, 3/29-30, 1992, 33-38.

Kozak, Nazmi : Türkiye'de termal turizmi sempozyumu yapıldı, 3/33-34, 1992, 9-13.

Kozak, Nazmi : II. Afyon balneoloji sempozyumu, 3/35-36, 1992, 11-13.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Turban, 3/35-36, 1992, 3.

Kozak, Nazmi : Gökova'da bir "inat abidesi", 4/2,1993, 8-18.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Gökova, 4/2, 1993, 3.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Türkiye turizmi nereye gidiyor?, 4/2, 1993, 3.

Kozak, Nazmi : Artun Çağlayan; Yat turizmi 1992 yılında 1 milyar dolar döviz kazandı (röportaj), 4/3, 1993, 12-14.

Kozak, Nazmi : OECD kaynaklı turistlerin sayısı giderek azalıyor, 4/3, 1993, 20-21.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Akıntıya kürek çekmek, 4/3, 1993, 3.

Kozak, Nazmi : Bırakın bazı güzellikler de bizden sonrakilere kalsın, 4/4, 1993, 16-17.

Kozak, Nazmi : Anatolia'dan: Turizmcilerin eski eserlere bakışı, 4/4, 1993, 3.

Kozak, Nazmi : IV. ulusal turizm kongresi'nin ardından, 4/5, 1993, 24-26.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Günü kurtarmak, 4/5, 1993, 3.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Anatolia4. yayın yılını doldururken, 4/6, 1993, 3.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Terörizm ve Türkiye turizmi üzerindeki oyunlar, 5/1-2, 1994, 3.

Kozak, Nazmi: Bilim kurullu olan ve olmayan dergiler üzerine, 5/3, 1994, 3.

Kozak, Nazmi: Nevşehir'de turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulları tartışıldı, 5/3, 1994, 54-57.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Altıncı yayın yılı, Kuzey Kıbrıs ve azimlilik üzerine, 5/4, 1994, 3.

Kozak, Nazmi: Anatolia Dergisi'nde yayımlanan yazılar üzerine bir inceleme, 5/4, 1994, 22-33.

Kozak, Nazmi: 'KKTC'de turizm eğitiminin bugünü ve yarını' konulu panel, 5/4, 1994, 47-51.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan: Türkiye turizm araştırmalarının neresinde?, 6/1, 1995, 3.

Kozak, Nazmi: Türkiye'de yayımlanan turizm konulu makaleler üzerine bir inceleme, 6/1, 1995, 62-72.

Kozak, Nazmi: Anatolia'dan; Tezler keşfedilmeyi bekliyor, 6 / 2, 1995, 3.

Kozak, Nazmi: YÖK Dokümantasyon Merkezi'ne tez taraması isteğinde bulunanlar üzerinde bir araştırma, 6 / 2, 1995, 44-57.

Kozak, Nazmi (hazırlayan): Tez özetleri, 6 / 2, 1995, 72-75.

Kozak, Nazmi-Akoğlan, Meryem: Otel işletmelerinde personel kullanım alanları üzerine bazı gözlemler, 6/2, 1995, 36-39.

Kozak, Nazmi: anatolia'dan; Türkiye'de turizme yönelik dergiler ve sayısal veri kaynakları, 6/3-4, 1995, 3.

Kozak, Nazmi: Türkiye turizmde sayısal veri kaynakları, 6 / 3-4, 1995, 28-43.

Kozak, Nazmi: Türkiye turizmde süreli yayınlar: dergiler, bültenler, 6/3-4, 1995, 76-86.

Kozak, Nazmi (hazırlayan): Anatolia Dergisi bibliyografyası, 6 / 3-4, 1995, 101-108.

Kozak, Nazmi (hazırlayan): Tez özetleri, 6 / 3-4, 1995, 109-111.

Kozak, Sabah : Otel rezervasyonları (otel yönetiminde rezervasyonunun yeri ve önemi), 4/1, 1993, 33-36.

Kozlu, Cem: Türk Hava Yolları'nın Türk turizmi içindeki yeri ve önemi, 1/6-7, 1990, 14-17.

Körükçü, Nazım (=Nazmi Kozak), Turizmin Türkiye ekonomisi içindeki yeri ne olmalıdır?, 1/1, 1990, 33-34.

Körükçü, Nazım (= Nazmi Kozak), Bodrum notları..., 1/6-7, 1990, 17-20.

Körükçü, Nazım (= Nazmi Kozak): Türkiye turizmi üzerine notlar, 2/19-20, 1991, 34-35.

Körükçü, Nazım (= Nazmi Kozak): Pamukkaleler kurtarılmalı, 2/23-24, 1991, 27-29.

Kreul, Lee M. (çev. Meryem Kavafoğlu): Menü planlamasının psikolojik boyutları, 1/1, 1990, 19-24.

Kuşluvan, Salih-İlhan, İbrahim: Britanya'daki tur opera-törlerinin Türkiye'ye düzenledikleri paketturların tipleri, 5/3, 1994, 30-33.

Küçüktopuzlu, Faik, Turizm ve rekreasyon olgusunun geleceği, 1/8-9, 1990, 45-46.

Külahçı, Mehmet : GAP bölgesinde turizm potansiyeli : Yesemek taşocağı ve heykel atelyesi, 4/3, 1993, 28-30.

Künar, Arif : Nükleer enerji nedir, ne değildir?, 4/2, 1993, 18-22.

L

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

Lewis Robert C. (çev. Nilüfer Koçak): Konaklama pazarlaması: bir işsel yaklaşım, 2/21-22, 1991, 11-15.

M - N

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

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

Maviş, Fermani: Otel reklamcılığının ABD'deki gelişimi, 4/6, 1993, 14-18.

Maviş, Fermani: Genç otel yöneticileri için öneriler, 5/1-2, 1994, 71.

Maviş, Fermani: Otel yöneticilerinin uyguladığı yönetim teorileri, 5/4, 1994, 12-16.

Mertoğlu, Orhan: Jeotermal kaynakların değerlendirilmesi, 2/17-18, 1991, 33-34.

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

Miller, Stephen G. (çev. Özgür Uysal): Basitleştirilmiş menü maliyetleri kutuçizimi, 4/6, 1993, 28-31.

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

Nazhoğlu, Meral Dinçer: Çevre duyarlılığı ve turizm, 2/19-20, 1991, 6-8.

O - Ö

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

Okumuş, Fevzi: Otel işletmelerinde iç satışların önemi ve artırılması, 5/3, 1994, 47-53.

Okumuş, Fevzi: Otel işletmelerinde uygulanan yönetim teori ve tekniklerine bir bakış, 6/1, 1995, 73-77.

