

**YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM YATIRIMLARININ
BULANIK ÇOK AMAÇLI DEĞERLENDİRİLMESİ**

Endüstri Mühendisi Yavuz ÖZDEMİR

FBE Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı Endüstri Mühendisliği Programında Hazırlanan

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Tufan DEMİREL (YTÜ)

İSTANBUL, 2009

İÇİNDEKİLER

Sayfa

SİMGE LİSTESİ.....	vi
KISALTMA LİSTESİ	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	viii
ÇİZELGE LİSTESİ	ix
ÖNSÖZ	x
ÖZET	xi
ABSTRACT.....	xii
1. GİRİŞ	1
2. TURİZM SEKTÖRÜ VE YATIRIMLARI	3
2.1 Turizmin Tanımı ve Turizme Giriş.....	3
2.2 Turizm Türleri.....	7
2.3 Turizm ve Diğer Bilim Dalları.....	12
2.4 Ekonomi ve Turizm	16
2.4.1 Turizmin Önemi.....	16
2.4.2 Ekonomik Faaliyet Olarak Turizm	17
2.4.2.1 Turizmin Ekonomik Etkileri	20
2.4.2.2 Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi.....	23
2.4.3 Turizmin Ekonomik Etkileri	24
2.4.3.1 Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri.....	25
2.4.3.1.1 Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi	25
2.4.3.1.2 Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi.....	29
2.4.3.1.3 Turizmin İstihdam Yaratıcı Etkisi.....	30
2.4.3.1.4 Turizmin Bölgelerarası Ekonomik Gelişme Üzerindeki Etkisi	32
2.4.3.1.5 Turizmin Ekonominin Diğer Sektörleri Üzerinde Yarattığı Etkiler	33
2.4.3.2 Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri.....	34
2.4.3.2.1 İthalat Etkisi	34
2.4.3.2.2 Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi	35
2.4.3.2.3 Turizmin Fırsat Maliyeti Etkisi	37
2.4.3.2.4 Turizmin Mevsimsellik Etkisi	39
2.4.3.2.5 Yabancı Sermaye Etkisi	40
2.5 Turizm Politikası.....	42
2.6 Turizm Sektörü	43
2.6.1 Dünyada Turizm Sektörü.....	44
2.6.2 Avrupa Birliği'nde Turizm Sektörü.....	50
2.6.2.1 Avrupa Birliği'nin Dünya Turizmindeki Yeri.....	50
2.6.2.2 Turizm Sektörünün Avrupa Birliği Ekonomisindeki Yeri.....	52
2.6.2.3 Avrupa Birliği Turizm Politikası	53
2.6.2.4 Avrupa Birliği Turizm Teşvik Politikası	54
2.6.3 Türkiye'de Turizm Sektörü.....	58

2.6.3.1	Türkiye’de Turizm Sektörü İstatistikleri.....	60
2.6.3.2	Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri.....	66
2.6.3.3	Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Devlet Yardımları	73
2.6.3.3.1	1985-1991 Yılları Arasındaki Kaynak Kullanımını Destekleme Primli Dönem...	74
2.6.3.3.2	1991-1992 Yılları Arasındaki Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kaynaklı Kredi Dönemi.....	74
2.6.3.3.3	1992-1994 Yılları Arasındaki Fon Kaynaklı Kredi Dönemi	75
2.6.3.3.4	1994-2005 Dönemi	75
2.6.3.4	Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne Adaylığı ve Türkiye Turizmi.....	77
2.6.3.4.1	Avrupa Birliği’nde Turizm Politikaları, Turizm Uygulamaları ile Türk Turizm Politikası ve Uygulamalarının Kıyaslanması.....	77
2.6.3.4.2	Avrupa Birliği’ne Tam Üyeliliğin Türk Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri	82
2.6.3.4.3	Alınması Gerekli Tedbirler	84
2.6.3.5	Türkiye Turizminin Sorunları	85
2.6.3.5.1	Pazarlama ve Tanıtım Eksikliği	86
2.6.3.5.2	Turizm Eğitimi.....	86
2.6.3.5.3	Alt Yapı.....	86
2.6.3.5.4	İşletmecilik.....	87
2.6.3.5.5	Mali Düzenlemeler.....	87
2.6.3.5.6	İç Turizm.....	88
2.6.3.5.7	Konaklama Tesislerinin Yanlış Yapılanması.....	88
2.6.3.5.8	Çevre Kirliliği	89
2.6.3.5.9	Turizmin Çeşitlendirilmesi	89
2.6.3.5.10	Mevsimlik Yoğunlaşma	90
2.6.3.5.11	Ulaştırma.....	91
2.6.3.5.12	Turizm Politikasının Oluşturulamaması	91
2.6.3.5.13	Örgütlenme	92
2.6.3.5.14	İmaj Sorunu.....	92
2.7	Turizm Arzı ve Talebi.....	93
2.7.1	Turizm Arzı Tanımı	93
2.7.2	Turizm Arzının Özellikleri.....	94
2.7.3	Turizm Talebi	97
2.7.4	Turizm Talebinin Özellikleri	98
2.7.5	Turizm Talebini Etkileyen Faktörler	99
2.8	Sürdürülebilir Turizm	101
2.8.1	Sürdürülebilirlik Kavramı	101
2.8.2	Sürdürülebilir Turizmin Tanımı.....	102
2.8.3	Sürdürülebilir Turizmin Genel İlkeleri	102
2.8.4	Sürdürülebilir Turizmin Amaçları	104
2.8.5	Turizm Faaliyetlerinde Doğal ve Sosyo Kültürel Çevrenin Uyumu.....	105
2.8.6	Avrupa Birliği’nin Sürdürülebilir Turizm ve Çevre İlişkisine Bakışı	106
2.8.7	Türkiye’nin Sürdürülebilir Kalkınma Stratejisinin İlkeleri	106
2.9	Geleceğe Yönelik Eğilimler.....	107
2.9.1	Uluslararası Turizm Hareketlerinde Geleceğe Yönelik Eğilimler.....	107
2.9.2	Türkiye Turizminde Geleceğe Yönelik Eğilimler	114
3.	TURİZM YATIRIM PROJELERİ.....	118
3.1	Turizm Yatırım Projelerinin Niteliği	118
3.1.1	Kavramlar	118
3.1.1.1	Yatırım Kavramı	118

3.1.1.2	Turizm Yatırımı Kavramı	120
3.1.1.3	Proje ve Yatırım Projesi Kavramı	121
3.1.1.4	Turizm Yatırım Projesi Kavramı	122
3.1.1.5	Proje Değerlendirme Kavramları	122
3.1.2	Özellikler	125
3.1.2.1	Sabit Sermaye Yoğunluğu	125
3.1.2.2	Emek Yoğunluğu	126
3.1.2.3	Sabit Giderlerin Yüksek Oluşu	126
3.1.2.4	Tesis ve Alt Yapı Arasındaki İlişki	127
3.1.2.5	Turizmde Talep-Yatırım İlişkisi	128
3.1.2.6	Diğer Sektörler ile Mukayese	128
3.1.2.7	Fiziksel Planlama	129
3.2	Turizm Yatırım Projelerinin Fizibilite İncelemeleri	130
3.2.1	Teknik İnceleme	130
3.2.1.1	Kuruluş Yeri Seçimi	131
3.2.1.2	İşletme Büyüklüğü ve Kapasite Kullanımı	133
3.2.1.3	Teknik Sorunların İncelenmesi	133
3.2.1.4	İşletme İçi Yerleştirme	134
3.2.1.5	Tesis Dönemi Uygulama Planı	135
3.2.2	Örgütsel İnceleme	135
3.2.3	Mali İnceleme	137
3.2.3.1	Yatırım Tutarı ve Yıllara Dağılımı	138
3.2.3.2	Yatırım Harcamaları ve Finansman Planları	138
3.2.3.3	Tahmini Gelir ve Gider Tabloları	138
3.2.3.4	Mali ve Ekonomik Analizler	139
3.2.4	Ekonomik İnceleme	140
3.2.4.1	Arz ve Talep İncelemesi	140
3.2.4.2	Fiyatlar İncelemesi	141
3.2.4.3	Yatırım Maliyetleri İncelenmesi	141
3.2.4.4	Satış ve Rekabet İncelenmesi	141
3.2.4.5	Ekonomik Karlılık İncelemesi	142
3.3	Yatırım Projelerinin Ekonomik Değerlendirilmesi	142
3.3.1	Turizm Yatırım Projelerinin Ekonomik Değerlendirilmesinde Kullanılma Olasılığı Gösteren Yöntemler	142
3.3.1.1	Net Güncel (Bugünkü) Değer Yöntemi	142
3.3.1.2	İç Verim Oranı Yöntemi	143
3.3.1.3	Geri Ödeme Süresi Yöntemi	144
3.3.1.4	Yıllık Nakit Akışı Analizi	145
3.3.1.5	Ortalama Kârlılık Oranı Yöntemi	146
3.3.1.6	Pratikte Kullanılan Yöntemler	146
3.3.2	Yöntemlerin İrdelenmesi	147
3.3.3	Turizm Yatırımlarının Ekonomik Sonuçları	148
3.3.3.1	Yatırım Aşamasındaki Ekonomik Sonuçlar	148
3.3.3.2	İşletme Aşamasındaki Ekonomik Sonuçlar	149
3.4	Türkiye’de Turizm Yatırımı Mevzuatları	150
3.4.1	Belirli Turizm Yatırımı Tanımları	150
3.4.2	Yatırım Türünün Kararı	151
3.4.3	Yatırım Yeri Seçimi	153

4.	BULANIK ÇOK AMAÇLI KARAR VERME	156
4.1	Genel Tanımlar Ve Terimler.....	156
4.1.1	Hedef Önceliklendirme Kavramı	158
4.2	Çok Kriterli Karar Verme Metotları	158
4.2.1	Ağırlıklı Toplam Modeli.....	160
4.2.2	Ağırlıklı Çarpım Modeli Metodu.....	160
4.2.3	ELECTRE Metodu.....	161
4.2.4	TOPSIS Metodu.....	162
4.2.5	Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) Metodu.....	162
4.2.5.1	Hiyerarşik Yapı	163
4.2.5.2	İkili Karşılaştırmalar	165
4.2.5.3	Çok Amaçlı Karar Verme Problemleri için Nitel Verilerin Sayısallaştırılması...165	
4.2.6	Çok Kriterli Karar Verme Problemlerinde Bulanık Mantık Kullanılması.....	168
4.2.7	Bulanık Analitik Hiyerarşi Prosesi	169
4.2.8	Chang Yaklaşımı.....	170
4.2.9	Analitik Ağ Prosesi (AAP)	172
4.2.9.1	AAP Aşamaları	173
4.3	Bulanık Doğrusal Programlama Modeli	175
5.	UYGULAMA	182
6.	SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	209
	KAYNAKLAR	211
	EKLER	218
Ek 1	Turizm Teşvik Kanunu ve Mevzuatlar	218
Ek 2	Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik....	233
	ÖZGEÇMİŞ	257

SİMGE LİSTESİ

a_{ij}	Bir A karar matrisinde C_j kriterine göre A_i alternatifinin performansı
C_j	Karar kriteri
w_i	i alternatifinin ya da kriterinin önem ağırlığı
$\tilde{n}$	Bulanık Üçgensel Sayı
(l,m,u)	Bulanık Üçgensel Sayı Gösterimi (küçük, orta, büyük) (lower, medium, upper)
$R(A_k/A_l)$	A_k ve A_l alternatiflerinin WPM puanı
$(Ax)_i$	Kısıt ve/veya Hedef Denklemi
b_i	Hedef Değeri
d_i	Katlanılabilir Sapma Miktarı
$\mu(x)$	Üyelik Derecesi
λ	Doyurulma Derecesi

KISALTMA LİSTESİ

AHP	Analitik Hiyerarşi Prosesi
AAP	Analitik Ağ Prosesi
WSM	Ağırlıklı Toplam Modeli
WPM	Ağırlıklı Çarpım Modeli
ELECTRE	Eleme ve Seçim Yoluyla Gerçeği İfade Etme Tekniği (Elimination and Choice Translating Reality)
TOPSIS	İdeal Çözüme Benzerlik Yoluyla Öncelik Sıralama Tekniği (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution)
MCDM	Çok Kriterli Karar Verme (Multi Criteria Decision Making)
MODM	Çok Amaçlı Karar Verme (Multi Objective Decision Making)
MADM	Çok Ölçütlü Karar Verme (Multi Attribute Decision Making)
SD	Süper Kararlar (Super Decisions)

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1	Turizm çalışmalarının disiplinler arası yeri.....	13
Şekil 2.2	Turizmin olumsuz ekonomik etkileri.....	34
Şekil 2.3	Yıllar itibariyle Türkiye'ye gelen turist sayıları.....	61
Şekil 2.4	Turizm gelirinin GSMH içindeki payı.....	64
Şekil 2.5	Turizm gelirinin ihracat gelirleri ve turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı..	65
Şekil 3.1	Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri (KTKGB) ve Turizm Merkezleri (TM) İlanı, Planlaması ve Tahsisi.....	155
Şekil 5.1	Turizm türü seçimi için kurulan ağ yapısının Super Decisions paket programında gösterimi.....	183
Şekil 5.2	Tanıtım ve pazarlama açısından ağırlıkların Super Decisions paket programına girilmesi.....	191
Şekil 5.3	Türkiye için turizm türü yatırımlarının ağırlıkları.....	192
Şekil 5.4	Yaz turizmi projelerinin ağırlıkları.....	197
Şekil 5.5	Modelin WINQSB programına girilmesi.....	206
Şekil 5.6	WINQSB programı yardımıyla optimal çözümün bulunması.....	206
Şekil 5.7	Turizm yatırımları seçimi.....	208

ÇİZELGE LİSTESİ

Çizelge 2.1	Çeşitli ülkelerde turizm kavramının tanımında dikkate alınan değişkenler.....	5
Çizelge 2.2	İdeal milli turizm dengesi.....	27
Çizelge 2.3	Yıllara göre turizm belgeli konaklama tesislerinin sayısı.....	62
Çizelge 2.4	Teşvik araçlarının çeşitleri.....	69
Çizelge 2.5	Türkiye’de turizm sektörüne sağlanan teşvikler.....	72
Çizelge 3.1	Türkiye’de turizm yatırımı türleri.....	152
Çizelge 4.1	Saaty’nin bağıl önemler ölçeği.....	166
Çizelge 4.2	Lootsma’nın önem ağırlıkları.....	167
Çizelge 4.3	Lootsma tarafından tanımlanan bağıl önemler ölçeği.....	167
Çizelge 5.1	Turizm türü seçimi için problemin ağ yapısı.....	182
Çizelge 5.2	Tanıtım ve pazarlamaya göre alternatiflerin 1. anket matrisi.....	184
Çizelge 5.3	Tanıtım ve pazarlamaya göre alternatiflerin 2. anket matrisi.....	184
Çizelge 5.4	Tanıtım ve pazarlamaya göre alternatiflerin 3. anket matrisi.....	184
Çizelge 5.5	Yapay Büyüklük Değerleri.....	185
Çizelge 5.6	Bulanık Toplamlar.....	186
Çizelge 5.7	Ağırlık Vektörleri.....	187
Çizelge 5.8	Normalize Öncesi Veriler.....	187
Çizelge 5.9	Alternatiflerin tanıtım ve pazarlama açısından ağırlıkları.....	188
Çizelge 5.10	Kriterlere göre alternatiflerin ağırlıkları.....	188
Çizelge 5.11	Maliyet ana kriterinin altındaki kriterlerin ağırlıkları.....	188
Çizelge 5.12	Zaman ana kriterinin altındaki kriterlerin ağırlıkları.....	188
Çizelge 5.13	Fiziksel özellikler ana kriterinin altındaki kriterlerin ağırlıkları.....	189
Çizelge 5.14	Sosyal özellikler ana kriterinin altındaki kriterlerin ağırlıkları.....	189
Çizelge 5.15	Kriterlerin ve alternatiflerin ağırlıkları.....	190
Çizelge 5.16	Ağırlıklandırılmamış Süper Matris.....	193
Çizelge 5.17	Ağırlıklandırılmış Süper Matris.....	194
Çizelge 5.18	Limit Süper Matris.....	195
Çizelge 5.19	Yaz turizmi projeleri için problemin ağ yapısı.....	196
Çizelge 5.20	Çeşme yatırımının finansal verileri.....	199
Çizelge 5.21	Kemer yatırımının finansal verileri.....	200
Çizelge 5.22	Kuşadası yatırımının finansal verileri.....	201
Çizelge 5.23	Yaz turizmi projeleri için optimal çözüm.....	207

ÖNSÖZ

Son yıllarda hızla gelişen sektörlerden biri olan turizm sektörünü incelediğim bu çalışmada; yine son yıllarda çok değişim gösteren karar verme problemlerini ele aldım. Çok amaçlı karar verme metotlarıyla ilk olarak Türkiye için en uygun turizm türüne karar verdim, daha sonra bu türle alakalı 3 yatırım projesi ele alarak hangi yatırımı yapmanın daha fizibil olduğunu saptadım. Umarım bu çalışma, bundan sonra bu alanlarda çalışmak isteyenlere veya benzer şekilde turizm yatırımı yapmak isteyenlere faydalı olur.