Ongyerth, Gerhard Th. (çev. Asker Kartarı): Kültürel ilişki olarak turizm, 2/19-20, 1991, 11-13.

Orhon, Rona- Evirgen, Muzaffer M.: Turizm ve çevre değerleri açısından sulakalanların ülkemiz için önemi ve Eber gölü, 3/25-26, 1992, 30-33.

Ömürgönülşen, Uğur: Turizm ve çevre ilişkileri üzerine eleştirel bir bakış, 1/2, 1990, 31-34.

Ömürgönülşen, Uğur: Turizm ve çevre konferansı'nın ardından, 1/8-9, 1990, 6-10.

Önce, Günal: Turizm pazarlamasında tanıtma ve imaj geliştirme, 2/27-28, 1992, 31-33.

Özbek, Toros: Dünyada ve Türkiye'de termal turizmin önemi, 2/17-18, 1991, 15-29.

Özdemir, Mehmet, Turizm, Avrupa Topluluğu ve turizm, Avrupa Topluluğu, turizm ve Türkiye, 1/5, 7-10.

Özdemir, Mehmet, Endüstri ihtilali ile sosyoloji ve turizm ilişkisi, 1/6-7, 1990, 4-9.

Özdemir, Mehmet: Turizmde balayı dönemi ne zaman bitti?, 3/25-26, 1992, 11-13.

Özdemir, Mehmet: Görüşmeler sırasında Kıbrıs Türklerinin sosyal tepkileri ve KKTC turizmi, 3/29-30, 1992, 21-25.

Özdemir, Mehmet: Talih oyunları salonları, 3/33-34, 1992, 34-37.

Özdemir, Mehmet: Turban dosyası: Türk turizm tarihi içinde Turban'ın yeri ve önemi, 3/35-36, 1992, 23-34.

Özdemir, Mehmet: Turizm işletmelerinde hizmetçi eğitim modeli ve "Turban" modeli, 4/1, 1993, 24-32.

Özdemir, Mehmet: Kıbrıs sorununda kamuoyu üzerindeki dış faktörler, 4/2, 1993, 28-31.

Özdemir, Mehmet: Cumhuriyetin 70. yılında Türk turizmi (1923-1993), 4/3, 1993, 8-11.

Özdemir, Mehmet: Ayın Yorumu: Turizm, Türkiye'nin millî bir meselesidir, 4/3, 1993, 40.

Özdemir, Mehmet: Turizm tarihinden: iki makale, 4/4, 1993, 8-12.

Özdemir, Mehmet: Ayın Yorumu: Turizmimizde de "birleşik kaplar" kaderi kaçınılmaz mı olacak?, 4/4, 1993, 40.

Özdemir, Mehmet: Turizmle ilgili sosyal yapı araştırmalarında metodoloji denemesi, 4/5, 1993, 11-14.

Özdemir, Mehmet: Ayın Yorumu: İnsan, ille de insan, 4/5, 1993, 32.

Özdemir, Mehmet: Dostum Hasan Zafer Doğan'ın ardından, 4/6, 1993, 6-8.

Özdemir, Mehmet: Ayın Yorumu: ITB Berlin-1994 ve Türk Turizmi, 4/6, 1993, 32.

Özdemir, Mehmet: Turizmimizde vahamet ve lakaydi, 5/1-2, 1994, 8-15.

Özdemir, Mehmet: Anatolia'lar devam etsin; büyüsün, çoğalsın, 5/3, 1994, 5.

Özdemir, Mehmet: Bilimsel turizm araştırmaları sürecinde konu seçimi, 5/3, 1994, 24-29.

Özdemir, Mehmet: Turizmimizde mutabakat arayışları, 5/4, 1994, 4-7.

Özdemir, Mehmet: Ayın yorumu: Berlin'den Türkiye güzel görünüyor (du), 6/1, 1995, 4-6.

Özdemir, Mehmet: Ayın yorumu: Yanan yalnızca beş parmak dağları mı?, 6/2, 1995, 4-7.

Özdemir, Mehmet: Turizmimizde, 1990 yılının Temmuz ayına dönmüz gibiyiz..., 6/3-4, 1995, 4-5.

Özer, Atilla: Turizm kuruluşlarının sanata katkı sorumlulukları, 3/33-34, 1992, 21-22.

Özer, Nurten: Kaplıca hekimliğinin çağdaş gelişimi, 2/17-18, 1991, 35-39.

Özer, Nurten : XI. uluslararası dünya termalizm kongresi'nin değerlendirilmesi, 3/29-30, 18992, 4-8.

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

Özmen, Özgür, çev. (J.A. Hagarty) :Ağırlama konulu ders programlarının geliştirilmesi, 5/1-2, 1994, 26-27.

Özmen, Remzi : Çevre; yine devlet için, devletle, 4/2, 1993, 23-24.

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

Öztaş, Kadir: Turizmde kalifiye eleman açığı ve meslek yüksek okullarının etkinliğinin artırılması, 6 / 3-4, 1995, 92-100.

Öztekin, Hikmet, İlhan, İbrahim: Konaklama endüstrisi ve konaklama işletmelerinin sınıflandırılması, 5/3, 1994, 12-15.

Özülker, Uluç, Tanıtma ve Türkiye'nin tanıtılması, 1/8-9, 1990, 11-16.

P

"Pamukkale'yi koruyalım, yaşatalım sempozyumu" sonuç bildirgesi "Barışa ve geleceğe uzanan köprüde Pamukkale", 1/6-7, 1990, 11-13.

Pehlivan, Yasemin : Üçüncü yaş turizmi ve Türkiye açı-sından önemi, 4/4, 1993, 24-26.

Pehlivan, Aynur(Çev. C. Ryan): Suç, şiddet, terörizm ve turizm, 5/1-2, 1994, 58-62.

Pehlivan, Aynur (Çev): Turizm ve terörizm arasında gelişme gösteren ilişkiler, 5/4, 1994, 64-67.

Peser, M. Kemal, çev.(Sheldon, Pauline J.): Tur operatörlüğü endüstrisi, 1/1, 1990, 27-30.

Pınar, İge : Uluslararası turizm pazarlamasında tanıtım planı geliştirme teknikleri ve ulusal tanıtım, 2/27-28, 1992, 25-30.

Pınar, İge : Turizmin doğal çevreye etkileri ve çevrenin korunması, 4/3, 1993, 15-17.

R

Rızaoğlu, Bahattin, Ülkemizde zaman bölüşümlü tatil konutlarının sosyal ve psikolojik işlevselliği üzerine, 2/13-14, 1991, 35-38.

Rızaoğlu, Bahattin: Gezi esnasında sağlık açısından menünün önemi, 2/15-16, 1991, 40-46.

Rızaoğlu, Bahattin: Menü planlama ve geliştirilmenin amaçları, 2/19-20, 1991, 20-24.

Rızaoğlu, Bahattin: Menü'nün işlevleri, 2/21-22, 1991, 8-10.

Rızaoğlu, Bahattin: Menü planlama ve geliştirmede önemli sorunlar, 2/21-22, 1991, 28-31.

Rızaoğlu, Bahattin : Turizmde tanıtma ve hatalarımız, 3/27-28, 1992, 34-40.

Rızaoğlu, Bahattin : Menü planlaması ve yiyecek-içecek tesislerinin mimarı tasarımı üzerine, 3/25-26, 1992, 17-19.

Rızaoğlu, Bahattin: Hizmet pazarlamasında karşılaşılan sorunlar, 5/1-2, 1994, 28-32.

S - Ş

Şahin, Gökçe - Akoğlan, Meryem, çev. (D. Hatfield-C. Winter) : Otel işletmelerinde housekeeping departmanın ekonomik denetimi, 4/6, 1993, 9-11.

Şahin, Yalçın : Türkiye'nin biyolojik zenginlikleri ve turizm, 3/31-32, 1992, 26-27.

Şahin, Yalçın : Doğada çirkin-güzel ayırımı yapılmamalı, 3/35-36, 1992, 8-10.

Şahin, Yalçın - Zeytinoğlu, Melih : Radyasyonun biyolojik etkisi, 4/1, 1993, 37-38.

Saraç, Salih : Konaklama işletmelerinde stokların denetimi, 2/23-24, 1991, 19-21.

Saraç, Salih : Konaklama işletmelerinde günlük hasılat raporunun oluşumu (satışların muhasebe kayıtları için esas verinin elde edilmesi), 3/25-26, 1992, 28-29.

Sarışık, Mehmet: Sandıklı Hüdai kaplıcasının temel sorunları ve çözüm önerileri, 5/3, 1994, 39-41.

Sarışık, Mehmet: Konaklama işletmelerinde mutfak planlamasında dikkat edilecek konular, 5/4, 1994, 68-72.

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

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

Sektöre yeni bir finansman yapısı getirilmelidir (Beylan Öz ile yapılan röportaj), 4/2, 1993, 34-35.

Sheldon, Pauline J. (çev. M. Kemal Peser): Tur operatörlüğü endüstrisi, 1/1, 1990, 27-30.

Susar, Filiz : Turizm ve toplumsal yapı: Kaş yöresinin değerlendirilmesi, 3/25-26, 8-10.

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

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

Şentürk, Nizamettin: Ülkemizin madensuyu potansiyeli, 2/17-18, 1991, 1314.

Şener, Burhan : Modern otel işletmelerinde planlama kavramı ve stratejik planlama, 3/25-26, 1992, 35-40.

Şimşek, Mustafa Yaşar - Yeşiltaş, Mehmet : Turizm sektöründe entegrasyon ve ülkemiz turizm işletmeciliği açı-sından önemi, 3/25-26, 1992, 25-27.

Şimşek, Mustafa Yaşar : Türkiye'de turizm kooperatifçiliği, 3/25-26, 1992, 33-34.

Şimşek, Şakir: Türkiye'de termal kaynaklarının potansiyeli ve genel özellikleri, 2/17-18, 1991, 5-12.

T

Taner, Bahar : Beş yıldızlı otellerde çalışanların iş tatmininin değerlendirilmesi, 4/3, 1993, 22-24.

Taner, Bahar: Konaklama endüstrisinde yönetim biçimleri: beş yıldızlı oteller üzerine bir inceleme, 5/4, 1994, 41-46.

Tekeli, İlhan, Kapadokya turizm geliştirme bölgesinde planlama üzerine düşünceler, 1/6-7, 1990, 43-45.

Tekin, Abdullah, Doğal değerlerin turizm amaçlı kullanımı, 1/10-11-12, 1990, 41-43.

Tekin, Abdullah: Tarihsel değerlerimizin korunması ve işlevselliği üzerine, 2/15-16, 1991, 5-7.

Tekin, Abdullah: Antalya'da uygulanan kitle turizmi politikası değiştirilmelidir, 2/19-20, 1991, 4-5.

Tekin, Abdullah: Turizm üzerine bazı saptamalar, 3/35-36, 1992, 6-7.

Tekin, Abdullah: Turizm sektöründe 1992'den 1993'e bakış, 4/1, 22-22.

Tekin, Abdullah: Doğa ve kültür yağması önlenmeli, 4/2, 1993, 12-13.

Tekin, Abdullah: Sektör'den: Seyahat acenteleri yeniden yapılandırılmalıdır, 4/2, 1993, 40.

Tekin, Abdullah: Macar turistlerin düşündürdükleri, 4/3, 1993, 32-33.

Tekin, Abdullah: Sektör'den: Turizmde eğitim sorunu, 4/3, 1993, 25.

Tekin, Abdullah: Sektör'den: Şekero kardeşler usulü dış politika ve turizm, 4/4, 1993, 15.

Tekin, Abdullah: Sektör'den: Turizmci ve politika, 4/5, 1993, 15.

Tekin, Abdullah: Sektör'den: Yerel seçimlerin önemi, 4/6, 1993, 19.

Tekin, Abdullah: Turizmin sosyo-kültürel ve ekonomik etkileri, 5/3, 1994, 45-46.

Tekin, Abdullah: Turizmde 1994 ve sonrası, 6/1, 1995, 22-23.

Termal turizm alanında örnek bir kuruluş: Turban Yalova Termal, 2/17-18, 1991, 30-32.

Terzibaşoğlu, Esen: Otelcilik ikram ve turizm eğitim politikası, 1/5, 1990, 17-18.

Tolungüç, Ahmet: Çağdaş turizm ve barış, 2/13-14, 1991, 31-34.

Tolungüç, Ahmet: Tanıtım ve imaj, 2/27-28, 1992, 11-19.

Tunçsiper, Bedriye: Türk turizmde ulaştırma sorunları, 6/2, 1995, 58-63.

Turizm alan ve merkezlerinin ilanına ve buralardaki teşviklere ilişkin esaslar, 3/33-34, 1992, 30-31.

Turizmin ana politikası henüz belirlenmemiştir (Hacettepe Üniversitesi Ankara Meslek Yüksekokulu Müdürü Prof.Dr. Doğan Tuncer ile röportaj), 1/5, 1990, 13-16.