Bu çalışmamın hazırlanmasında bana destek olan TUBİTAK'a; her türlü desteğini ve yardımını esirgemeyen Sayın Hocam Yrd.Doç.Dr. Tufan DEMİREL'e; birlikte çalıştığım hocam Sayın Yrd.Doç.Dr.Nihan ÇETİN DEMİREL'e; bilgi ve deneyimlerinden yararlandığım diğer hocalarıma; turizm konusundakiengin bilgilerini benimle paylaşan, bana yol gösteren ve her zaman yanımda olan Sayın Ufuk TİMER'e; sadece bu çalışmam sırasında değil tüm hayatım boyunca ve karşılaştığım tüm zorluklarda yanımda olan anneme, babama, canım kardeşime ve beni hiç yalnız bırakmayan Şahika BULUT'a teşekkürü bir borç bilirim.

Endüstri Müh. Yavuz ÖZDEMİR

İstanbul, 2009

ÖZET

Özellikle son yıllarda turizm ülkeler için en önemli iş alanlarından biridir. Turizmin disiplinler arası bir bilim dalı olduğu ve diğer alanlardaki etkileri inkar edilemez. Bu yüzden bu sektöre yapılacak olan yatırımlar mantıklı ve fizibil olmak zorundadır. Hangi turizm türü veya hangi yatırım yapılmalı soruları tartışılmalı ve sayısal olarak çözümlenmelidir.

Bu çalışmanın amacı, böyle önemli bir sektöre yapılacak yatırımların daha fizibil olmasına yardım etmek ve yatırımcılara yol göstermektir. Bu çalışmada ilk olarak Türkiye için turizm türleri ağırlıklandırılmış, daha sonra bu tür için 3 yatırım projesi ağırlıklandırılmış ve en son olarak da bu ağırlıkları maksimize edecek bulanık çok amaçlı model kurularak karar verilmiştir.

Sonuç olarak yapılan bu nümerik analizlerle Türkiye için en fizibil yatırım türünün yaz turizmi olduğu bulunmuş, daha sonra da Çeşme, Kemer ve Kuşadası'nda kurulması planlanan aynı özellikle 3 yatırım arasından Kemer'e yatırım yapmanın günümüz şartlarında daha fizibil olacağına karar verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizm Yatırımları, Çok Kriterli Karar Verme, Çok Amaçlı Karar Verme, Bulanık Çok Amaçlı Karar Verme.

ABSTRACT

Especially in recent years, tourism is one of the major business areas for countries. Its effect on several disciplines can not be disclaimed. For this reason investments on this sector have to be feasible and logical. Which types of tourism or which investment questions must be discussed and calculated numerically.

The aim of this paper is to help the investments to be more feasible in such an important sector and to guide investors. In this paper, firstly tourism types for Turkey were prioritized, then for this type 3 investment projects were prioritized and lastly a decision was made by modelling the maximization of these weights.

As a conclusion with these numerical analysis, summer tourism was found as the most feasible investment type for Turkey, then among 3 investments, that are located in Çeşme, Kemer and Kusadasi and all of them are the same specialities, decided that making an investment to Kemer is more feasible than others nowadays.

Keywords: Tourism, Tourism Investments, Multi Criteria Decision Making, Multi Objective Decision Making, Fuzzy Multi Objective Decision Making.

1. GİRİŞ

Harcanabilir kişisel gelirlerden turizme ve tatile ayrılan payın özellikle 1980'lerden bu yana ciddi boyutlarda artmasıyla birlikte ve ulaşım ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmelerle birlikte turizm endüstrisi dünyada en hızlı gelişen endüstrilerin başında yer almaktadır. Bu durumundan ötürü turizm gerek politikacıların, gerek iktisatçıların, gerek sosyologların ve de gerekse yatırımcıların, sermaye sahiplerinin ilgi odağı haline gelmiştir.

Hızlı bir şekilde büyüyen turizm endüstrisi istihdama katkısı, hizmet verdiği insan sayısı, yarattığı gelir ve katma değerle birlikte bu sektör ülke ekonomilerinin karşılaştığı darboğazların aşılmasında önemli bir çıkış yolu olarak kabul edilmektedir. Böylesine olumlu etkilere sahip olan turizm sektörü, Türkiye ekonomisi için de önemli bir yere sahiptir.

Türkiye ekonomisinde turizm sektörünün payının artırılması ve turizm gelirlerinin artırılması hem milli gelir üzerinde hem de diğer ekonomik değişkenler üzerinde olumlu etkiler yaratacaktır. Ayrıca son dönemlerde ülkemiz için başlıca iktisadi sorunlardan biri haline gelen cari işlemler açığı probleminin çözümüne, turizm potansiyelinin değerlendirilmesi sonucunda elde edilecek döviz gelirleri ile katkı sağlanabileceği açıktır.

Farklı turizm türleri için önemli çekicilikte olan ülkemizde, turizm yatırımları ekonomik faaliyetler arasında oldukça ciddi boyutlara ulaşmıştır. Gelecekte de yeni turizm yatırımlarının ara vermeden yapılacağını kestirebilmek mümkündür. Turizm yatırımlarında fizibilitenin ciddi şekilde yapılması, söz konusu yatırımların etkin ve verimli çalıştırılabilmesi açısından oldukça önemlidir.

Böylesine önemli bir alana yapılacak yatırımlar da fizibil olmalı, gerek paydaşlara, gerekse ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamalıdır. Literatüre baktığımızda turizm alanına mühendislik disipliniyle yaklaşan çalışmalar neredeyse yok denecek kadar azdır. Mevcut çalışmalar sadece sektörü incelemiş, sektörün etkilerine ve diğer bilim dallarıyla olan etkileşimlerine değinmişlerdir.

Yaptığımız bu çalışmada ilk olarak detaylı sektör incelemesi yapılmış, sektörün diğer sektörlere ve ekonomiye olan olumlu ve olumsuz etkileri incelenmiş, turizm türleri

detaylandırılmıştır. Ayrıca turizm yatırım projelerine finansal bakış açısıyla bakılarak turizm için kullanılabilecek finansal oranlar ve fizibilite çalışmalarına yer verilmiştir.

Çalışmanın sonraki aşamasında yine son yılların temel konularından bir tanesi olan karar verme konusu incelenmiştir.

Yapılan uygulama kısmında ise literatürde yok denecek kadar az olan turizm sektörünün mühendislik bakış açısıyla değerlendirilmesine değinilmiştir. Bu yöntemle ilk olarak Türkiye için turizm türleri ağırlıklandırılmış, daha sonra bu tür için 3 yatırım projesi ele alınarak bunlar ağırlıklandırılmış ve son olarak da kurulan bulanık çok amaçlı karar verme modeliyle birlikte hem bu ağırlıkların maksimizasyonu sağlanmış, hem de bu yatırımlara ait diğer finansal veriler aynı anda tatmin edilerek fizibil çözüme ulaşılmıştır.

Turizm sektörünün ekonomiye olan katkılarının ortaya konulduğu, Türkiye'nin, Avrupa Birliği'nin ve dünyanın turizm pazarının değerlendirildiği bu çalışmanın, ayrıca uygulama kısmındaki nümerik örneğin de, şu anda bu sektöre yatırım yapmak ve/veya ilerde bu alanda çalışmak isteyenlere yararlı olacağını umarım.

2. TURİZM SEKTÖRÜ VE YATIRIMLARI

2.1 Turizmin Tanımı ve Turizme Giriş

Son yıllarda harcanabilir kişisel gelirlerden turizme ve tatile ayrılan payın artması, ulaşım ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişme ve insanların şimdiye kadar görmedikleri ve merak ettikleri yeni bölgeleri ziyaret etme isteği sonucunda turizm sektörü dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörler arasında yer almaktadır.

Turizm endüstrisi, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre; istihdam katkısı, hizmet verdiği insan sayısı, yarattığı gelir ve katma değerle dünyanın en büyük endüstrilerinden biri haline gelmiştir.

Turizm olayını veya kavramını belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar XIX. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Olaya değişik yönlerden değinen yazarlar, değişik turizm tanımları yapmışlardır. Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında ilk turizm tanımı ortaya atılmıştır.

Buna göre “turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine;doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirleriyle daha çok yakınlaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olay”dır.

Turizmin sadece ekonomik yönü üzerindeki tartışmaları başlatan kişi 1910 yılında Avusturyalı ekonomist Hermann von Schullar olmuştur.

Yazar; “başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü” olarak turizmi nitelendirmekte ve olayın sosyo-kültürel yönünden söz etmektedir (Kozak vd, 2006).

Turizm kavramı üzerinde özel ve teknik birçok tanım yapılmakla birlikte tanım üzerinde kesin bir anlaşma sağlanamamıştır. Bu sorun, turizm hareketinin öznesinin insan olmasından ve sosyal, psikolojik, politik, ekonomik unsurların bir araya gelmesinden kaynaklanmaktadır. Bu

anlamda turizm, insanların sürekli olarak yerleşmemek üzere kendi konaklama yerleri dışında, özellikle politik ve ticari bir amaç gütmeksizin, özgür bir atmosfer içinde; iş, merak, din, sağlık, spor, dinlenme, kongre ve seminerlere katılma, kültür, özentî ve öykünme ya da aile ziyareti gibi amaçlarla 24 saati aşacak biçimde kişisel ya da toplu olarak yaptıkları konaklamalı seyahatleri kapsayan ve ayrıca, bu süreç içerisinde ortaya çıkan iş ve ilişkilerden oluşan bir hizmet endüstrisi biçiminde tanımlanabilir (Olalı, 1983).

Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği ise turizmi; insanların devamlı yaşadıkları, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanmaktadır.

Bu tanım esas alındığında, kongre ve iş seyahatleri, kısa süreli seyahatler, kırsal kesimden büyük şehirlere yönelen her türlü seyahatler, sayfiye yerlerinde ikinci evlerdeki konaklamalar turizm olayı içinde sayılmaktadır. Buna karşılık öğrencilerin uzun süreli konaklamaları, iş arama, devamlı yerleşme amacına yönelik seyahatler ve konaklamalar günlük ihtiyaçların karşılanması için yapılan olağan seyahatler turizm kapsamına girmemektedir.

Turizm olayının tanımlanmasında genellikle dinamik bir unsur olarak kabul edilen “seyahat” faktörü önemli bir yer tutar. Ayrıca, teorik olarak insanların yaptığı bütün seyahatlerin turizm olayının bir unsuru olduğu da söylenemez. Hangi seyahatlerin turizm olayı yaratabileceğine genellikle seyahat amacı göz önüne alınarak karar verilebilir. Bazen çok kısa seyahatler, amacı ile birlikte ele alındığında, turizm olayı yaratabilirken, aksine uzun seyahatler turizm olayı yaratmayabilir. Ayrıca uzaklık sınırına göre de turizm kavramına farklı yaklaşımlar söz konusudur. Örneğin Kanada’da bir faaliyetin turizm sektörü içinde yer alıp almadığının belirlenmesinde, kişinin bulunduğu merkezden 80 km. uzaklığa seyahat etmesi ölçütü dikkate alınmaktadır. ABD’de ise bu sınır, kuruluşlara göre değişiklik gösterdiği için 50 mil ile 80 mil arasında değişmektedir (Çizelge 2.1). Bu yaklaşımda, uluslar arası turizm faaliyetlerine ilişkin hesaplamalarda herhangi bir sorun görünmezken, iç turizm hareketleri ile ilgili hesaplamalarda adı geçen uzaklık sınırlarını dikkate alarak kesin bir sonuca ulaşmak uygulamada oldukça zor olmaktadır. Daha da önemlisi, belirtilen uzaklık sınırının altında bir merkeze seyahat eden ve birkaç gün konaklama yapan bir kimsenin turizm ve turist kavramları açısından durumu incelenememektedir.

Çizelge 2.1 Çeşitli ülkelerde turizm kavramının tanımında dikkate alınan değişkenler
(Kozak vd, 2006)

Tanımı Yapan Kurum/Kuruluş	Göstergeler
Kanada Turizm Komisyonu	80 km; toplam sürenin 12 ay geçmemesi gerekiyor. İş vb amaçlar, rutin turlar kapsam dışında tutuluyor.
Ontario Turizm Bakanlığı (Kanada)	Günübirlik turlarda sınır 40 km.dir. Geceleme yapılan turlarda herhangi bir sınır söz konusu değildir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. İş vb amaçlar, rutin turlar kapsam dışındadır.
Seyahat Endüstrisi Kuruluşu (ABD)	Sınır 80 mil olarak belirlenmiştir.
New Hampshire Eyaleti (ABD)	Kişinin hukuki anlamda yerleşim yeri dışındaki seyahatlerini kapsamaktadır (uzaklık, zaman ve harcama miktarına bakılmamaktadır).
Tayvan Turizm Bürosu	Kişinin sürekli yaşadığı çevrenin dışına yapmış olduğu seyahatleri içermektedir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. Alışveriş, iş vb. amaçlı seyahatler kapsam dışıdır.
Avustralya Turizm Araştırma Bürosu	Gecelemeye dahil olan seyahatler için sınır 40 km. ve en fazla süre 12 ay olarak belirlenmiştir. Günübirlik ve bazı hallerde ise sınır 50 km ve süre en az 4 saattir. İş vb. amaçlı rutin seyahatler ile geceleme seyahatlerinde yapılan günübirlik seyahatler kapsam dışında tutulmaktadır.
Ulusal Turizm Yönetimi (Çin)	Altı aylık süreyi geçmemek koşuluyla kişinin sürekli yaşadığı bölge dışına yapmış olduğu geceleme seyahatleridir. Eğitim amaçlı seyahat eden devlet personeli ve askeri personel, geçici işçiler, eğitim amaçlı öğrenci seyahatleri kapsam dışında tutulmaktadır.
Yeni Zelanda Turizm Danışma Kurulu	Kişinin sürekli yaşadığı bölge dışına geçici süreyle yapmış olduğu geceleme seyahatleridir.

Türkiye İstatistik Kurumu	İkamet edilen ülkeden başka bir ülkeye en az 24 saat süreyle yapılan seyahatlerdir.
Kültür ve Turizm Bakanlığı (Türkiye)	İkamet ettiği yerin dışındaki bir yere seyahati içeren faaliyetlerdir. Ülke içindeki seyahatleri altı ay, yurtdışına yönelik seyahatler ise 12 aydan fazla olmamalıdır.