Turizmde balayı dönemi bitti, 2/21-22, 1991, 26-27.

Türkiye'de nükleer enerji sorgulanıyor, 4/2, 1993, 17-22.

Türkiye turizm eğitiminde çağ atladı, 4/3, 1993, 31.

Türksoy, Adnan: Turizm işletmelerinde imaj nasıl geliştirilir?, 4/4, 1993, 22-23.

Tütüncü, Özkan: Yiyecek-içecek işletmelerinde standart maliyetleme, 4/3, 1993, 36-38.

U - Ü

Ulutak, Nazmi: "Tatilde" görüntüleme üzerine bir yazı, 4/6, 1993, 12-13.

Usal, Alpaslan: Turizmin sosyo-kültürel etkisi ve bir araştırma, 1/10-11-12, 1990, 13-22.

Usal, Alpaslan: Ulusal rekreasyon işletmesi, 3/29-30, 1992, 29-32.

Uysal, Özgür, çev. (S. G. Miller): Basitleştirilmiş menü maliyetleri kutucüzümü, 4/6, 1993, 28-31.

Uysal, Muzaffer: Prof. Dr. Hasan Zafer Doğan'ın dünya turizm literatürüne katkısı, 5/1-2, 1994, 16-17.

Uysal, Muzaffer-Baloğlu, Seyhmus: Destinasyonun yaşam süresi ile taşıma kapasitesi arasındaki ilişki, 5/1-2, 1994, 36-42.

Ülkemizde turizm eğitimi ters duran bir piramit gibi (Anadolu Otelciler Birliği Başkanı Beylan Öz ile yapılan röportaj), 1/5, 1990, 19-20.

Ülkü, Hakkı: Aliğa'da çevre sorunları ve nedenleri, 2/23-24, 1991, 6-8.

Ünal, O. İlevnt: İnsanoğlu kendi sonunu mu hazırlıyor?, 1/2, 1990, 14-15.

Ünal, Tankut: Yerel yönetimler ve turizm, 3/25-26, 1992, 5-7.

Ünal, Tankut: Sektör'den: Tanıtım eksikliği, 5/4, 1994, 80.

V

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

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

Y

Yakar, Güher: Otel işletmelerinde tekno-yoğun faaliyetlerin verimlilikteki önemi, 6/2, 1995, 23-25.

Yeşiltaş, Mehmet - Kozak, Nazmi: II. ulusal turizm kongresi, 2/23-24, 1991, 9-11.

Yeşiltaş, Mehmet - Şimşek, Mustafa Yaşar: Turizm sektöründe entegrasyon ve ülkemiz turizm işletmeciliği açısından önemi, 3/25-26, 1992, 25-27.

Yeter, Enis: Yerel yönetimler açısından turizmde denetim boyutu, 4/2, 1993, 25-27.

Yıldırım, Aytaç, Altınay, Mehmet: Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde turizm ve otelcilik eğitimi, 5/4, 1994, 17-21.

Yılmaz, Hasan, çev. (Greenpeca'den çevrilmiştir) Dünyadaki en güzel deniz üzerine, 4/5, 1993, 6-7.

Yüksel, Ahmet Halûk: Doğal hayatı koruma etkinliklerinde kamuoyu yaratma stratejilerinin önemi ve kitle iletişim araçlarının kullanımı, 3/33-34, 1992, 5-8.

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

Z

Zafar, Ahmad (çev. Metin Kozak): Bir pazarlama faaliyeti olarak olumsuz bir imajın düzeltilmesi, 3/29-30, 1992, 8-11.

Zeytinoğlu, Melih: Ozon dramı, 3/35-36, 1992, 17-18.

Zeytinoğlu, Melih-Şahin, Yalçın: Radyasyonun biyolojik etkisi, 4/1, 1993, 37-38.

Tez Özetleri

hazırlayan : NAZMİ KOZAK

Turizm Fiyat İndeksleri: Yapısı, Kurulması, Uygulamalar ve Türkiye'de Kullanım Olanaklarının İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi), Melek CENGİZ, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1992, 6 Tablo, VIII + 72 Sayfa (Danışman: Doç. Dr. Hasan Işın DE-NER)

Çalışmanın temel amacı, Türkiye'de mevcut veya toplanabilecek verileri turizm fiyat indekslerinin kurulabilmesi için çerçevesinde değerlendirmektir. Bu bakımdan önce, turizm fiyat indekslerinin özellikleri ortaya konulmuş ve kurulabilmesi için gerekli verilerin nasıl toplanabileceği anlatılmıştır. Ortaya çıkabilecek sorunlar ve bu sorunlara uluslararası standartların getirdiği çözümler incelenmiştir. Bunun ötesinde dünya uygulamaları kapsamında 13 ülkenin turizm fiyat indeksi ve benzeri indeks çalışmaları gözden geçirilmiştir. Bundan sonra Türkiye'deki verilere turizm fiyat indeksleri kurma yaklaşımlarında neler yapılabileceği tartışılmış ve öneriler getirilmiştir. Olanakların varlığı bazı turizm fiyat indekslerini somut verilerle hesaplamak suretiyle kanıtlanmıştır. Bu bağlamda otel rehberi ve geceleme istatistikleri bilgilerinden istifade edilerek tesis sınıflarına göre bir "belgeli konaklama tesis fiyat istatistikleri indeksi"; tüketici harcama anketi, tüketici fiyat indeksleri ve turist eğilim anketlerinden yararlanılarak bir "turistik yerlerde bellibaşlı turizm faaliyetleri fiyat indeksi" hesaplanmıştır.

Turizmin Çeşitlendirilmesi Süreci Kapsamında Gençlik Turizmi - Türkiye'ye Yönelik Makro Düzeyde Bir Model Yaklaşımı (Yüksek Lisans Tezi), Bema TALU, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1995, 27 Tablo, 10 Şekil XI + 179 Sayfa (Danışman: Prof. Dr. Doğan Yaşar AYHAN)

Gençlik turizmi tüm dünyada günden güne gelişen ve önem kazanan bir turizm biçimidir. Bu nedenle, tüm ilkeler gençlerin turizm etkinliklerine katılabilmeleri için gerekli ortamı en iyi şekilde oluşturmayı hedeflemektedir. Gençlik turizmi, dünya genelinde bir gelişmekaydederken, Türkiye'de bu konuda pek çok sorun bulunmaktadır. Bu sorunların bir kısmı gözardı edilmekte, bir kısmını gidermek için yapılan çalışmalar da oldukça yetersiz düzeyde kalmaktadır. Oysa, gençlik turizmi Türkiye turizminin çeşitlendirilmesine yardımcı olacağı gibi, turizm gelirlerinin de artmasına ve Türk gençlerinin yetişmesine büyük katkı sağlayacaktır. Bu çalışma, gençlik turizminin kavramsal yapısına ışık tutup, bu alanda dünyadaki ve ülkemizdeki mevcut kurumsal yapıyı ve işleyişi ortaya koyarak Türkiye'nin bu konudaki sorunlarını saptamayı ve bunları gidermek için neler yapılması gerektiğini tartışmayı, sonuçta elde edilen bulgulardan hareketle önerileri makro bir model yaklaşımı çerçevesinde sunmayı amaçlamaktadır.

Konaklama İşletmelerinde Halkla İlişkiler Departmanı için Model Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi), Müge GÜNDÜZ, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1995, 3 6 Tablo, 8 Şekil, VIII + 210 Sayfa (Danışman: Prof. Dr. Doğan TUNCER).

Bu çalışmada, genel olarak Türkiye'de yer alan konaklama işletmelerinin halkla ilişkiler faaliyetleri incelenerek, bunların pazarlama çalışmalarındaki rollerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu amaçla çalışmanın birinci bölümünde, "tutundurma" kavramının tanımı, amacı, iletişim süreci ve tutundurma teknikleri ele alınmıştır. İkinci bölümde tutundurma bir alt bileşeni olarak "halkla ilişkiler" kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla

halkla ilişkilerin gelişimi, tanımı, işlevleri, amacı, süreci ve diğer tutundurma teknikleri içerisindeki yerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Üçüncü bölümde ise, halkla ilişkiler tekniğinin turizm sektöründe ve özellikle konaklama işletmelerindeki rolü, önemi ve örgüt şemasındaki yeri üzerinde durulmuştur. Yapılan teorik çalışmaların ışığında, dördüncü bölümde yer alan anket hazırlanmış ve Ankara - İstanbul illerinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerine uygulanmıştır. Anketin amacı, konaklama işletmelerinde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinin araştırılması ve bunların tutundurma teknikleri içerisindeki etkinliğinin belirlenmesidir. Çalışmanın son bölümünde, anket sonuçları değerlendirilmiş ve bu konuda çeşitli öneriler getirilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında yapılan anketten elde edilen bulgulara göre; Türkiye'de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin oldukça önemli bir kısmında (% 83) halkla ilişkiler faaliyetleri yürütülmektedir. Ancak bu önemli iletişim tekniği bir plan ve programa bağlı olmaksızın ve büyük ölçüde konusunda uzman olmayan kişiler tarafından yürütülmektedir. Sonuç olarak, Türkiye'deki 4 ve 5 yıldızlı şehir otellerinin halkla ilişkiler faaliyetlerini etkin olarak değerlendirmedikleri; kalıcı bir imaj yerine, kısa sürede satışlar üzerinde etkili olabilecek araçları kullanmayı tercih ettikleri ortaya çıkmıştır.

Türkiye'ye Olan Uluslararası Turist Akışı İçin Bir Model (Yüksek Lisans Tezi), Okan SARI, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1988, 8 Ek, VIII + 130 Sayfa.

Uluslararası turist akışının incelendiği çoklu doğrusal regresyon modelleri ile ilgili yapılan araştırmalarda, çok sık olarak çoklu bağlantı sorunları ile karşılaşmaktadır. Bu sorunların çözülmesinde bazı istatistiksel yöntemlere başvurulmaktadır. Araştırmaya, Türkiye'ye yönelik olan turist akışını inceleyen bir model olduğundan, öncelikle turizm Türkiye'deki yeri açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra turizm talebinin yapısı ve özelliklerine değinilerek literatürde yer alan turizm talep tahmin modelleri incelenmeye çalışılmıştır. Araştırmada, 1970 - 1987 yılları arasında Türkiye'ye olan turist akışını etkileyen çeşitli değişkenlere dayalı çoklu doğrusal regresyon modelleri kullanılmıştır. Model çalışmaya girmeden önce çoklu bağlantı ile ridge izi yöntemi incelenmeye çalışılmıştır. Daha sonra modelde değişkenler arasında görülen çoklu bağlantı sorunları incelenmiş ve bu sorunların giderilebilmesi için ridge izi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, Türkiye'ye olan uluslararası turist akışını etkileyen değişkenlerin, turist akışını nasıl ve hangi yönde etkiledikleri ve ne gibi sonuçlar yaratabilecekleri değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Turizm Alanlarında Enerji - Çevre İlişkisinin Planlamaya Etkisi (Yüksek Lisans Tezi), Onurhan YÜKSEL, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1994, 9 Tablo, 4 Şekil, 8 Grafik, VIII + 130 Sayfa.

Turizm-çevre-enerji üçlüsünün, planlama kapsamındaki ilişkilerinin incelenmesindeki amaç, insanın yaşamı ve gelişmesi için vazgeçilmez olan bu kavramların birbirini desteklemesinin gerekliliğini vurgulamak, aksine gelişmelerin olması halinde aynı kavramların uzun dönemde yok olacakları gerçeğini gözler önüne sermektir. Kavramların doğada oldukları nitelikler ve birbirine yaptıkları etkiler irdelenerek, neden oldukları olumlu ve olumsuz sonuçlar saptanmaya çalışılmış, planlama bölümü içindeki etkileşimleri incelenmiştir. Türkiye ve dünyadaki uygulamaları ile geleceğe yönelik yapılan araştırmalar değerlendirilmeye çalışılmış ve kavramların koruma-kullanma dengesi içerisinde nasıl bütünlük sağlanması gerektiği üzerine olan düşünceler incelenmiştir. Turizmin dünyadaki önemli noktalarından olan Akdeniz havzası özelinde, kavramların bölge için arzettiği önem nedeniyle, konuya özellikle bölgede gösterilen ve gösterilmesi gereken dikkat vurgulanmak istenmiştir. Türkiye'nin Akdeniz bölgesindeki, turistik potansiyel bakımından, temel taşı olan Antalya yöresi ile ilgili planlama çalışmaları ele alınarak doğru ve hatalı uygulamalar üzerinde tartışma açılmasına yönelik değerlendirmeler yapılmaya çalışılmış, koruma-kullanma dengesine dayalı bir planlama ile 21. yüzyılın antematif turizmi olan eko turizm (sürdürülebilir turizm) ürünün uygun alanlarda gerçekleştirilebilirliğini sağlayacak öneriler geliştirilmiştir.