Turizm kavramı üzerindeki tartışmalar özellikle akademik çevrelerde uzun süredir yapılabilmektedir. Bazı araştırmacılar, turizmi “endüstri” kabul ederken, bazıları da endüstriden çok “sistem” olarak kabul etmektedirler. Turizm kavramının bir çok disiplin ve sektörle ilişkisi bulunmaktadır. Turizm kavramının tek bir tanımının yapılamamasının nedeni, farklı disiplinlerde çalışan araştırmacıların turizmi kendi disiplinlerine özgü niteliklerini dikkate alarak tanımlamalarından kaynaklanmaktadır. Örneğin, ekonomistler turizmi, bir “endüstri” olarak görürken, pazarlamacılar “pazar” olarak görmekte, çevre bilimciler turizmin çevresel etkileri üzerinde durmakta toplumbilimciler de turizmin insan davranışları yönünü ana unsur olarak ele almaktadırlar.

Sonuç olarak yukarıda belirtilen tanımlar incelendiğinde turizm kavramını belirleyen 5 temel unsurun varlığı dikkat çekmektedir:

- Her şeyden önce turizm, insanların çeşitli yerlere yaptıkları seyahat ve konaklamalardan doğar.
- Amacı ve şekli ne olursa olsun, bütün turizm faaliyetlerinde iki unsur vardır; belli bir yere yapılan seyahat ve gidilen yerde her çeşit etkinliği içeren konaklama.
- Seyahat ve konaklamalar, devamlı olarak oturulan ve çalışılan yerlerin dışında meydana gelir. Turizmin yarattığı bu faaliyetler, ticareti geliştirir ve ekonomide canlılık yaratır. Bunlar, gidilen yöre sakinleri ve oralarda çalışanlarınkinden bağımsızdır ve farklıdır.
- Belli yerlere yapılan gidişler geçicidir ve kısa dönemlidir. Kişi daha seyahate çıkmadan önce birkaç gün, birkaç hafta veya birkaç ay içinde geri dönmeyi planlamıştır.

- Gidilecek yere, orada devamlı kalmamak yani yerleşmemek ve orada gelir getirici bir işte çalışıp para kazanmamanın dışında, herhangi bir amaçla ziyaret edilir (Erdoğan, 1995).

2.2 Turizm Türleri

İnsanlar çok çeşitli amaçlarla turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Özellikle, son yıllarda Türkiye’de üzerinde çok sık durulan “turizmin çeşitlendirilmesi” kavramı, katılanların amaçlarına göre turizm kriteri ile yakından ilgilidir. Çünkü, turizmin çeşitlendirilmesi ile hedef kitledeki kişilerin farklı amaçlarla turizme katılması planlanmaktadır. Bu nedenle, bu kriterler göre oluşturulacak turizm türleri aynı zamanda turizmin çeşitlendirilmesi bağlamında geliştirilen turizm türleriyle de örtüşmektedir.

Turizm çeşitleri konusunda pek çok kaynakta çoğu zaman birbirlerinden farklı sınıflandırmaların yapıldığı görülmektedir. Bunun nedeni, turizmin çeşitlerinin çoğu zaman birbirleri ile olan yakın ilgisi ve kendi aralarında kesin çizgilerle ayrılamamalarıdır. Turizm faaliyetini, bu faaliyeti gerçekleştiren turistlerin sayılarına, ziyaret edecekleri bölgeye, demografik yapılarına, gelir durumlarına, amaçlarına göre sınıflamak mümkündür (Burkart ve Medlik, 1981). Bu sınıflamalar şöyle sıralanabilir:

- a) Katılan turist sayısına göre turizm türleri
 - a1) Bireysel turizm
 - a2) Kitle turizmi (Sosyal turizm)
 - a3) Grup turizmi
- b) Ziyaret edilen yere göre turizm türleri
 - b1) İç turizm
 - b2) Dış turizm
- c) Katılanların yaşlarına göre turizm türleri
 - c1) Gençlik turizmi
 - c2) Yetişkin turizmi
 - c3) Üçüncü yaş turizmi

- d) Katılanların sosyo-ekonomik durumlarına göre turizm türleri
 - d1) Sosyal turizm
 - d2) Lüks turizm
- e) Katılanların amaçlarına göre turizm türleri
 - e1) Toplantı ve kongre turizmi
 - e2) Sağlık ve termal turizmi
 - e3) İnanç turizmi
 - e4) Yayla turizmi
 - e5) Çiftlik turizmi
 - e6) Deniz ve kruvaziyer turizmi
 - e7) Yat turizmi
 - e8) Karavan turizmi
 - e9) Kültür turizmi
 - e10) Mağara turizmi
 - e11) Dağ ve kış turizmi

Bu turizm türlerini kısaca şöyle ele alabiliriz:

a) Katılan Turist Sayısına Göre Turizm Türleri

a1) Bireysel Turizm: İnsanların, yeni yerler görme, macera arama, yeni insanlarla tanışma veya buna benzer nedenlerle turizme bireysel olarak katılmaları sonucunda oluşan turizm türüdür. Ferdi olarak turizme katılanların genellikle üst gelir grubunda yer alan gençler, çoğu kez öğrenciler ya da okulu yeni bitirmiş kimseler olduğu görülmektedir (Kozak vd, 2006).

a2) Kitle Turizmi (Sosyal Turizm): Satın alma gücü az ya da sınırlı halk gruplarının özel bazı önlem ve teşviklerle turizm ve satın alma olayına katılmaları sonucunda oluşan turizm türüdür. Özellikle dünyada 1950'li yıllardan itibaren gelişmeye başlayan bu turizm türü günümüz turizm endüstrisinin en önemli satış ve pazarlama unsurlarından biri konumundadır. Kitle turizminin en tipik özelliği insanların daha çok paket turları tercih etmesidir. Kitle turizminin, bir defada katılan kişi sayısı yönüyle sahip olduğu üstünlüğünün yanı sıra, oluşturulan grupların sürekliliği de söz konusudur (Maviş vd., 2002).

a3) Grup Turizmi: Toplumsal grupların (dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek organları vb.) turizme birlikte katılmaları ile oluşan ve kişi sayısının 11-16 arasında olduğu turizm türüdür (Maviş vd., 2002).

b) Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Türleri

b1) İç Turizm: İç turizm, turistlerin kendi ulusal sınırları içinde turistik faaliyette bulunmasıdır. İç turizm hareketi şehirsal alanlardan kıyılara, kırsal alana ve dağlara doğru olmaktadır. Kırsal alandan da şehirlere doğru turizm hareketi olmaktadır. Bir başka iç turizm hareketi ise şehirler arasında iş ve kültürel sebepli ziyaretler gibi olmaktadır (Özgüç, 1998).

b2) Dış Turizm: Dış turizm, katılımcının kendi ülke sınırları dışına çıkarak turistik faaliyette bulunmasıdır. Aktif ve pasif dış turizm olarak ikiye ayrılır. Pasif dış turizmde kişi kendi ulusal sınırları dışına çıkar. Ekonomik açıdan ödemeler dengesinde döviz çıktısı ya da ithalat etkisi olarak kendini gösterir. Dış aktif turizmde ise yabancı kişilerin ülkemize gelmesi söz konusudur. Ödemeler dengesi üzerinde döviz kazandırıcı ya da ekonomide ihracat etkisi yapar (Kozak vd, 2006).

c) Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Türleri

c1) Gençlik Turizmi: On beş ile yirmi beş yaş arasındaki gençlerin, birey olarak katıldıkları turizm faaliyetleri sonucunda oluşmuş turizm türüdür. Gençlerin ailece sorumluluklarının kısıtlı olması, konaklama seçiminde titiz davranmamaları, fazla konfor aramamaları bu yaş grubunun seyahat imkanını artırmaktadır. Ancak bu yaş grubu maddi olarak kısıtlıdır. Bu da, gençlik turizminin diğer turizm türlerine göre kazançlı olmaması sonucunu doğurmaktadır.

c2) Yetişkin Turizmi: Yirmi beş ile altmış yaş arasındaki insanların katıldıkları turizm hareketi sonucunda oluşan turizm türüdür. Bu grubun aile ve iş sorumlulukları bulunduğu için tatilleri genellikle dinlenme üzerine ve yaz ayları yoğunluktadır. En temel özellikleri, ailecek, uzun süreli ve genelde kendi arabalarıyla tatile çıkıyor olmalarıdır.

c3) Üçüncü Yaş Turizmi: Altmış yaş üstü emekli kişilerin gerçekleştirdikleri turizm türüdür. Bu turistler, çalışma döneminde elde edemedikleri doyumları sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu

nedenle, üçüncü yaş turizmi, bir edilgen dinlenme yaşamından çok; etkin, insanı geliştirici, yaşamı renklendirici bir etkinlik olma eğilimi taşımaktadır (Jagoret ve Theveaud, 1985).

d) Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Türleri

d1) Sosyal Turizm: Daha önceden belirtildiği üzere, satın alma gücü az ya da sınırlı halk gruplarının özel bazı önlem ve teşviklerle turizm ve satın alma olayına katılmaları sonucunda oluşan turizm türüdür.

d2) Lüks Turizm: Gelir düzeyleri çok yüksek olan kişilerin katıldığı ve lüks tüketime yönelik turizm türüdür (www.turizmforumu.net). Pahalı ve her türlü konfora sahip turistik tesisleri tercih eden bu grubun geceleme sayıları diğer turistlere göre daha azdır, çünkü bu kişilerin kendi özel konaklama yerleri vardır ve ulaşımında da kendi taşıtlarını kullanmaktadırlar.

e) Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Türleri

e1) Toplantı ve Kongre Turizmi: Türkiye'nin bu gün dünya pazarlarından aldığı pay büyük boyutlarda olmamasına karşın, özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi yerli alt ve üst yapıya sahip bölgeleri ile dünya kongre pazarında isminden bahsedilen ülkeler arasında yer almaya başlamıştır. Turizm çeşitleri arasında %20'nin üzerinde bir ciroya sahip olan kongre turizmi, başta Avrupa ülkeleri olmak üzere Hong Kong, Tayland, Singapur gibi ülkelerin ana turizm kaynaklarını teşkil etmektedir (Kozak vd, 2006).

e2) Sağlık ve Termal Turizmi: İnsanların tarihin ilk çağlarından beri sağlık amacıyla özellikle termal suların bulundukları yerlere gittikleri bilinmektedir. Benzer şekilde, dünyada tıp alanında gelişmiş ülkelerde sağlık turizmine yönelik önemli oranlarda talep olduğu görülmektedir. Günümüzde, eski çağlarda olduğu gibi, benzer amaçlarla insanlar termal kaynak yönünden değer taşıyan alanlara giderek rahatsızlıklarına çare aramaktadırlar. Dünyada sağlık turizminin bir alt dalı olan termal turizmi alanında oldukça önemli yatırımların gerçekleştirildiği bilinmektedir. Termal turizmine dönük olarak yalnızca Almanya'da yılda 8 milyon dolayında iç ve dış turiste hizmet sunulmaktadır. Türkiye'de de bu alanlar özellikle son birkaç yılda Turizm Bakanlığının teşvikiyle bazı yatırımların gerçekleştirilmekte olduğu bilinmektedir.

e3) İnanç Turizmi: Kutsal yerlere yönelik turizm etkinlikleri “inanç turizmi” olarak tanımlanmaktadır. Değişen turist isteklerine bağlı olarak tüm dünyada gelişme gösteren inanç turizmi kapsamında mevcut kültür değerlerinin korunması, turizme kazandırılması ve tanıtılması hedeflenmektedir.

e4) Yayla Turizmi: Günümüzde büyük şehirlerde yaşayan insanların şehir gürültüsü ve kirliliğinden kaçıp, doğal güzelliklere sahip olan sessiz alanları tercih etmelerinin doğal bir sonucu olarak, özellikle kıyı 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 olta balıkçılığı, çim kayağı, şifalı suları, yayla şenlikleri ve el sanatları gibi değerleri taşıması nedeniyle bu bölgelerin turizm çekim merkezi olmalarına olanak sağlamaktadır.

e5) Çiftlik Turizmi: İnsanların doğal ortamda bulunmak istemeleri sonucu ortaya çıkan bir turizm türüdür. Burada turistin amacı yaşadığı ortamdan farklı olan çiftlik ortamında belirli bir süre çiftlik hayatını yaşamaktır. Bu turizmi gerçekleştiren turist belirli bir süre çiftçi gibi doğal ortamı yaşar.

e6) Deniz ve Kruvaziyer Turizmi: Türkiye’de talebin en fazla olduğu turizm türüdür. Burada kişilerin “deniz-kum –güneş” üçlüsü olarak değerlendirilen deniz ya da kıyı turizminden yararlanmasi söz konusudur. Türkiye, deniz turizmi için gerekli olan; uzun kıyılar, temiz deniz, uydun kumsallar, doğal ve tarihi güzellikler yanında, uygun iklim koşullarına da sahip olması nedeniyle bu turizm türünde oldukça gelişme göstermiştir. Deniz turizmi aynı zamanda kruvaziyer turizmi konusunu da kapsamaktadır. Günümüz modern turizm anlayışı içinde, kruvaziyer turizminin önemli bir yeri vardır. Havayollarında yaşanan rötarlar, yüksek fiyatlar ve yolculuk güzergahını görülememesi gibi dezavantajlar nedeniyle kruvaziyer seyahatleri özellikle yaşlı ve sosyo-ekonomik durumu yüksek Avrupalı turistler tarafından tercih edilen bir deniz turizmi olmaktadır.

e7) Yat Turizmi: Türkiye’de kıyıların uygunluğuna ve turistik çekiciliklerine bağlı olarak yat turizmi; İstanbul, Bodrum, Kuşadası, Marmaris, Göcek, Köyceğiz, Çeşme, Antalya, Fethiye yörelerinde gelişmeye başlamıştır. Günümüze değin yapılan çalışmalar sonucunda alternatif noktaların tespiti ve mekansal dağılıma ilişkin belirlemeler tamamlanmış bulunmaktadır.

e8) Karavan Turizmi: Karavan turizmi, turistlerin ya kendi karavanlarıyla ya da kiraladıkları karavanlarla otoyollarda dolaşmalarıdır. Karavan turizminde yiyecek, içecek ve konaklama karavanlarda sağlanır. Ancak karavanların su, elektrik ve atık su boşaltımı gibi ihtiyaçlarını karşılamaları için özel park yerleri vardır. Turistler doğal güzelliği bulunan bu özel park yerlerinde konaklayarak gezilerini sürdürürler. Turistlerin amaçları ihtiyaç duydukları her türlü konforu karavanlarında bulundurarak rahat bir tatil yapmalarıdır (Tunç ve Saç, 1998).

e9) Kültür Turizmi: Kültür, toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerleriyle tarih, felsefe, ahlak, sanat, teknik, spor, eğitim, hukuk, sağlık, turizm ve benzeri alanlardaki varlığının, süreçlerinin, etkinliklerinin, gelişmelerinin oluşturduğu bir bilgi birikimidir. Kültür turizmi ise, eski sanat eserlerinin tarihi yapıların, eski uygarlıklara ait kalıntıların araştırılıp, incelenip, görülmesi ve yöre halkı kültürünün araştırılıp incelenmesi amacıyla yapılan yer değişiklikleridir (Tunç ve Saç, 1998).

e10) Mağara Turizmi: Turizm türlerinin gelişmesi kapsamında, Türkiye’de turizm hareketlerinin diğer bölgelere ve yılın diğer aylarına yaygınlaştırılması amacıyla son yıllarda “mağara turizmi” konusunda yapılan çalışmalar artış göstermektedir. Türkiye’de hala insan eli değmemiş binlerce mağaranın bulunması, bu turizm türünün gelecekte daha fazla gelişeceğini göstermektedir. Turizm Bakanlığı, 1000 dolayındaki mağaranın turizme kazandırılması yönünde çalışmalarda bulunma kararı almıştır.