Construction of a Model Which Investigates the Impact of Selected Variables on International Tourist Flows to Turkey (Doktora Tezi) Muzaffer UYSAL, Texas A & M University, Texas, 1983, 210 Sayfa. (Danışman: Prof. John L. CROMPTON).

The study developed a model which explained impact of selected variables on international tourism to Turkey. This study differed from earlier investigations in that it focused directly upon international tourism demand in a developing country and used a country-by-country approach. Ordinary least squares multiple regression technique was used, and individual equations were developed for the following countries : Austria, Canada, France, Greece, Italy, Spain, Switzerland, West Germany, United Kingdom, United States, and Yugoslavia. Two different dependent variables were used in the study: number of tourist and their total expenditures. Both the linear and double logarithmic forms were tested. The double logarithmic, which provided the better fit, was chosen for use in the analysis. All results reported were based on the natural log model, as the coefficient associated with non dummy variables were elasticities of the selected variables. Economic factors which were quantifiable, measurable, and best able to explain and predict tourism demand for Turkey, were used to develop a demand function. The study directly evaluated not only the effects of income, relative prices, and exchange rates, which typically have been included in other models, but it also measured the impact of promotional expenditures upon tourism demand to Turkey. There were similarities and differences among the tourist generating countries, but the study found that exchange rates, relative prices, and per capita income were consistently important contributors in determining the level of international tourist flows to Turkey. In contrast, the study suggested that expenditures invested in promoting Turkey as a tourist destination had minimal impact on international tourist flows to Turkey. Finally, the analysis suggested that international tourism to Turkey is responsive to changes in socio-political and economical conditions. That specific conclusions of the study primarily have short-term applicability. However, the methodology which was developed has long term utility because it is relatively easy to update the model each year to reflect changes in the selected variables. (Bu tezin özeti, *Dissertation Abstracts International'dan alınmıştır*)

Türkiye'de Turizm İşletmeciliği ve İlgili Konuları Hakkında Yayınlanmış Eserlere Dair Bir Bibliyografya Araştırması (Yüksek Lisans Tezi), Bülent AĞAOĞLU, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1985, VII + 59 + VIII + 159 Sayfa. (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Doğan Yaşar AYHAN).

Bu çalışmanın temel ürünü, 1929-1984 yılları arasındaki eserleri içeren sınıflandırılmış Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyasıdır. Kapsamları çerçevesinde hem bibliyografya, hem bibliyografya, hem de dayandığı hiyerarşik konu sınıflandırma sistemi, Türkiye'de bu konuda yapılan öncül çalışmadır. Amaç, kapsam ve bibliyografik araştırma yöntemi hakkında ön bilgileri içeren bir giriş kısmından sonra, çalışmada, bibliyografik sınıflandırma ve bibliyografya hazırlama konularının işlendiği bir bölüm bulunmaktadır. Üçüncü Bölüm, ilgili alanlardaki bibliyografyanın eleştirilerek gözden geçirilmesine ayrılmıştır. Böylece, tüm turizmle ilgili Türkiye bibliyografyaları ve seçilmiş Türkiye işletmecilik, yabancı turizm ve yabancı turizm işletmeciliği bibliyografyaları, konu sınıflandırma düzenlerine özel bir önem atfedilerek incelenmiştir. Sonuçta, Dördüncü Bölüm bizim sınıflandırma sistemimizi açıklamak ve Beşinci Bölüm de böylece getirilen katkıyı özetlemektedir. Araştırmanın devamında 2683 künyeli sınıflandırılmış Türkiye Turizm İşletmeciliği Bibliyografyası, taranan kütüphaneleri, müracaat eserlerini ve süreli yayınları da içecek şekilde sunulmaktadır.

Turizmin Çeşitlendirilmesi Süreci Kapsamında Gençlik Turizmi - Türkiye'ye Yönelik Makro Düzeyde Bir Model Yaklaşımı (Yüksek Lisans Tezi), Bema TALU, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1995, 27 Tablo, 10 Şekil, 3 Ek, XI + 170 Sayfa (Danışman: Prof. Dr. Doğan Yaşar AYHAN).

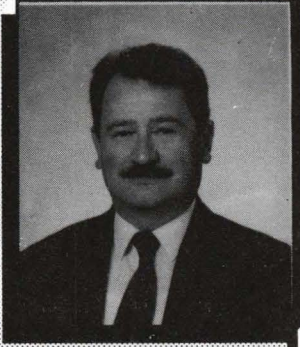
Gençlik turizmi tüm dünyada günden güne gelişen ve önem kazanan bir turizm biçimidir. Bu nedenle, tüm ülkeler gençlerin turizm etkinliklerine

katılabilmeleri için gerekli ortamı en iyi şekilde oluşturmayı hedeflemektedirler. Gençlik turizmi dünya genelinde sürekli bir gelişme kaydederken, ülkemizde bu konuda pek çok sorun bulunmaktadır. Bu problemlerin bir kısmı göz ardı edilmekte, bir kısmını gidemek için yapılan çalışmalar da oldukça yetersiz düzeyde kalmaktadır. Oysa, gençlik turizmi ülkemiz turizminin çeşitlendirilmesine yardımcı olacağı gibi, turizm gelirlerinin artmasına ve Türk gençlerinin yetişmesine de büyük katkı sağlayacaktır. Bu çalışma, gençlik turizminin kavramsal yapısına ışık tutup, bu alanda, dünyadaki ve Türkiye'deki kurumsal yapıyı ve işleyişi ortaya koyarak Türkiye'nin bu konudaki sorunlarını saptamayı ve bunları gidemek için neler yapılması gerektiğini tartışmayı, sonuçta elde edilen bulgulardan hareketle önerileri makro bir model yaklaşımı çerçevesinde sunmayı amaçlamaktadır.

An exploratory analysis of the personal factors on international vacation decision within the context of terrorism and / or political instability risk (Basılmamış Doktora Tezi), Sevil F. SÖNMEZ, The Pennsylvania State University, 190 sayfa. (Danışman: Prof. Alan R. GRAEFE).