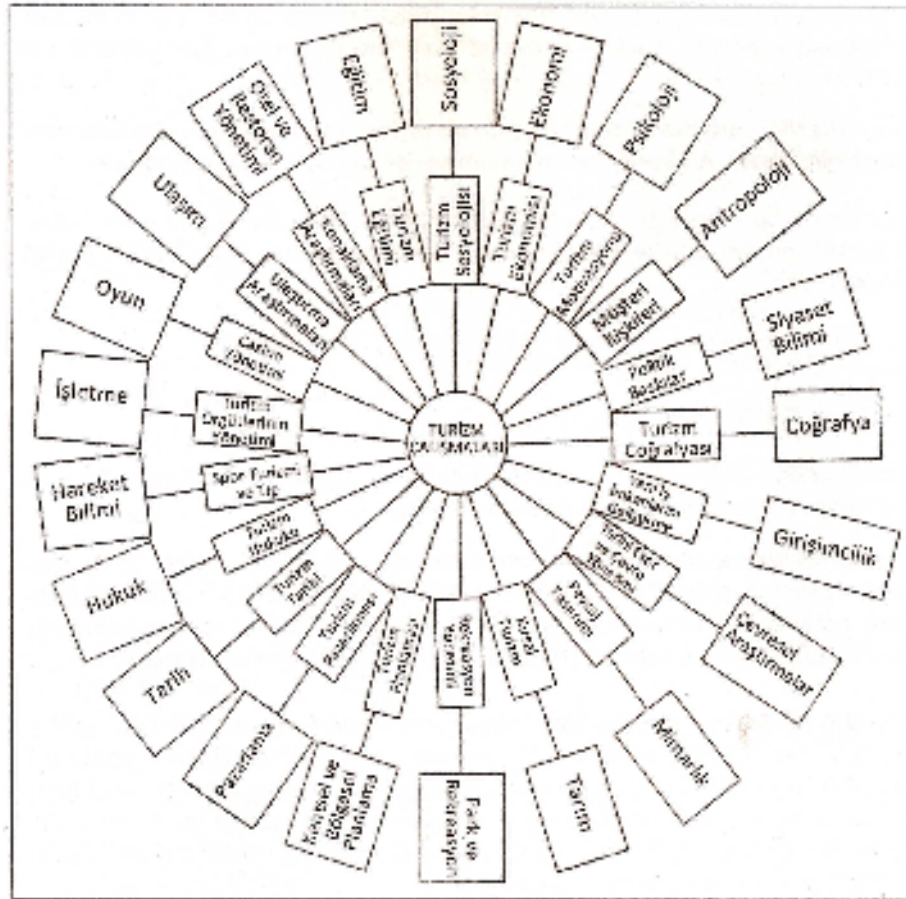
e11) Dağ ve Kış Turizmi: Dağların temiz ve güzel havasından yararlanmak üzere insanların dağlara yönelik olarak gerçekleştirdikleri turizm türüdür. Dağ turizmi “yürüyüş” ve “tırmanma” şeklinde gerçekleştirilmektedir. Giderek kirlenen kentlerin yaşanmaz hale gelmesi, dağ turizmi gibi insan ile doğayı yakınlaştıran turizm türlerinin gelişmesine yol açmaktadır (Maviş vd., 2002).

2.3 Turizm ve Diğer Bilim Dalları

Turizm biliminin ilgili bulunduğu bilim dallarının aralarındaki ilişkiyi doğuran temel konular aşağıdaki şekilde özetlenmektedir. Turizm olayının çok yönlülüğü nedeniyle turizm biliminin çeşitli bilim dalları ile yakın ilişkiler içinde bulunması kaçınılmazdır. Turizm için gerek duyulan temel bilgiler değişik bilim dallarından sağlanmaktadır. Aşağıda bunlar kısaca incelenmektedir (Kozak vd, 2006):

- **Turizm ve Ekonomi:** Turizm, boş zamanın ve tasarrufun nasıl kullanılacağına ilişkin ekonomik bir kararla başlayan ve yatırım, tüketim, istihdam, dışsattım ve kamu gelirleri gibi ekonomik yönleri bulunan bir sosyo-ekonomik olaydır. 1920'lerin sonlarına doğru turizm bazı ülkelerin ekonomileri için önemi hızla artan bir faaliyet niteliğini kazanmıştır.

Turizm, her şeyden önce ödemeler dengesi üzerinde önemli etkileri bulunan bir görünmeyen dışsattım kalemidir. Turizm, bu anlamda ülke içinde perakende fiyatlarla yapılan mal ve hizmet dışsattımını olarak kabul edilebilir. Bu alana yapılan yatırımlar oransal olarak çok yüksek düzeyde döviz getirisi sağlarlar. Otomasyona ve mekanizasyona geçme imkanları sınırlı olan turizm endüstrisinde istihdam/yatırım oranı da genel olarak yüksektir. Turizm, yarattığı uyarıcı etkiler nedeniyle dolaylı olarak da diğer kesimlerde istihdam ve gelir düzeylerini yükseltir.



Şekil 2.1 Turizm çalışmalarının disiplinler arası yeri (Jafary, J.)

Kişinin, turizm hareketlerine katılmaya karar vermesinde etkisi olan unsurlardan birisi de ekonomik değişkenlerdir. Bu, mikro ekonominin konusu olmaktadır. Boş zamanın

hangi tüketim amacına ne oranda ayrılacağı, yine çeşitli ihtiyaçlara gelirin nasıl dağıtılacağı ve boş zaman tüketimi ile turizme ne kadar gelir tahsis edileceği, turizm olayının alacağı biçim, iktisadi analize konu olacaktır. Geniş anlamıyla toplumda ne kadar kişinin turizme katılacağı, ne kadarının geceleme yapacağı, hangi mal ve hizmetlerin talep edileceği, harcamanın hangi bölgelere yöneleceği gibi konular ekonomi disiplininin ilgi alanına girmektedir. Turizmin kurumsal olarak incelenmesi ise işletme ekonomisinin konusudur. Bu konular ileride ayrıntılı olarak incelenecektir.

- **Turizm ve İşletme:** Turizm olayı, konaklama, yeme-içme, seyahat işletmeleri ve benzeri turizm kuruluşları açısından ele alındığında, işletmecilik bilimi ile ortak bir çalışma alanı doğmaktadır. Turizm alanında yatırım kararları ve projelerin değerlendirilmesinden başlayarak turizm işletmelerinin kurulmasına, yöneltilmesi ve örgütlenmesine ve finansman, pazarlama ve personel yönetimi gibi sorunların çözümüne kadar değişen konular, turizm işletmeciliği alt disiplininin çalışma alanını oluşturmaktadır. Günümüzde otel, lokanta, seyahat acentesi ve benzeri turizm işletmelerinin etkin bir biçimde faaliyetlerini yürütebilmeleri ve turizmden beklenen yararların sağlanabilmesi açısından işletme bilimi içinde geliştirilen çok ve çeşitli yönetim bilgi ve tekniklerinin büyük bir yeri ve önemi bulunmaktadır.
- **Turizm ve Coğrafya:** Bölgelerin, coğrafik yapı ve özelliklerini, iklim durumunu, doğal faktörleri ve beşeri kaynakları inceleyen bir bilim dalı olan coğrafya, bir mekan içinde oluşan ve mekanla çok sıkı ilişkisi bulunan turizm olayı ile yakından ilgilenmektedir.

Bu iki bilim dalı arasındaki yoğun ilişki, “turizm coğrafyası” adı altında bir alt disiplinin gelişmesine yol açmıştır. Turizmin mekana yayılış özellikleri, mekan üzerindeki etkileri, ortaya çıkan turistik alan ve bölgelerin tespiti ve gruplandırılması, arazinin kullanım kapasitesinin belirlenmesi için ölçülerin araştırılması ve korunması ile ilgili önlemlerin alınması, coğrafyacının ilgi alanı içindedir.

- **Turizm ve Sosyoloji:** Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip olan toplumların birbirleriyle ilişkiler kurmasına, farklı bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasındaki bir etkileşime ve bunların sonucunda sosyal yapının ahlak anlayışının ve giderek toplumsal davranış kalıplarının değişmesine yol açan

sosyal bir olaydır. Turistlerin yabancı bir ülkeye gelmesiyle doğan sosyal etkileşim ve değişmeyi, turizm olayının doğuşunda ve oluşumunda etkili olan toplumsal unsurları ve turizmin yol açtığı sosyal etkileri inceleyen bir alt bilim dalı olan "turizm sosyolojisi", günümüzde ilginç bir araştırma alanıdır.

- **Turizm ve Psikoloji:** Turizm olayının öznesi ve odak noktası insandır ve turizm etkinliklerine katılmada temel itici güç, psikolojik tatmin arayışıdır. Bu nedenle, turizm ile ilgili inceleme ve araştırmalarda psikoloji bilgisine büyük gereksinim duyulmaktadır. İnsanın tatil ve seyahatlerle ilgili beklentileri, turizme katılmakla sağladığı tatmin düzeyi, tatil ve seyahat süresince benimsediği tutum ve davranışları, yabancılarla ilişki kurma tarzları ve bunların nedenleri, psikoloji biliminin inceleme konuları arasındadır. Bu bilimin bulguları, turisti tanımada, davranışlarını anlamada, pazarlama ve reklam çabalarının etkinliğini artırmada ve turizm işletmelerinin başarılı yönetiminde büyük yarar sağlamaktadır.
- **Turizm ve Hukuk:** Toplum düzenini sağlayıcı kuralları belirleyen hukuk bilimi, toplumun birçok kesimini ilgilendiren turizm olayı ile çok yönlü olarak ilişki içindedir. Yabancıların seyahat ve geçici konaklamalarından doğan ilişkiler, olaylar ve bunların doğurduğu sorunlar yeni bir dizi yasal düzenlemeyi zorunlu kılmaktadır. Bu zorunluluk bir taraftan kitle turizminin gelişmesi ile birlikte daha da artarken, diğer taraftan sayıları giderek artan büyük ölçekli seyahat ve konaklama işletmeleri de iş, ticaret ve vergi hukuku alanlarında yeni düzenlemeleri de gerektirmektedir.
- **Turizm ve Siyasal Bilimler:** Turizm olayına katılan milyonlarca insanın değişik ülkelere seyahat etmesi ve geçici sürelerle de olsa bu ülkelerde yaşaması, uluslararası siyasal ilişkileri birçok yönde etkilemektedir. Turizm, toplumların birbirini tanımasını, karşılıklı anlayış, işbirliği ortamının doğmasını ve giderek çeşitli alanlarda yakınlaşmanın artmasını sağlar. Uluslararası turizmin siyasal ilişkileri etkilemesinin yanı sıra siyasal sistemler ve olaylar da turizm hareketini olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir.

2.4 Ekonomi ve Turizm

Günümüzde gelişmiş ya da gelişmekte olsun dünya genelindeki birçok ülke için turizm, önemli bir ekonomik faaliyet olarak kabul edilmektedir. Turizmin ekonomik önemi ve bu açıdan ne kadar büyük bir potansiyele sahip olduğu 20. yüzyılın ortalarında anlaşılmış ve 1950'lere kadar kalkınma, büyüme ve zenginlik için yapılan küresel araştırmalarda turizm sektörü genellikle göz ardı edilmiştir. II. Dünya Savaşı'nın bitimi ile beraber, turizm hareketleri özellikle bugünün gelişmiş ülkeleri olan batı toplumlarında gelişmeye başlamıştır. 1960'lı yıllardan sonra ise, turizm ekonomik öneminin zamanla anlaşılmasıyla birlikte, bugün en hızlı gelişen sektörlerden biri durumuna gelmiştir.

2.4.1 Turizmin Önemi

Günümüzde, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede turizm ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklarından biri olarak görülmektedir (Jayawardena ve Ramajeessingh, 2003; Boxill, 2004). WTO'ya göre, uluslararası turist sayısı 2003 yılında 691 milyon kişiye, uluslararası turizm geliri ise 523 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. İç turizm hareketleri ve harcamaları da göz önüne alındığında, turizmin ne kadar önemli bir ekonomik faaliyet olduğu daha iyi anlaşılacaktır. Turizm sektörü bugün; dünya GSMH'nin %5'ine, dünya ihracat gelirlerinin %8'lik kısmına eşittir (Lanza vd., 2003). Dünya toplam işgücünün % 11.1 'ine denk gelen 255 milyondan fazla insan turizm sektöründe istihdam edilmektedir (Papatheodorou, 1999).

Uluslararası turizm, ekonomik anlamda döviz kazandırıcı özelliği ile tüm ülkeleri etkilemekte ve ilgilendirmektedir. Nitekim turizm, başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, turizm potansiyeline sahip birçok ülkede; istihdama, gelir düzeyine, dış-iç borç yükünün hafiflemesine, ödemeler dengesine ve sonuçta ülke insanının refah düzeyinin yükselmesine önemli ölçüde katkılar sağlamaktadır (Marcouiller vd., 2004; Göymen, 2000). Turizm, özellikle gelişen ülkelerin ekonomilerini çok daha fazla etkilemektedir. Çünkü, ekonomik gelişme ve kalkınma düzeyi ile doğrudan bağlantılı olan turizm, ekonomisi yaygın olmayan bu ülke ekonomileri için önemli bir gelir kaynağı konumundadır. Sonuç olarak, bir ülkede turizmin gelişmesiyle birlikte;

- döviz sıkıntısı hafifletmekte,
- ülke-içi firmaların dışarıdaki rakipleri ile rekabet gücü ve sonuçta verimliliği artmakta,
- ölçek ekonomilerinden yararlanılmakta,
- dış ticaret dengesine pozitif yönde etki edilmekte,
- istihdam yaratılmakta ve
- bir bütün olarak ulusal gelirden artışa yol açarak ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkiye yol açabilmektedir.

2.4.2 Ekonomik Faaliyet Olarak Turizm

Turizm, ekonomi ile iç içedir ve ekonomiden ayrı düşünülemez bir yapıya sahiptir. Çünkü turizm ekonomisi, insanın turizme yönelik gereksinimlerini turizm kaynaklarıyla karşılamaya çalışan emek-yoğun ağırlıklı bir alandır. Buna ek olarak; turizm ve ekonomi ilişkisi bağlamında şunları söylemek mümkündür: Turizm, boş zamanın ve tasarrufun nasıl kullanılacağına yönelik ekonomik bir kararla başlayan ve yatırım, tüketim, istihdam, ihracat ve kamu gelirleri gibi ekonomik yönleri bulunan sosyo-ekonomik bir olaydır (Kozak vd, 2006). Turizm, yolculara hizmet veren ve onların gereksinimlerini karşılayan, turistlerin yolculuğu sırasında söz konusu olabilecek her türlü harcamaları içeren bir yapıya da sahiptir. Bununla birlikte; turizm uçak şirketleri, deniz yolları, tren, kiralık araba şirketleri, tur operatörleri ile turistlere hizmet sağlayan kişiler, pansiyonlar, restoranlar ve toplantı merkezleri gibi kimi büyük kimi de küçük iş kollarından oluşan ve bünyesinde yüzlerce yan kuruluşu barındıran bir şemsiye niteliğindedir (Ağaoğlu, 1992). Buradan hareketle, turizmin ekonomiyle olan yakın ilişkisi aşağıda sıralanan özellikler yardımıyla kolaylıkla açıklamak mümkündür (Şahin, 1990; Callaghan vd., 1994; Yarkan, 1994):

1. Turizm, dünya genelinde birçok insanı üretici/tüketici olarak doğrudan ya da dolaylı etkileyen bir ekonomik faaliyettir. Dolayısıyla, bugün çeşitli ülkelerdeki birçok insan değişik nedenlerle seyahat etmekte ve gittikleri yerde yapmış olduğu harcamalarla ülke ekonomilerine belirli ölçüde katkı sağlamaktadır. Çünkü turizm amaçlı yapılan seyahat ve konaklamalarda turist tarafından yapılan harcamalar; turistlerin gereksinimlerini karşılayan ülkeler, bölgeler, firmalar, işletmeler ve sonuçta o yerin insanı için bir gelir kaynağı durumundadır. Turizm amaçlı gereksinimler arttıkça, söz konusu bölgelerdeki mal ve hizmet üretimi de artacak, bu da beraberinde o bölgedeki yatırım, üretim, istihdam ve gelirlerin artmasına yol

açacaktır. Bu yönüyle turizm; ekonomik gelişmenin, büyümenin ve kalkınmanın itici bir gücü olarak ele alınabilir.

2. Turizm, sadece seyahat ve konaklama olayı değildir. Tüketicinin, diğer bir deyişle, turistin talep ettiği ürün ile hizmetlerin üretilmesi, pazarlanması ve tüketici gereksinimlerine yanıt verilebilmesi turizmin temel amacıdır. Bu bağlamda; gerekli alt ve üst yapı yatırımlarının yapılabilmesi ve turizm arzının yaratılabilmesi için ekonomik anlamda belirli bir sermayenin olması şarttır. Böylece, turizm yoluyla ülkede fiziki altyapının geliştirilmesine (marina, havaalanı, yol, su, elektrik vb. fiziki yatırımlar) de olanak sağlanmış olmaktadır. Ancak bütün bu tesis ve olanaklar, sadece turistlere dönük olmayıp o bölge insanının da gereksinimlerini karşılama bakımından önemli bir rolü üstlenmektedir.
3. Turizm sektöründe; sektörü oluşturan ekonomik birimler tarafından (konaklama ve seyahat işletmeleri, tur operatörleri ve rehberleri vb.) doğa, sermaye ve emek bir araya getirilerek arzu edilen turizm ürünü hazırlanmaktadır. Bu birimler, aynı zamanda bir bölge ya da ülkenin uluslararası düzeyde turizmde rekabet edebilirliğini belirleyen ana etkenler arasında yer almaktadır. Bu nedenle, bir bölge doğal ya da kültürel açıdan çekici olabilirken; diğer bir bölge de, tesislerinin kalitesi ya da sahip olduğu mutfak çeşitliliği ile söz sahibi olabilir. Günümüzde, Marmaris sahip olduğu tesislerin ve doğal yapının kalitesi ile daha iyi bir konumda iken; Urfa, Gaziantep, Mardin gibi illerde kendine özgü tarihi ve kültürel yapısı, zengin mutfak anlayışı ile daha farklı bir ürün sunabilmektedir. Benzer şekilde, Londra kültür turizmi bakımından çok zengin iken, Paris sunulan gece yaşamı, eğlence olanakları ve alışveriş merkezleri ile ayrı bir özelliğe sahip olabilmektedir.
4. Turistlerin, gittikleri yerlerde yaptığı harcamalar nedeniyle bıraktığı dövizler, ekonomik anlamda ülkelerin ödemeler bilançosuna katkıda bulunmaktadır. Turizm ile ilgili hesaplamalar, ödemeler bilançosunun cari işlemler kısmında bulunan ve görünmeyen işlemler dengesi olarak adlandırılan bir alt başlıkta yapılmaktadır. Bu bağlamda turizm, ödemeler dengesi ile dış ticaret açığını düzeltici, dengeleyici bir özelliğe sahiptir. Örneğin, herhangi bir Avrupa

ülkesinden değişik amaçlarla Türkiye'ye giriş yapan turistlerin Alanya, Erdek, Kapadokya ya da İstanbul'da yapmış oldukları harcamalar, ülkenin ödemeler bilançosuna doğrudan olumlu katkı yapmış olmaktadır.

5. Turizmle ilgili olarak faaliyette bulunan tüm bağlı ve destek üniteleri; diğer bir deyişle, ulaşım, konaklama, eğlence, gezip-görme birimleri arasında sıkı bir iletişim ve işbirliği gerektiği için dolaylı ve dolaysız yollardan turizm ekonomiyi yeni iş olanakları sağlamaktadır. Bu nedenle, turizme hizmet ve ürün sağlayan diğer sektörler gelişmekte ve ekonomik açıdan bir gelir elde edilmektedir. Turizm sektörünün geliştiği bölgelere bakılırsa, gelişen turizmi desteklemek için gereken diğer yan işletmelerin de faaliyette bulunduğu görülecektir. Bunlar kamu niteliğinde olduğu kadar aynı zamanda özel nitelikli işletmelerdir. Buradan hareketle, sektörde sayıları giderek çoğalan bankacılık hizmetleri, posta, iletişim, gıda, hazır giyim, hediyelik eşya, mobilya, taşımacılık vb. gibi faaliyetleri yürüten bu tür işletmelerin önemi her geçen gün artmaktadır.
6. Turizm, hizmet sektörünün bir alt dalı olduğu için, ürün ve hizmet üretimi makineleşmeye ve otomasyona % 100 elverişli olmadığından, emek faktörüne olan talep diğer sektörlerle oranla çok daha fazladır. Bir ülkede turizmin gelişmesiyle birlikte artan gereksinimlerin karşılanabilmesi için daha çok emek gücüne gereksinim duyulacak ve bu da bölgedeki istihdamın gelişmesine, işsizliğin azaltılmasına olumlu katkılar sağlayacaktır. Kısacası, turizm yeni faaliyet ve iş kollarının açılmasına neden olmakta, böylece daha çok insanın turizm sektöründe çalışması ve istihdamı mümkün olmaktadır. Bir bölgeye yönelik talebin artması ile birlikte açılması düşünülen yeni otel işletmeleri, restoranlar, barlar, seyahat acenteleri ve ulaştırma işletmelerinde istihdam edilecek ek personelin temini, söz konusu turizm bölgesi içinden, ya da yakın bölgelerden veya ülkenin diğer yerlerinden sağlanacaktır.
7. Turizm, yabancı sermaye yatırımlarının ülkeye çekilmesinde de önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Yabancı yatırımlar ülkeye çekilerek, istihdamın gelişmesine katkı da bulunulmakta, yabancı yönetim ve işletmecilik yöntemlerinin ülkeye girmesine olanak sağlanmaktadır. Böylece, yeni teknolojilerin ülkeye transferi de yapılmış olmaktadır. Türkiye'nin uluslararası turizm hareketlerinde ivme kazanmasında ve rekabet edebilir duruma gelmesinde, 1950'li yıllarda başlayan ve 1980'li yıllardan sonra doruk

noktasına ulaşan yabancı sermaye yatırımları ile işletmecilik anlayışının günümüze yansımalarının büyük bir payı olduğu bilinmektedir. Böylece hizmet kalitesi artmakta ve yeni kuşak daha da profesyonel bir yönetim anlayışıyla görev üstlenmektedir. Böyle olduğu halde, Türkiye'de hem turizm sektörü ve hem de diğer sektörler açısından yabancı sermaye ile ilgili tartışmalar sürmektedir.

8. Özetle, turizm potansiyeline sahip birçok ülkede sektörün ülke ekonomilerindeki etkinliği her geçen gün hızla artmaktadır. İthalattan çok ihracat etkisi ile döviz arzını olumlu etkilemesi, yatırımların geri dönüşünün yüksek ve karlı olması ve bunun da yeni istihdam alanları oluşturması, ülkelerin iç-dış borç ödemeleri açısından yeni finansman kaynağı yaratması, katma değer sağlaması ve bölgelerarası dengeli kalkınmada önemli bir rol oynaması turizmin ekonomik önemini ve değerini ortaya koyan özelliklerdir. Konunun öneminin farkına varan birçok yerel kamu ve özel kurum ve kuruluşlarının, bölgelerini ulusal ve uluslararası turizmde ön plana çıkarma konusunda çaba harcamaya başladıkları görülmektedir. Bölgesel ölçekli bastırılan broşürler, geliştirilen web sayfaları, katılınan ulusal ve uluslararası turizm fuarları kullanılan pazarlama ve tanıtım yöntemleri arasında yer almaktadır.

Yukarıda ekonomik özellikleri belirtilen turizm; günümüzde telekomünikasyon (iletişim) ve enformasyondan (bilgi) sonra 21. yüzyıla damgasını vuran, dünyanın üç temel hizmet sektöründen biri durumundadır ve her geçen gün gelişme göstermektedir. Turizmin ortaya çıkması ve gelişmesi toplumlara, bölgelere, zamana göre farklılaşmaktadır. Her toplumun yapısına, yaşayış biçimine, ekonomik seviyesine göre, turizm farklı özellikler göstermektedir. Dünya nüfusu hızla ve her ülkede aynı hızla olmasa da kişi başına düşen gelir de artmaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak ise, turist sayısı ve turizm hareketleri her geçen gün daha da artmakta ve ulusal ekonomilerin gelişmeden kendilerine düşen payı daha da arttırmak için birbirleri ile rekabet etme konusunda önemli adımlar attıkları gözlemlenmektedir.

2.4.2.1 Turizmin Ekonomik Etkileri

Dünya genelinde bir değerlendirme yapıldığında, uluslararası turizm dünya dış ticaretinin en geniş kalemi görünümündedir. Birçok ülke için, en önemli ihracat kaynağı, en fazla döviz sağlayan sektörü ve kalkınmanın motoru durumundadır (Lim, 1997).

Bununla birlikte, turizmin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik etkisinin de farklılık içerdiği bilinen bir gerçektir. Şöyle ki, uluslararası turizm hareketlerine bakıldığında zaman, en fazla turist çeken ve turist gönderen ülkelerin bulunduğu bölgeler gelişmiş ülkeleri kapsamaktadır. Turizmin gelişmiş ülkelere özgü bir sektör olduğu söylenebilir (Yarcan, 1994). Dünya genelinde en fazla turist çeken ve turizm geliri elde eden ilk on ülkeye dikkat çekildiği zaman, çoğunluğunun gelişmiş batı ülkeleri olduğu görülmektedir.

Turizmin ekonomideki etkileri konusunda ülkeler arası bir karşılaştırma yapılacak olursa, gelişmiş ülke ekonomilerinin az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelere oranla daha yüksek değerlere sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Gelişmiş ülkelerin turizmden elde etmiş olduğu döviz gelirleri, gelişen ülkelerin sağladığından çok fazladır. Ancak, gelişmekte olan birçok ülke için turizmden sağlanan belirli miktardaki turizm geliri, o ülkelerin ekonomik kalkınma, büyüme ve gelişimleri açısından çok önemli olmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında, ekonomileri yaygın olmayan, tarım ülkesi konumunda olan birçok az gelişmiş ülkede turizmin ekonomik yararları ve etkileri gelişmiş ülke ekonomilerinde olduğundan çok daha fazla olabilir.

Örneğin, gelişmekte olan bir ülkede turistler tarafından seyahat için harcanan her dolar çoğunlukla istihdam oluşturmak amacıyla kullanılırken; gelişmiş bir ülkede seyahat için harcanan her dolar, bir otel inşası, yenileme yatırımları ya da telefon görüşmeleri gibi yerlerde kullanılmaktadır. Gelişmekte olan bir ülkede turizmden elde edilen gelir, ülkenin daha acil ve önemli makro ekonomik sorunlarını gidermede kullanılmaktadır. Başka bir deyişle, az gelişmiş veya gelişmekte olan bir ülkede turizmden elde edilen gelir turizm dışı sektörlerle aktarılırken, gelişmiş ülkelere daha çok sektör içinde kullanılmaktadır. Yeni istihdam alanlarının yaratılması, gereksinimi duyulan döviz gelirinin elde edilmesi ve bölgelerarası ekonomik dengelerin sağlanması gibi nedenlerle gelişmekte olan ülkeler özellikle 1980 sonrası, turizm sektörünün geliştirilmesine özel önem vermeye başlamışlardır. Bu önemi, turizm sektörüne aktarılan kaynaklardan, tanınan idari, mali ve hukuki kolaylıklardan ve turizm sektörü için önemli potansiyele sahip yöre ve bölgelerin yabancı ziyaretçilerin kullanımına açılmasından anlamak mümkündür.

Bölgeye gelen ziyaretçi sayısındaki artış yeni konaklama, yiyecek-içecek ve rekreasyon tesislerinin, alışveriş alanlarının yanı sıra diğer altyapı yatırımlarına olan gereksinimi de

arttırmaktadır. Bütün bu faaliyetler için, özel sektör, yerel yönetimler ve devlet yapılacak çalışmalar ve belirlenecek politikalar doğrultusunda yeni yatırımları hedeflemek durumunda kalmaktadır. Bu yönüyle, turizmin ekonomik etkisi sadece sektör içinde kendisini göstermemektedir. Turizmin diğer sektörlerle sıkı işbirliği içinde olması nedeniyle yatırım, istihdam ve gelir çarpanları önemli ölçüde etkili olmaktadır. Turizm sektöründe yapılan bir yatırım diğer sektörler için de bir ekonomik faaliyeti beraberinde getirebilmekte ve yeni istihdam alanlarının yaratılmasına katkıda bulunmakta; yaratılan bir birimlik gelir ise hem turizm sektöründe hem de diğer sektörlerdeki yatırımlara olumlu etki yapmaktadır. Örneğin; turizm sektöründeki bir yatırım, inşaat sektörüne de yansıyabilmekte; bölgeye yönelik artan turist hareketleri ise beraberinde havayolu, karayolu ya da denizyolu trafiğini canlandırmaktadır. Turizmin diğer sektörler ile olan ilişkileri nedeniyle, ortaya çıkabilecek olumlu ya da olumsuz gelişmeler, kısa sürede ve değişen ölçülerde diğer ilgili sektörlerle de yansımaktadır. Ayrıca bir turist, gittiği bölgedeki otelde konaklama yapar, lokantada yemek yer, alışveriş yapar, ulaşım araçlarından yararlanır, bölge halkıyla iletişime geçer ve çeşitli mekanları ziyaret eder. Bu nedenle, unutulmamalıdır ki, bölgesel turizm sektörü ile dolaylı ya da dolaysız ilişkisi olan her birey, domino etkisi nedeniyle (Jafari, 1983), kaliteli hizmetin sunulmasında ve sonuçta turist tatmin tatminsizliğinin oluşmasında ya da turistin tekrar aynı bölgeyi ziyaret etme-etmeme eğiliminde bir şekilde rol oynamaktadır (Kozak ve Rimmington, 2000).

Daha önce de belirtildiği üzere turizm, büyük-küçük birçok organizasyonun, faaliyetin, ülkenin, bölgenin ve insanların kendisinden etkilendiği dinamik bir değişimdir. Farklı turizm çeşitlerinin ve hareketlerinin, farklı bölgelerde çok farklı türde ekonomik etkileri de beraberinde getirdiği bilinmektedir. Örneğin; tatil turizmi ve kıyı turizmi gibi turizm türleri daha çok denize kıyısı olan bölgelerin ekonomik yapısını etkilerken, iş ya da kongre turizmi ise büyük kent merkezlerinin ekonomik yapısı ile ilgili olacaktır. Bu bağlamda, bugüne kadar yapılan çalışmalarda turizmin ekonomik etkilerinin bölgelerin özelliği açısından üç ayrı şekilde ele alındığı görülmektedir. Söz konusu bölgeler ise kısaca (Foster, 1985);

- Turizmde gelişmemiş bölge
- Turizmde gelişmekte olan bölge
- Turizmde gelişmiş bölge

şeklinde sıralanabilir. Turizmin, turizmde gelişmemiş ya da turizme yeni açılmakta olan bir bölgenin ekonomik yapısı üzerindeki etkisi çok az olurken, turizmde gelişmekte olan bölge için orta düzeyde katkı sağlamaktadır. Turizmin, turizmde gelişmiş bölgeler üzerindeki ekonomik etkisi ise oldukça yüksek olabilmektedir. Bu kapsamda, şu andaki performanslarına bakarak, İran, Pakistan ve Suriye vb. ülkeler turizmde gelişmemiş bölgeler; Çin, Rusya, Brezilya ve Hindistan vb. ülkeler turizmde gelişmekte olan bölgeler ve son olarak, İspanya, ABD, Fransa, İngiltere vb. ülkeler de turizmde gelişmiş bölgeler olarak dikkate alınabilir.