The purpose of this study was to examine relationship between personal factors and key steps of the international vacation travel decision-making process within the context of risk of terrorism and / or political instability. A theoretical framework of the vacation travel decision-making process including personal and external or situational factors served as the foundation for the analysis. Four independent variables were examined, including international travel experience, risk perception level, travel attitude, and personality type. Dependent variables were three key steps of the decision-making process, including the general decision to travel internationally versus domestically, the extent of information search, and concern for safety in evaluating destination alternatives. Direct relationships between the four independent variables and the three dependent variables were hypothesized. Twelve sub-hypotheses grouped by the three dependent variables were proposed. A mail survey was conducted in the spring of 1994 to collect data for study. Questionnaires were sent to a random sample of 500 individuals who had travel internationally in the past or had expressed an interest in doing so. A total of 240 usable surveys were returned, representing a 48 percent response rate. To address the question of possible nonresponse bias, a random sample of nonrespondents (N=30) were selected and interviewed by telephone. A series of multiple regression analyses were conducted and supported by four-way analyses of variance. Results revealed that travel experience, risk perception level, travel attitude, and personality type explained 49.4 percent of the variance in the decision to travel internationally. The same four independent variables explained 25.7 percent of the variance in the extent of information search, and 24.7 percent of the variance in the evaluation of destination alternatives. Risk perception level, was the strongest predictor of each of the dependent variables. Travel attitude was directly related to the decision to travel internationally and information search, and personality type was a predictor of the decision to travel internationally and evaluation of destination alternatives. Travel experience however, appeared to have no direct relationship to the key decision-making steps, within the context of terrorism and / or political instability risk when other independent variables were already accounted for. To examine this variable further, additional analyses were conducted using simple regression with travel experience as the independent variable and the three other personal factors as dependent variables. Travel experience was found to be a significant predictor of risk perception level, travel attitude, and personality type. Results of additional analyses imply that travel experience may be indirectly related to the key decision-making steps that were examined. Study findings imply that regardless of the extent of previous travel experience, the level of risk an individual perceives with regard to international travel risk due to terrorism or political turmoil, the nature of his / her attitude toward international travel, and his / her personality type have the potential to influence key stages of the decision-making process; namely whether to go abroad or stay home, how much information to search for, and the importance of safety in evaluating various destinations (Bu tezin özeti, *Dissertation Abstracts International'dan alınmıştır*)

sektör'den...



THY'da, Aşkabad Havalanı Terminal Tesisleri'nde ve Emperyal'in Türkmen Oteli'nde hissedilenler, Türk iş adamlarının bizim teknolojiğimizle gerçekleştirildiği bu faaliyetler nedeniyle, Türkiye'nin yatırım ve işletmecilik birikiminin Orta Asya'dan dünyaya yayılabileceğini göstermektedir.

**HÜSNÜ
GÜMÜŞ**

Türk otelciliği Orta Asya'dan dünyaya yayılıyor..

Türk turizm sektörünün bugün ulaştığı seviyede dünya ölçeğinde yatırım ve iş letmecilik yapabileceğini ortaya koyan pek çok örnek vardır.

Özellikle bölgemizde yeniden yapılanmakta olan ülkelerin bu anlamdaki ihtiyaçlarının giderilmesinde Türkiye'deki bilgi ve üretim kapasitesinin önemli katkıları olacağı konusunda yaygın bir kanaat hakimdir.

Gerek Orta Asya, gerekse Karadeniz Ekonomik İşbirliği üyesi ülkeler hızla gelişen iş amaçlı seyahatlerin hedefi olmaktadır. Altyapının yetersizliği nedeniyle ziyaretçilerin konaklama ihtiyaçları yanında iş ortamının gerektirdiği toplantı, iş yemekleri, haberleşme, kargo, serbest zamanları değerlendirme gibi yan hizmetler yeterince karşılanamamaktadır.

Lufthansa'dan sonra KLM'in de Orta Asya seferlerine başlama kararı alması, Avrupa'dan yönelecek trafiğin büyüklüğü konusunda önemli bir göstergedir.

Orta Asya'ya ilk ulaşan THY'nin elde ettiği başarı her zaman yerini koruyacaktır. Avrupalı iş çevrelerinin hareket merkezlerini İstanbul'a almalarında ve buna bağlı olarak gelişen yeni faaliyetlerde THY'nin her türlü övgüyü çoktan hak etmiş bu bağlantılarının olumlu etkileri belirleyici olmuştur.

Bu güzel gelişmelerin Türkmenistan'ın başkenti Aşkabad'da gerçekleştirilen iki otel yatırımı ile zirveye doğru tırmandığını görüyoruz. 10.000 civarında yabancıların yaşadığı ifade edilen ve haftada 4 gün İstanbul üzerinden uçak bağlantısı olan şehirde 15 civarında yeni otel yatırımı da devam etmektedir. İşletmeye açılmış ve yurtdışında Türk firmaları tarafından dünya standartlarında inşa edilmiş "Grand Otel Türkmen" ve "Ak Altın Plaza" otelleri bu anlamdaki ilkler arasında önemli bir yer tutmaktadır.

İnşaattan sonra işletmeciliğinin de Türk firmalarınca yapılıyor olması, Türkiye'den malzeme ithali yanında işletme ve eğitim know-how'unun da dünyaya açılması anlamındadır.

Faaliyetin işletme fonksiyonu ile de bütünleşmesi daha önce savunulmuş olan görüşlerin uygulanabilirliği yanında sadece modernizasyon ve yenileme inşaatları değil tasarımıyla başlayarak komple tesislere ulaşılabilceğini göstermesi açısından da anlamlıdır.

İşletmeciliği Emperyal Turizm İşletmeleri tarafından üstlenilmiş olan ve gerçekten güzel hizmet sunan "Emperyal Grand Otel Türkmen"de işe başlayan daha önce TUR-REM'lerde eğitim görmüş Türkmen gençleri işletmecinin Türkiye'den getirdiği tecrübeli bir ekiple birlikte yöre halkından gençleri eğiterek yeni bir mesleğin oluşmasında ve benimsenmesine vesile olmuşlardır. İşletmeci firmanın bu konuda tahsis etmiş olduğu kaynak, zaman ve özveri gerçekten takdire değerlidir.

Bir işletmenin çabaları ile oluşan bu eğitim faaliyetinden, yeni yapılmakta olan oteller de dikkate alınırsa, Türkiye'nin aktif olarak katılabileceği yeni unsur ve arayışların da dahil edildiği bir eğitim programının geliştirilmesinin gerekliliği sonucuna ulaşılmaktadır.