2.4.2.2 Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi

Turizmin ülke ekonomileri üzerinde mikro ve makro olmak üzere çeşitli etkilerinin olduğu görülmektedir. Daha önceden de belirtildiği gibi, turizmin özelliği gereği, bu etkilerin tam olarak ölçülmesinde belirsizlikler söz konusudur. Çünkü turizmin birçok sektörden pay alması ve bazılarını doğrudan, bazılarını ise dolaylı şekilde etkilemesi bu ölçümün tam ve doğru yapımını güçleştirmektedir. Bununla birlikte, uluslararası turizmin ekonomik etkileri hemen hemen her ülkede belirli bir takım yöntemler kullanılarak ölçülmeye çalışılmaktadır. Bu ölçümlerde, temel olarak belli başlı göstergeler değerlendirmeye alınmaktadır. Örneğin; ülkeye gelen yabancı turist sayısı, elde edilen turizm gelirleri, turist harcamaları, yatak ve oda kapasitesi/sayısı, sektördeki istihdam durumu ile yatırım ve teşvik belgesi gibi.

Turizm sektörü yapısı gereği diğer ilgili sektörleri birleştirici bir özelliğe sahiptir. Bir bölgeye gelen turist sadece konaklama ve yeme-içme için değil aynı zamanda alışveriş, ulaştırma, eğlence, müze, sanat galerileri, spor merkezleri, tarihi eserler için de para harcamaktadır. Yapılan bütün bu harcamalar sonuç olarak, ekonomide yaratılan toplam turizm gelirini oluşturmaktadır. Turizm gelirlerinin bir ekonomi içindeki etkisi ise üç şekilde ortaya çıkmaktadır (Archer, 1976);

- Turistlerin gittikleri bölgedeki oteller, restoranlar, alışveriş merkezleri vb. yerlerden bir turizm ürününü satın almasından kaynaklanan ve doğrudan harcama yapmaları sonucunda elde edilen gelir (birincil/doğrudan gelir),

- Birinci aşamaya bağlı olarak ticari işlemler sonucu ortaya çıkan ve işletmeler arası işlemler için yapılan harcamalardan elde edilen gelir (ikincil/dolaylı gelir),
- Turizmden elde edilen gelirin, sektörde istihdam edilen ya da turizmden kazanç sağlayan diğer kişiler tarafından harcanması sonucu elde edilen gelir (uyarılmış/özendirilmiş gelir).

Bu üç tür etkinin ülke ekonomilerindeki katkılarını bütünüyle değerlendirebilecek ya da ölçebilecek güvenilir bir yöntem bulunmamakla birlikte, turizmden elde edilen doğrudan gelirlerin belirlenmesi nispeten daha kolaydır. Bunun yanı sıra, turist harcamalarının yarattığı ikincil ve uyarılmış etkilerin hesaplanabilmesi için de birçok yöntem kullanılmaktadır. Buradan hareketle, turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmesi ve para harcaması sonucu ortaya çıkan turizmin ekonomik etkileri iki aşamalı olarak ölçülmektedir. Bu aşamalardan birincisi, birincil etkilerin (doğrudan etkilerin) ölçülmesinde kullanılan yöntemler; ikincisi de, turizm hareketleri sonucu ekonominin bütününe de oluşan ikincil ve uyarılmış etkileri ölçmede kullanılan yöntemlerdir (Unur, 2004). Turizmin ekonomik etkilerinin ölçülmesi amacıyla kullanılan verilerin toplanma çeşidine ya da şekline göre, turizmin ekonomik etkilerinin doğruluk derecesi de değişiklik gösterebilmektedir. Nitekim yargısal yolla elde edilen bulgular anket yöntemine oranla daha doğru ve kesin sonuçlar vermesi nedeniyle, daha çok tercih edilmektedir.

2.4.3 Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizmin, ülke ekonomileri açısından tamamıyla olumlu etkiler meydana getirdiğini söylemek her zaman için mümkün görünmemektedir. Turizmin bir ülkede/bölgede gelişmesi toplumsal ve ekonomik değişimleri olumlu ya da olumsuz yönleriyle birlikte getirmektedir. Bu bölümde, turizmin ulusal ekonomi üzerinde oluşturduğu makro ve mikro etkilerin neler olduğu, olumlu ve olumsuz yönleriyle beraber ele alınacaktır. Böylece; turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, gelir yaratıcı etkisi, istihdam etkisi, bölgeler arası dengeli kalkınmaya olan etkisi ve ekonominin diğer sektörleri üzerinde yarattığı etkiler ile alt ve üst yapının geliştirilmesi etkisini makro ekonomik etkiler kapsamında değerlendirmek mümkündür. Benzer şekilde, reel ücretler ve fiyat üzerindeki etkisi, fırsat maliyeti, içsel ve dışsal ekonomiler etkisi ise turizmin mikro etkilerine örnek olarak verilebilir.

2.4.3.1 Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

Ekonomik koşulların giderek ağırlaştığı ve rekabetin çok yoğun bir şekilde uygulandığı günümüzün bu küresel ortamında, turizmin ülke ekonomileri için oynadığı önemli rol tartışılmayacak kadar açıktır. Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun turizmin, ülkelerin ekonomik gelişiminde belirli bir payı bulunmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, tasarrufların yetersiz oluşu, yeterli ihracat olanaklarının ve kaynaklarının olmaması, gerekli olan döviz gelirlerinin ucuz ve zahmetsiz elde edilmesi yönünde turizme önemli görevler yüklemektedir. Nitekim az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde tasarruf ve döviz açığının giderek daha çok artması ve sonuçta dövize olan gereksinim, dış borçların miktarının her geçen gün artması ve bunların sürdürülebilirliği, kalkınma için gerekli olan yatırımların hızlı bir şekilde yapılması, yeni iş sahalarının açılması ve istihdam olanaklarının arttırılması, turizmin bu gibi ülkelerdeki ekonomik önemini ifade etmek adına verilebilecek örneklerden bazılarıdır. Gelişmiş ya da az gelişmiş olsun bugün tüm dünya genelinde turizmin gerekli olduğu ve ülke ekonomileri açısından önemi, bilimsel olsun ya da olmasın tüm toplantı, kongre, konferans ve seminerlerde vurgulanmakta ve ekonomik etkileri üzerindeki tartışmalar devam etmektedir.

2.4.3.1.1 Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Dış ödemeler bilançosu ya da dengesi, daha önce vurgulandığı üzere, bir ülkenin dünyanın geri kalan ülkeleriyle yapmış olduğu dış ekonomik ve mali ilişkilerinin durumunu gösteren bir kayıttır (www.bized.ac.uk). Uluslararası turizmde, görünmez bir ihracat kalemi olarak, ödemeler dengesi hesabına doğrudan etki yapmakta ve bu nedenle de söz konusu bilançonun uluslararası hizmetler bölümünde yer almaktadır. Ödemeler bilançosu, yabancı turistlerin ülkede yaptıkları harcamaları (ülkeye olan döviz akışını) ve ülkeden yurtdışına çıkan ülke vatandaşlarının yapmış olduğu harcamayı (ülkeden döviz çıkışını) ve sonuçta turizmin ekonomiye olan net katkısını göstermesi bakımından önem arz etmektedir.

Ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz geliri, ülkeden turizm amacıyla çıkan döviz giderinden daha fazla ise, turizm ödemeler bilançosu hesabına olumlu etki etmektedir. Tersisi durumda da, ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz geliri, ülkeden turizm amacıyla çıkan döviz giderinden daha düşük ise, turizm ödemeler bilançosu hesabına

olumsuz etki etmektedir. Bu bağlamda, turizmin ödemeler dengesine olumlu etkisinden söz edebilmek için, ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz gelirlerinin, döviz kayıplarından daha fazla olması gerekmektedir.

Döviz Geliri	>	Döviz Gideri	=>	POZİTİF ETKİ
Döviz Geliri	<	Döviz Gideri	=>	NEGATİF ETKİ

Bir ülkenin belirli bir süre içinde diğer ülkelerle olan ilişkileri sonucunda oluşan turizm gelir ve giderleri, dış turizm bilançosunda gösterilmektedir. Turizm bilançolarının düzenlenmesine ilişkin olarak belirlenmiş ya da genel kabul görmüş bir model bulunmamaktadır. Bu anlamda, ülkelerin değişik modeller ve düzenlemeler yaptıkları bilinmekle birlikte, turizm bilançoları konusunda dar ve geniş anlamda olmak üzere iki temel modelin kullanıldığı görülmektedir (Unur, 2000):

- Dar anlamda turizm bilançosu; turistlerin doğrudan yaptıkları harcamalar sonucu ortaya çıkan turizm geliri ve gideri kalemlerinden oluşmaktadır.
- Geniş anlamda turizm bilançosu; turistlerle birlikte, ekonomideki diğer kişi ve kuruluşların turizmle ilgili yapmış oldukları tüm işlemlerden doğan gelir ve gider kalemlerinden oluşmaktadır.

Çizelge 2.2 İdeal milli turizm dengesi (Çakır, 1999)

BÖLÜM	Toplam	BÖLÜM	Toplam
Turizm masrafları (Yurtdışındaki vatandaşların giderleri)	----	Turizm Gelirleri (Yabancı turistlerin giderleri)	----
Ürünlerin ithalatı (Başlıca gıda maddeleri ve ara mallar)	-----	İhracat (Dayanıklı ya da yarı dayanıklı mallar, el ürünleri)	----
Ulaşım (Vatandaşların sağladığı seyahat payı)	----	Ulaşım (Vatandaşlar dışından sağlanan uluslararası seyahat)	----
Yurtdışındaki turizm yatırımları	----	Ülke içindeki dış turizm yatırımları	----
Dış yatırımlar ile ilgili giderler ve sermayenin geri ödenmesi	----	Yurtdışında yapılan turizm yatırımlarından elde edilen gelirler	----
Dış turizm işçilerine ödenen gelirlerin geri dönmesi	-----	Yurtdışında ikamet eden ulusal turizm işçilerine ödenen gelirin geri ödenmesi	----
Halkla ilişkiler, reklam	----	Halkla ilişkiler, reklam	-----
Borç dengesi	----	Alacak dengesi	----
= Açık	-----	= Fazlalık	-----
Toplam		Toplam	

Dünya Turizm Örgütü gibi uluslararası turizm kuruluşları ve bazı ekonomistlerin bu konuya ilişkin olarak geliştirmiş oldukları "İdeal Milli Turizm Dengesi" ise yukarıda tabloda gösterilmektedir. Bununla amaç, yapılan tüm turistik faaliyet ve işlemlerin etkili ve tam bir ekonomik yeterliliğine olanak tanıyan ideal turizm dengesinin ne olabileceğini gösterebilmektir. Ancak, ideal turizm dengesinin tam anlamıyla belirlenebilmesi ve turizmin aktivitelerinin gerçek etkisinin ortaya konulabilmesi için, ülkelere ait istatistiksel bilgilerin çok iyi tutulması gerekmektedir (Çakır, 1999).

Uluslararası ticarete dengeleyici bir faktör olarak, turizmin ödemeler dengesi üzerinde bir diğer olumlu etki meydana getirdiği bilinmektedir. Örneğin, Japonya gibi ödemeler dengesi

fazla veren gelişmiş bazı ülkeler bu fazlalığın enflasyona yol açmaması için ülke vatandaşlarını harcama yapmaları için ülke dışındaki turizm hareketlerine katılmaları yönünde teşvik etmektedir. Konuya ters açıdan bakıldığında, ödemeler dengesi açık veren az gelişmiş ya da gelişmekte olan birçok ülkede; bu açığın gelir dağılımında, istihdamda, ücret ve fiyatlarda, dış borçların daha rahat ve etkin sürdürülebilirliği noktasında vb. diğer makro ve mikro büyüklüklerde olumsuz gelişmelere neden olmaması için, ülkelerine gelen yabancı turist sayısını ve sonuçta ulusal gelirlerini arttırmak için çaba harcamaktadırlar. Böylece, uluslararası turizmden elde edilecek olan gelir ya da yapılacak harcamalar yoluyla ülkeler, ödemeler dengesini sağlamaya çalışırlar (İçöz ve Kozak, 2002).

Öte yandan turizm, bir ülkenin geri kalmış coğrafik bölgeleri arasındaki eşitlikçi gelir dağılımı ve ekonomik kalkınma açısından dengeleyici bir faktör olduğu kadar, uluslararası anlamda ülkeler arasındaki ekonomik dengesizliklerin giderilmesine de yardımcı olmaktadır (Çakır, 1999). Çünkü az gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke turizm aracılığıyla ihracatı söz konusu olmayan doğal, jeoekonomik, sosyo-kültürel ve tarihi varlıkların yanında; ülkelerine/bölgelerine özgü değerleri, malları, hizmetleri ve olayları ülke dışından gelen yabancı turistlere pazarlayarak, ülkelerine önemli miktarda döviz girdisi kazandırmaktadırlar. Yukarıda belirtilen söz konusu ülkelerin ekonomik bir aktivite olarak turizmden elde etmiş ve edecek oldukları gelirler, dış ülke ve kuruluşlardan alınan ekonomik yardım, borç ve desteklere oranla daha önemli üstünlüklere sahiptir. Çünkü bu sektörden elde edilen gelirler politik ve ekonomik kısıtlamalardan uzak olduğu gibi, herhangi bir baskı aracı olarak kullanılamazlar. Bununla birlikte; az gelişmiş veya gelişmekte olan bir ülke, turizm ürününün fiyatını kendisi istediği şekilde belirleyebilir ve bu nedenle de ekonomideki diğer ihracat ürünlerine oranla, turizm ürününü iç turizm piyasasına göre yabancı turistlere daha yüksek bir fiyata satabilir (Croes, 2006). Ayrıca, turizm bu yönüyle diğer sektörlerle göre ihracat açısından bir çeşitlendirme ve ürün farklılaştırması oluşturmakta ve döviz gelirlerinde bundan doğabilecek dalgalanmaları da en aza indirmekte ya da tamamen ortadan kaldırmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi, turizmden elde edilen döviz geliri diğer sektörlerde elde edilen döviz gelirine oranla daha az maliyetli olduğundan; bu sektörden elde edilen gelirler imalat başta olmak üzere, diğer sektörlerin geliştirilmesi, kalkınmanın sürdürülebilmesi, dış borç yükünün hafifletilmesi, yeni iş ve istihdam olanaklarının yaratılması ve sonuçta kişi başına düşen ulusal gelirin daha da arttırılabilmesi için kullanılmaktadır.

2.4.3.1.2 Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi

Turizmin belki de en önemli ekonomik ve olumlu etkisi, gelir yaratma etkisidir. Turistlerin seyahat amacıyla gittikleri ülkede/bölgede; konaklama, gezi-eğlence, yeme-içme, ulaşım, alışveriş, hediyelik eşya vb. gibi gereksinimlerini karşılamak amacı ile yaptıkları harcamalar söz konusu yerin ekonomik olarak gelirinin artmasına neden olacaktır. Diğer bir deyimle, turistlerin ülke ya da bölge ekonomisi içindeki turizm amaçlı bu harcamaları, o bölgedeki insanların gelirini ya da ücretini oluşturacaktır. Dünya Turizm Örgütü'nün yaptırdığı bir araştırmaya göre, turizm gelirlerinin araştırmaya katılan ülkelerin en az %38'inde ülke ekonomisinin esas gelir kaynağı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Aynı araştırmaya göre turizmin, ankete katılan ülkelerin %83'ünde ihracat kategorileri arasında ilk beş sektör içinde yer almakta olduğu görülmektedir (Emsen ve Değer, 2004).

Ancak gelir etkisi bununla sınırlı değildir. Turizm sektörü, daha önce de vurgulandığı üzere, irili ufaklı birçok sektörle ilişkili olduğundan, elde edilen turizm gelirleri bu sektörlerdeki birçok mal ve hizmetin üretim, tüketim, ihracat ya da ithalatına yol açacaktır. Böylece, elde edilen turizm gelirleri diğer sektörlerdeki üretim faktörü sahipleri (inşaat, tarım, sanayi, diğer hizmet sağlayanlar vb.) tarafından harcanarak ve ekonomi içinde çeşitli şekillerde el değiştirilerek, diğer faktör sahiplerine de gelir oluşturacaktır.