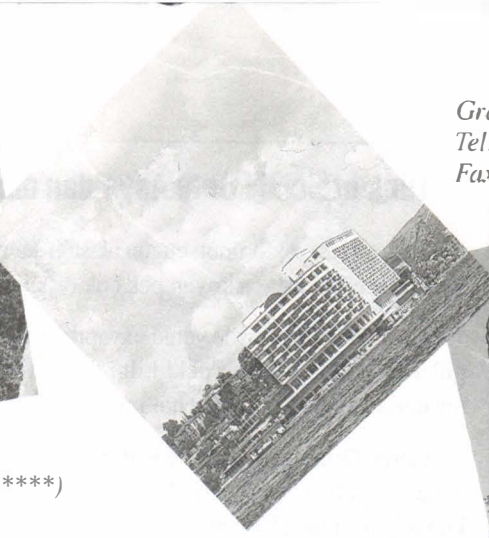
THY'da, Aşkabad Havalanı Terminal Tesisleri'nde ve Emperyal'in Türkmen Oteli'nde hissedilenler, Türk iş adamlarının bizim teknolojiğimizle gerçekleştirildiği bu faaliyetler nedeniyle, Türkiye'nin yatırım ve işletmecilik birikiminin Orta Asya'dan dünyaya yayılabileceğini göstermektedir.

Türk turizminin elde ettiği tecrübeyi çeşitli örneklerle dünyaya yayan Türkmenistan'daki başarılı kuruluşlarımız arasına yenilerinin de katılması ile daha çok ülkede güzel başka örneklerle de karşılaşmak hakkımızdır.

Akçay, Temmuz 1995

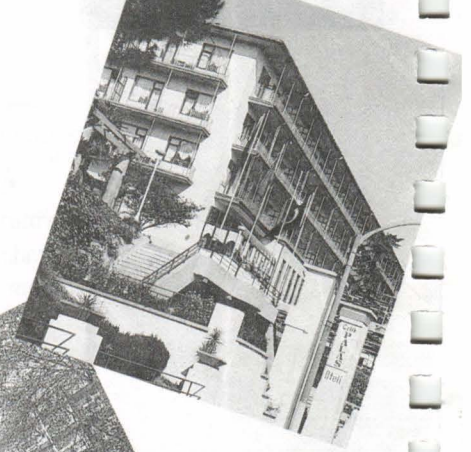


*Grand Hotel Ankara (*****)*
Tel:0.312.425 66 55
Fax:0.312.425 50 70



*Grand Hotel Efes - İzmir (*****)*
Tel:0.232.484 43 00
Fax:0.232.441 56 95

*Grand Hotel Tarabya - İstanbul (*****)*
Tel:0.212.262 10 00
Fax:0.212.262 22 60



*Bursa Çelik Palas (*****)*
Tel:0.224.233 38 00
Fax:0.224.236 19 16

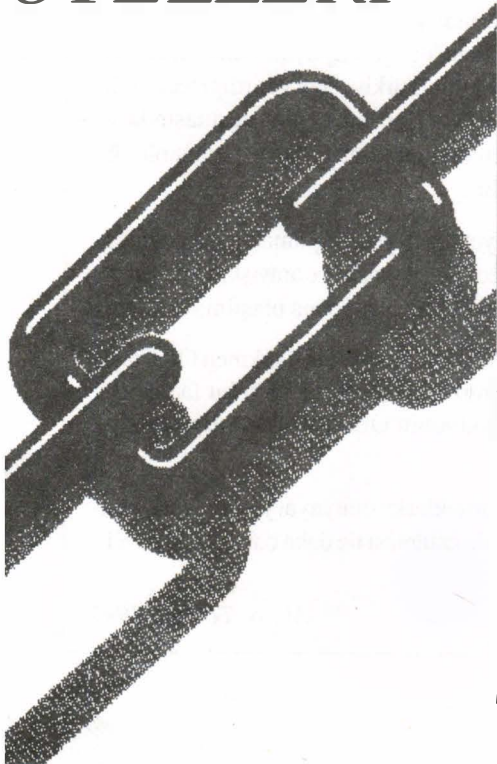


*Hotel Maçka - İstanbul (****)*
Tel:0.212.234 32 00
Fax:0.212.240 76 94



*Hotel Stad - Ankara (****)*
Tel:0.312.310 48 48
Fax:0.312.310 89 69

EMEK OTELLERİ



sizi memnun etmeye hazırız...

ULUSLARARASI



KONFOR

GELENEKSEL TÜRK
KONUKSEVERLİĞİYLE
BİRLEŞTİ.



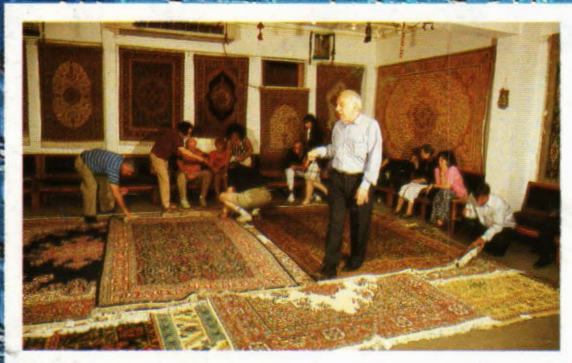
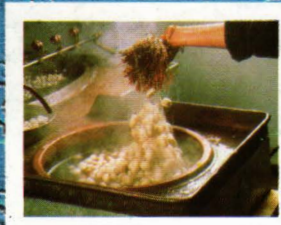
İstanbul'a geldiğinizde, kentin hemen girişinde yemyeşil bir alan içinde, güneşte parıltıyan bir bina tarafından karşılanırsınız. Holiday Inn Crowne Plaza İstanbul, bir yanda Marmara Denizi'nin en sakin kıyılarını, diğer yanda, modern bir alışveriş ve eğlence merkezinin canlılığını sunar size. Restoranlarında uluslararası ve yerel mutfakların en seçkin örnekleri, açık/kapalı yüzme havuzları ve 5 yıldızlı bir otelin aklınıza gelebilecek tüm konfor unsurları sizin için hazırdır. İstanbul'a gelmişken, Holiday Inn Crowne Plaza'da konaklama, eğlenme ve dinlenme şansını kendinize mutlaka tanıyın.

 **Holiday Inn**
CROWNE PLAZA®

İSTANBUL

STAY WITH SOMEONE YOU KNOW.

ATAKÖY, SAHİL YOLU. AYRINTILI BİLGİ İÇİN : (0212) 560 81 00



SENTEZ İSTANBUL
Bab-ı Ali Caddesi 15
Cağaloğlu-İSTANBUL
Tel: (0.212) 513 13 50

DENİZLİ HALI
Cankurtaran Mevkii
Tavas-DENİZLİ
Tel: (0.258) 637 42 00

AVANOS HALI
Tuzyolu
50500-NEVŞEHİR
Tel: (0.384) 511 33 33

BEDESTEN
Hacı Reşit Bey Sok. 9
Zeytinburnu-İSTANBUL
Tel: (0.212) 510 91 51

*Ministry of National Education
Carpet Weaving Course*



Sentez
TURİZM TİCARET VE SANAYİ A.Ş.