Ekonomi literatürüne bakıldığında, para ne kadar çok el değiştirirse diğer bir deyişle, paranın dolaşım hızı ne kadar çok olursa, bunun yaratmış olduğu gelir etkisinin de o kadar fazla olduğu görülmektedir (Froyen, 1990). Bu bağlamda, ekonomide turistler tarafından yapılan harcamalar öncelikle kendi büyüklükleri kadar bir gelir etkisi meydana getirmektedir. Daha sonra da, oluşan bu gelirin bir kısmı o ülke ekonomisi içinde yatırım, tasarruf, harcama ve vergi gibi çeşitli şekillerde devir ederek, dolaylı yoldan yeni gelirlerin meydana gelmesine neden olmaktadır. Turistlerden gelir elde eden turizm işletmeleri, verdikleri hizmeti sürdürebilmek için farklı sektörlerdeki diğer işletmelerden mal ve hizmet satın almakta ve böylece, turistlerden elde edilen gelirin bir kısmı tekrar harcama yoluyla ekonomiye geri dönmektedir. Bu mekanizmanın işlemesi sonucu meydana gelen nihai turizm geliri ise, iç ve dış turistlerin yapmış oldukları tüketim harcamaları ile yatırım harcamalarına oranla oldukça yüksektir.

Zincirleme olarak devam eden bu ekonomik olaylar, yaratılan gelir miktarı sıfır (0) olana kadar devam eder (Çakır, 1999). Sonuç olarak, bir turizm ülkesinde turizm amaçlı yapılan harcamaların, çarpan yoluyla kendisinden kat kat daha fazla bir gelirin oluşumuna neden olduğu görülmektedir. Türkiye'nin de içinde yer aldığı bir araştırmaya göre, ülkenin çarpan katsayısının değerinin 1.96 olduğu belirtilmektedir (İçöz ve Kozak, 2002). Buradan, Türkiye'de turistler tarafından yapılan turizm amaçlı harcamaların, hemen hemen kendisinin iki katı büyüklüğünde bir gelir artışına yol açtığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

2.4.3.1.3 Turizmin İstihdam Yaratıcı Etkisi

Turizm, emek-yoğun bir yapıya sahip olduğu için, istihdam yaratılması açısından dünya ve Türkiye ekonomisinde büyük önem arz eden bir sektördür. Turizm işgücü yoğun bir sektördür ve dolayısıyla turizme elverişli olan kırsal ya da gelişmemiş bölgelerdeki istihdamın temel kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi turizm, birçok sektörün bileşimi ya da kesişiminden meydana gelmektedir. Bu nedenle, turizm amaçlı tüketim harcamaları ilk aşamada doğrudan istihdam etkisi oluştururken, elde edilen gelirlerin tekrar harcanmasıyla ikinci aşama olarak dolaylı istihdam etkisi sağlamaktadır. Son aşama olarak da, bölge halkının turizm işletme ve tesislerden elde ettiği geliri yeniden harcaması sonucu ek istihdam etkisi oluşmaktadır (Lea, 1988).

Bir bölgede turizmin gelişimine ve artan turizm talebine paralel olarak, yeni tesis ve yatırımlara başlanmaktadır. Böylece, turizmden elde edilen ilk gelirler ülke ekonomisi içinde diğer sektörler yayılarak bir harcama ve gelir akımı meydana getirmektedir. Turizmin yol açtığı gelişmeyle birlikte yeni yatırımların ve iş sahalarının ortaya çıkması, işgücüne olan talebi arttırarak istihdam artışına neden olmaktadır (Coltman, 1989). Bilindiği üzere, turizmin mevsimlik özelliği gereği turizmin yoğunlaştığı yaz dönemlerinde turizm sektöründeki istihdam artışı, kışa oranla daha da artmaktadır. Turizm mevsimlik özelliğinden dolayı, bu dönemlerde kalifiye olmayan işgücünün istihdam edilmesine de büyük katkı sağlamaktadır. Ancak, yapılan yatırımların uygulamaya konması ve yeni tesislerin faaliyete geçmesiyle birlikte, sektörde çalışan kalifiye insan sayısı da zaman içinde buna paralel olarak artacaktır.

Buradan hareketle, turizm sektöründeki istihdamın temel özelliklerini aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür (İçöz ve Kozak, 2002):

- Turizm sektöründe istihdam edilen kadın personel sayısı, diğer bazı sektörlerle göre daha yüksektir. Bunun nedeni olarak, kadınların bilgi ve becerisine dayanan iş alanlarının daha fazla sayıda olması söylenebilir. Ancak yine de bu oran, turizm sektörü için istenen düzeyde değildir.
- Kitle turizminin yoğun olduğu bölgelerde (Türkiye -Bodrum, Marmaris, Kuşadası, Alanya-, Yunanistan, Mısır vb.) turizm sektörünün mevsimlik işgücü ile çalıştığı gözlenmektedir.
- Turizm sektöründeki işgücü, sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik açılardan karma bir özelliğe sahiptir. Değişik yaş, meslek (öğrenci ya da daha önce başka bir mesleği olanlar), gelir ve kültür grubunda yer alan kimseler turizm sektöründe aynı işletme içinde görev alabilmektedir.
- Mevsimlik özelliği olan tam ve yarı zamanlı istihdam edilen işgücünün yoğunluğu nedeniyle ulusal ve uluslararası düzeyde ne kadar kişinin turizm sektörü tarafından istihdam edildiğini istatistiksel olarak belirlemek mümkün olmayabilir.
- Turizm sektöründe istihdam edilen işgücünün ne kadarının doğrudan turizm sektörüne, ne kadarının bölge halkına hizmet sunduğunu saptamak güçtür.
- Turizm sektöründe işgücü devir oranı yüksektir. Çalışma şartlarının zorluğu, mevsimsellik özelliği, ücretin düşüklüğü ve çekici teklifler bu oranı daha da Yükseltmektedir.
- Turizm sektöründe uluslararası düzeyde, ülkelerin özelliğine göre değişen miktarda, yabancı işgücünün istihdam edilmesi mümkün olabilmektedir. Seyahat acentelerinde çalışan rehberler, otel işletmelerinde çalışan ön büro personeli ve animatörler vb. gibi.
- Ulaştırma ve konaklama gibi alt-sektörlerde görev alan personelin değişik zaman dilimlerinde günün 24 saati hizmet sunması söz konusudur. Bu nedenle, turizm sektöründe hizmetlerin süreklilik arz etmesi ve tüketicinin günün 24 saati hizmet talep eden bir özelliğe sahip olmasıdır.

- Turizm sektörü tarafından yaratılan birçok alt-meslek grupları yüksek düzeyde beceri gerektirmemektedir. Örneğin; bahçıvanlık, temizlik işleri, satın alma ve depolama vb.
- Turizm sektöründe istihdam edilen işgücünün sendikalaşma ve toplu pazarlık gücü zayıftır. Bunun nedeni ise, turizm sektörünün henüz sistematik ve pazarlık payı güçlü bir yapıya kavuşmamış olmasından kaynaklanmaktadır.
- Gelişmiş bölgeler ile gelişmekte ya da az gelişmiş bölgelerde istihdam edilen işgücünün özelliği ve ödenen ücret düzeyi arasında farklılıklar bulunmaktadır. Gelişmekte ya da az gelişmiş ülkeler, diğer ülkelere oranla daha düşük ücretle personel istihdam edebilmektedirler.

2.4.3.1.4 Turizmin Bölgelerarası Ekonomik Gelişme Üzerindeki Etkisi

Uluslararası turizm, görünmez bir ihracat kalemi olarak, ödemeler dengesi hesabına doğrudan katkı sağlar ve bu nedenle de ülke ekonomisine dışarıdan bir döviz girişi olur. Diğer ihracat sektörlerinde olduğu gibi, bu gelirin ekonomi içinde yeniden harcanması yoluyla da kamu gelirleri, kişi başına harcanabilir gelir ile istihdam artar ve yeni iş imkanları yaratılır. Bu anlamda, uluslar arası (dış) turizm bir ülkeye döviz kazandırır, iç turizm ise turizm ülkesinin sınırları içinde turizmden elde edilen bu gelirin yeniden dağılımını sağlar ve bölgeler arası ekonomik kalkınmaya ve gelişmeye olumlu etkide bulunur (Archer ve Cooper, 1994). Çünkü turist ülkenin turizme elverişli olan bölgesinde turistik faaliyet sonucu harcamalar yapar ve bu bölgede kazanılan gelir ülkenin diğer bölgelerinde yatırım, istihdam ve yeni iş alanlarının açılması şeklinde harcanır.

Bununla birlikte turizm, ekonominin diğer sektörlerine oranla ülkenin geri kalmış ya da az gelişmiş bölgelerindeki ekonomik gelişme için daha etkili alternatif fırsatlar sunar. Aslında bu tür geri kalmış bölgelerde turizmin önemli etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Şöyle ki, bu tür bölgelerdeki çiftçilik ya da balıkçılık gibi meslek grubundaki insanlar turizm sektörüne yönelik çalışarak veya geçimlerini bu sektörden sağlayarak gelirlerini önemli ölçüde arttırma olanağı bulmaktadır. Turizmin bu ve benzeri bölgelerde yaygınlaşması, yerel el sanatları, hediyelik eşya vb. yöresel faaliyetlerin, hizmetlerin gelişmesine neden olacaktır. Böylece, bu durum söz konusu bölgeye parasal olarak bir kaynak ve teşvik sağlayacak ve yerel halk bölgedeki otellere/işletmelere yöreye özgü mal ve hizmetleri sunma olanağına kavuşacaktır.

Bu da, bölge ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Buradan hareketle, turizmin bir ülkenin daha az gelişmiş bölgesinde tanınması ve yaygınlaşması, daha gelişmiş bölgesine oranla yerel halkın ekonomik zenginliğini büyük oranda etkileyebilecektir.

Diğer yandan; turizm, ekonomik ve sosyal gelişine ile bölgeler arası gelişme farklılıklarını en aza indirme amacını da taşımaktadır. Tarım ve sanayi faaliyetleri açısından yeterli kaynak ve gelişme olanaklarına sahip olamayan ancak; zengin turizm potansiyeline sahip ülkelerin/bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikası uygulaması sonucunda turizmde dengeli bir gelişme sağlayacaklardır. Bunun sonucunda ise, söz konusu ülke ekonomileri uluslararası turizm gelirinden belirli oranlarda pay elde edebilecektir. Bu açıdan bakıldığında; turizm politikaları, genel olarak döviz gelirleri başta olmak üzere, ekonomik gelişmeyi tek başına gerçekleştirmeye yeterli olmamasına karşın, gelişmeye hız vermesi ve tamamlayıcı etkileri açısından da önemli olmaktadır (Erkal, 1990).

Turizmin bölgelerarası ekonomik gelişme üzerindeki bir diğer etkisi de, ülkeye olan turist hareketliliği nedeniyle, o bölgenin vatandaşları; kitle ulaştırma sistemlerinde yüksek standartlara, elektrik, su vb. alt yapı hizmetlerinde üstün bir düzeye ve belki de başka bir şekilde sahip olamayacakları alış-veriş ve eğlence merkezlerine kavuşurlar. Böylece turizm, belirli bir niteliğe sahip olmayan işsiz insan kaynaklarının azaltılmasına olanak sağlayarak, ekonomik yapının çeşitlenmesine ve ülkede/bölgede diğer sektörlerin gelişmesine de uygun bir ortam hazırlamaktadır (Barutcugil, 1989).

Bir bölgede turizmin gelişmeye devam etmesi, o bölgedeki kıt kaynaklara olan talep artışını arttırmaktadır. Örneğin, toprağa olan gereksinim artarsa, sonuçta toprak fiyatları yükselir. Bu durumda, az gelişmiş bölgede yaşayan yerel çiftçiler ve toprak sahipleri ellerindeki toprakları satmaya başlar. Kısa dönem için önemli ve yeterli bir miktarda kazanç sağlamalarına karşın, uzun dönemde düşük ücretlerde çalışmaya razı olurlar. Tabii ki bu durum daha çok, turizm bölgesindeki söz konusu arazi ve topraklardan büyük gelir ve kazanç sağlamaya çalışan spekülörlerin işine yaramaktadır.

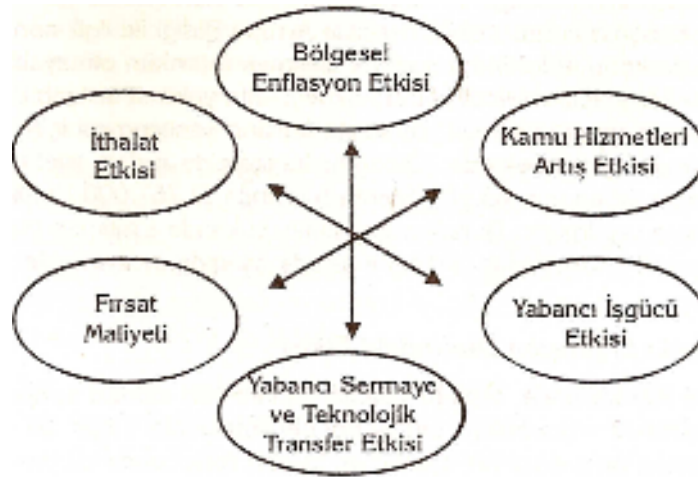
2.4.3.1.5 Turizmin Ekonominin Diğer Sektörleri Üzerinde Yarattığı Etkiler

Ekonominin diğer sektörlerinde olduğu gibi turizm sektörü de, turizm faaliyetinin gerçekleştirildiği yerin/bölgenin ya da ülkenin içinde bulunan başka sektörleri de doğrudan ya

da dolaylı olarak etkilemektedir. Bu etki, turizm olayının meydana geldiği yer için önemli olabileceği gibi, bölge ya da ulusal ekonomi için de önemli olabilir. Buradan hareketle; turizmin tarım başta olmak üzere, sanayi ve hizmetler sektörü üzerinde meydana getirmiş olduğu etkiler azımsanamayacak ölçüdedir.

2.4.3.2 Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

Turizmin ekonomik etkileri genellikle olumlu yönleri ile ele alınmaktadır. Oysaki bir bölgede meydana gelen turizm hareketlerinin her zaman olumlu ekonomik etkiler meydana getireceğini söylemek mümkün değildir. Turizmin zaman içindeki gelişimi, turizmden sağlanan faydanın azalacağını ya da olumsuz gelişmelere neden olacağını göstermektedir. Bu anlamda turizmin neden olduğu olumsuz ekonomik etkileri Şekil 2.2'deki gibi sıralamak mümkündür (Kozak vd, 2006):



Şekil 2.2 Turizmin olumsuz ekonomik etkileri

2.4.3.2.1 İthalat Etkisi

Uluslararası turizm hareketlerinin ülkelerin ekonomik bağımsızlığını teşvik ettiği belirtilmesine karşın, gelişmiş ülkelere Üçüncü Dünya ülkelerine giden turistlerin bölge ekonomisi üzerinde bağımlılık yarattıkları da kabul edilmektedir. Gerek tüketim amaçlı, gerekse turizmin toplumun tüketim alışkanlıklarında ortaya çıkarabileceği etkiler nedeniyle, bazı malların (gıda, inşaat malzemeleri, mutfak malzemeleri vb.) yurtdışından ithali gerekebilmektedir. Turizm, beraberinde teknolojik yatırımları da getireceği için ülkenin ithal eğilimini arttırabilir. Bu durum, özellikle gerekli sermaye ve teknolojiye

sahip olmayan geri kalmış ya da gelişmekte olan ülkelerdeki turizm hareketleri için söz konusudur. Ülke içindeki belirli bölgelerde turizmin geliştirilmesi, yerli ve yabancı turistlerin yani sıra çalışmak amacıyla o bölgeye gelecek kişilerin mal ve hizmet gruplarına gösterecekleri talep, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatlarının artmasına (bölgesel enflasyon) yol açabilir. Bu durumdan ise, o bölgede uzun yıllar yaşayan yerel halk daha fazla etkilenmektedir.

Turizm sektörü, ekonomi içindeki diğer sektörlere oranla bazı dönemlerde daha fazla öncelik isteyebilir. Sadece turizm yatırımlarının teşvik edilmesi ise, sektörler arası dengesizliğe yol açabilir. Nitelikli işgücünün bölgeden karşılanamaması durumunda gerek bölge dışından gerekse ülke dışından işgücünün transfer edilmesi gerekebilir. Bu ise, elde edilen gelirin bir kısmının bölge dışına çıkması nedeniyle bölgede yaratılan çarpan etkisinin azalmasına yol açabilir. Aynı özellik, yabancı sermaye yatırımları içinde geçerlidir. Özellikle uluslararası turizm yatırımcıları, bir başka ülkede yaptıkları yatırımlardan elde ettikleri kazançları merkeze transfer etmektedirler.

Yabancı sermayenin bölgenin turizm sektörüne olan olumlu ya da olumsuz etkileri halen tartışma konusu olup, özellikle Avrupa Birliği ile ilgili son gelişmelerden sonra bu konuda kesin bir sonuca ulaşmak mümkün olmayabilir (Kozak vd, 2006). Son olarak, turizm bölgedeki mevcut kamu hizmetlerinin yükünü arttırabilir. Yeni alt ve üstyapı yatırımlarının yapılması, mevcut olanların yenilenmesi için ek harcamaların yapılması gerekmektedir. Örneğin; İngiltere'de turizm işletmelerinden gelen 92 yangın ihbarı için 63.300 Sterlin tutarında (2.767.000 Sterlin toplam içinde) harcama yapılmıştır.

2.4.3.2.2 Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi

Ekonomi literatüründe, toplam talebin toplam arzı aşması sonucu fiyatlar genel seviyesindeki yükselmeye enflasyon denilmektedir. Diğer bir anlatımla enflasyon; sürekli artış gösteren fiyatlar ve bunun sonucunda da paranın satın alma gücündeki azalma anlamına gelmektedir. Enflasyonun üç temel özelliği bulunmaktadır:

- Ekonomideki tüm mal ve hizmetlerin fiyatları yükselecek,
- Söz konusu bu fiyat artışları sürekli olacak,
- Fiyat artışları önemli düzeyde olacak.

Ülke ekonomisinde bu şekilde ortaya çıkan bir etki, enflasyon olarak kabul edilmektedir. Enflasyonla birlikte bir ülkede kişi başına gelir çok daha dengesiz dağılmaktadır. Enflasyonun gelir dağılımını bozucu bir etkisi vardır. Ayrıca, üretimin zamanla azalmasına paranın dış değerinin iç değerine oranla daha hızlı düşmesine ve sonuçta ihracatın artması ve ithalatın azalmasına neden olur. Böylece, ülkenin kıt olan kaynakları çok ucuz bir fiyata ülke dışına pazarlanmış olur. Enflasyon, "paradan kaçış" olgusunu gündeme getirerek, zamanla sabit sermaye yatırımlarının artmasını ve ekonomik faaliyetlerin durma noktasına gelmesini sağlar. Son olarak da, devlete duyulan güven sarsılır ve girişimciler artık yatırım yapmaktan kaçmaya başlar (Gürkan, 1997).

Bir ülke ekonomisinde turizmin meydana getirmiş olduğu enflasyon etkisi ise değişik şekillerde görülmektedir. Bunları kısaca belirtmek gerekirse: Turizm sezonu ile birlikte, Türkiye, Tunus, Mısır, Fas vb. az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yabancı turistlerin alım gücünün yerli halka oranla çok daha fazla olduğu düşünülecek olursa; turistlerin fiyatı yüksek mal ve hizmetleri satın almaya ve daha fazla fiyat ödemeye razı oldukları görülmektedir. Bölgede faaliyet gösteren perakendeci satıcılar, turistlere sattıkları turizm ürününün fiyatını yükseltmek suretiyle, kar marjlarını arttırmak istemektedir (Erdoğan, 1995). Bu durum da ortaya çıkan fiyat artışları beraberinde maliyet artışını da gündeme getirecek ve sonuçta enflasyon oranı bölgesel de olsa bir artış eğilimine girecektir.

Turizm sezonunda, bu genel fiyat artışları karşısında özellikle gayrimenkul ve arsa fiyatları da buna paralel olarak artacaktır. Bu durumda ise, gayrimenkullerin değerinin artması nedeniyle, insanlar daha fazla kira ile vergi ödeyecek ve böylece enflasyon baskısı artacaktır (Lea, 1988). Bu bağlamda, bir turizm bölgesinde/ülkesinde turizmin gelişmesiyle birlikte enflasyonist bir baskı oluşup oluşmayacağı aşağıdaki üç koşula bağlıdır (Erdoğan, 1995):

- Öncelikle bir ülkede turizm yoluyla elde edilen döviz gelirleri, daha doğrusu net döviz gelirleri döviz giderlerinden daha az ise, turizmin enflasyonist bir baskıya yol açtığını söylemek mümkündür. Çünkü böyle bir durumda, elde edilen döviz geliri, sektörün üretmiş olduğu "turizm ürünü" tarafından emilmiş olacaktır. Daha açık bir şekilde söylemek gerekirse, ülkedeki döviz arz-talep dengesi bozulacak olursa, ekonomide fiyat istikrarı sağlanamayacak ve sonuçta bu da enflasyona yol açacaktır. Turizm yoluyla ülkede talep edilen döviz miktarı, döviz arzını aştığı zaman bunun enflasyona neden olması kaçınılmazdır.

- Turizm sektörü ulusal ekonomi içinde diğer sektör çalışanları açısından önemli bir sektör olarak değerlendirilir ve turizmi bir pilot faaliyet olarak seçerlerse, turizmin enflasyonist bir baskı oluşturması kaçınılmazdır. Çünkü gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi, turizm sektöründe diğer sektörlerle oranla daha fazla gelir elde etme şansı olduğundan, diğer sektörlerden turizme yönelik bir iş ve girişimci akını başlar. Bu durumun, turizm sektörü ve sonuçta ekonominin genelinde enflasyonist bir baskı meydana getirme olasılığı bulunmaktadır. Bu olasılık, turizmin ülke ekonomisi içindeki sahip olduğu ekonomik ağırlıkla paralellik arz etmektedir.
- Turizmin enflasyonist bir baskı oluşturup oluşturmayacağı, reel döviz kuru değerine göre de belirlenebilmektedir. Şöyle ki; turizm etkisiyle harcanan ulusal para miktarı, turizmden sağlanan net döviz geliri toplamından fazlaysa, bu durumda reel döviz kuru 1 'den küçük olacağı için turizmin enflasyonist bir baskı oluşturduğunu söylemek olasıdır. Ancak, döviz kurunun 1 'e eşit ya da büyük olduğu durumlar için böyle bir enflasyonist baskı söz konusu değildir.

Fiyat istikrarının sağlanması, bugün her ülke ekonomisi için önemli olan bir para politikası amacıdır. Bu nedenle, turizm sektöründe oluşacak ani ve beklenmedik fiyat hareketlerine ve dalgalanmalarına karşı, kamu ve özel sektör temsilcilerinin gereken önlemleri zamanında almaları, ülke insanının enflasyon olayından en az ve zararsız bir şekilde etkilenmesi açısından önemlidir. Çünkü hem sektör ve hem de ülke ekonomisi açısından enflasyonun; girdi maliyetleri ile fiyatları, turizm talebinin düşmesi, fiyat istikrarsızlığı, verimli alanlara yeterli yatırımın yapılamaması ve ülke ticaretini olumsuz yönde etkilemesi gibi ekonomik bozulmalara ve gerilemelere yol açacağı ortadadır (Kozak vd., 2006).

2.4.3.2.3 Turizmin Fırsat Maliyeti Etkisi

İktisadi sorunun varlığı, kıt kaynakların alternatif kullanım olanakları arasında bir seçim yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, bir malın fırsat maliyeti (opportunity cost); o malın üretimini bir birim arttırmak için gereken kaynakları serbest bırakmak üzere, başka bir malın üretiminden vazgeçilmesidir. Diğer bir deyişle; fırsat maliyeti, çeşitli kıt kaynaklar arasında seçim yapılması, seçilmeyenlerin seçeneklerin feda edilmesi ya da kullanılmaması anlamına gelmektedir.

Turizm sektörü açısından bir değerlendirme yapılacak olursa; ülkelerin turizm sektörüne yapacakları yatırımla elde edecekleri gelirin, diğer sektörlerde yapıldığı zaman elde edileceği öngörülen gelir ile kıyaslanmasına kısaca turizmin fırsat maliyeti denilebilir. Fırsat maliyeti olgusu bu anlamda, ülkenin kıt olan ekonomik kaynaklarının en iyi yerlere yönlendirilmesi sonucu elde edilebilecek maksimum hasıla miktarı olarak da algılanabilir. Örneğin, bir bölgede yatırım için bütçeden belirli bir miktar kaynak ayrıldığı varsayılın. Bu parasal kaynağın, büyük beş yıldızlı bir otelin inşa edilmesinde, söz konusu bölgenin su ve kanalizasyonun yapımında ya da bir okulun inşasında kullanılabileceği düşünülecek olursa; mevcut kaynağın o bölgenin gereksinimini karşılayacak ve kişi başına düşen gelir ile ulusal geliri de uzun vadede arttıracak en iyi seçeneğe yönlendirilmesi gerekmektedir. Eğer yapılan fayda/maliyet analizine göre, yatırımın yapılması gereken en verimli alan okul inşaatı iken, kaynaklar otel yapımına ayrılırsa; kaynakların etkin ve verimli kullanımdan söz etmek mümkün olmayacak ve sonuçta ülke insanı açısından ekonomik bir refah kaybı söz konusu olacaktır.

Buradan hareketle, bir ülkenin/bölgenin okul yapımına gereksinimi varken, kaynakların beş yıldızlı otel yapımına yönlendirilmesi; hem kaynakların etkin ve tam kullanılmamasına ve hem de ülke insanı açısından büyük bir refah kaybına yol açacaktır. Bu nedenle, ekonomide içindeki mevcut olan kıt kaynakların, sektör ve alt sektörler arasında en iyi şekilde tahsisinin yapılması ve uygun yerlere yönlendirilmesi, ülke insanının ekonomik refahının artırılması ve katlanılan fedakarlığın en aza indirgenmesi yönünde çok önemli bir karar olmaktadır. Nitekim az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için daha da önem arz eden bu durum, kıt olan kaynakların belki daha verimli olabilecek alanlar varken, göreceli olarak daha az verimli turizm alanına yatırılmasına ve bu kaynakların israf edilmesine neden olacaktır. Böylece ülke kaynaklarının etkin ve verimli yatırım alanlarına yönlendirilmesi için, özellikle turizm potansiyeline sahip olan ülkelerdeki politika yapıcıların bu noktaları önemle göz önüne almaları gerekmektedir. Hangi sektörde olursa olsun, yapılacak yatırımların en iyi sonucu vermesi, diğer bir deyişle, girdi/çıktı oranı şeklinde de ifade edilecek olan yatırımın verimliliği, ülke ekonomisi açısından önemli bir konu olmaktadır.

2.4.3.2.4 Turizmin Mevsimsellik Etkisi

Turizmin mevsimlik dalgalanma özelliği kendini en yoğun şekilde konaklama sektöründe hissettirmektedir. Şöyle ki; turizm hareketlerinin yılın belirli dönemlerinde yoğunlaşması ve ağırlıklı olarak yabancı ziyaretçiler tarafından yapılması, talebin çok yüksek olduğu yaz dönemlerinde turizm bölgelerindeki konaklama arzını zorlamaktadır. Talebin daha yüksek olduğu yaz dönemine oranla, kış döneminde turizm bölgelerindeki kapasite oranı düşmekte ve arzın atıl kalmasına neden olmaktadır. Bu durum, konaklama tesislerinin yılın belirli bir döneminde faaliyetlerini durdurmaya ya da az bir gelirle de olsa çalışmaya devam etmelerine neden olmaktadır. Bunun yarattığı en önemli olumsuzluk, konaklama sektöründeki tesislerin sezon boyunca kazandıkları gelir ile bir yıl geçinmek zorunda kalmalarıdır. Böylece, boş sezonda çalışan işgücünün bir kısmı işten çıkarılacak, diğer bir deyişle mevsimlik işsizlik sorunu gündeme gelecek; diğer yandan da turizm sektöründe yatırımların geri dönüş sürelerinin uzun olması, mevsimsellik özelliğinin de etkisiyle yatırımcıların bu sektöre yatırım yapmalarını engelleyecektir. Turizmin mevsimsellik özelliği sonucunda sektördeki kapasite artırımı engellenecek, işsizlik artacak, hem ulusal gelirden ve hem de kişi başına düşen gelirden bir azalma söz konusu olacaktır.

Mevsimsellikten kaynaklanan bu olumsuzlukları gidermek için, turizm sezonunun on iki aya yayılması ve kısıtlı turizmi haricinde de, diğer turizm çeşitlerinin geliştirilmesine ve uygulanmasına yönelik strateji ve politikalar üretilmesi; turizm bölgesinde kışın boşta kalan kapasitenin ve sonuçta kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağlayacaktır. Eğer bu belirtilen noktalar kamu ve özel sektör temsilcileri tarafından dikkate alınırsa, o bölgeye olan turizm talebinde bir yükselme söz konusu olacak ve turizm gelirleri ile ülkeye gelen turist sayısı artacaktır. Bununla birlikte, ürün çeşitlendirmesi faaliyetini başarı ile uygulayabilen turizm bölgeleri, turizmin bu mevsimsellik özelliğini en aza indirerek pazar payını koruyacak, geliştirecek, yeni pazarlara girebilecek ve bunun sonucunda da rakiplerine oranla büyük bir rekabet gücü elde edebilecektir.

Turizm sektöründeki yatırımların, düşük sermaye geri dönüş oranına sahip olduğu göz önüne alındığı zaman (Erdoğan, 1995), mevsimlik dalgalanmaların sektöre zarar verdiğini söylemek mümkündür. Çünkü atıl kapasite fazlaştığı andan itibaren, sermayenin geri dönüş süresi azalır. Böyle olunca da, yerli ya da yabancı birçok girişimci turizm sektörüne yatırım yapmaktan vazgeçer. Buradan hareketle, yapılan bir takım bilimsel çalışmalarla da turizmdeki

mevsimsellik sorununu çözmek için bilim insanları araştırmalara devam etmektedir. Bu önemli sorunun çözümlenmesi, hiç kuşkusuz turizm potansiyeline sahip olan ülke ekonomilerinin turizmden daha fazla gelir elde etmeleri anlamına gelecektir.

2.4.3.2.5 Yabancı Sermaye Etkisi

"Yabancı özel sermaye" ya da "özel yabancı sermaye yatırımı"nı, azgelişmiş ülkelere gelişmiş ülkelerden gelen özel sermaye yatırımları ve teknolojik olarak yapılan ortaklık ya da işbirliği olarak tanımlamak mümkündür (Han ve Kaya, 2002). Buradan hareketle kısaca yabancı sermaye denildiği zaman, azgelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin iç tasarruflarının yetersiz olması ve sonuçta sermaye birikimi sağlayamamaları nedeniyle, bu boşluğu dış finansman kaynakları ile doldurmaları anlaşılmalıdır.

Yabancı özel sermayenin genel anlamdaki ekonomik yararları aşağıdaki şekilde özetlenebilir. Yabancı sermaye (Çeken, 2003);

- Sermaye birikimine katkı sağlar,
- Teknolojik gelişmeye katkı sağlar,
- Reel ücretlerin artmasına olanak sağlar,
- Dışsal ekonomiler oluşturur,
- Uygulanan teknoloji sonucunda, üretim ucuzlar, kalite yükselir ve piyasaya yeni malların girmesi sağlanır,
- Devletin almış olduğu vergi gelirlerinde bir artış sağlanır,
- İş yönetimi ve teknik eleman kadrosunun gelişmesine yardımcı olur,
- Rekabet yapısının ve sürecinin iyileşmesini ve piyasa ekonomisi bilincinin yaygınlaşmasını sağlayarak iç piyasaya bir dinamiklik getirir.

Turizm sektörü açısından genel bir değerlendirme yapıldığında, yabancı sermaye yatırımlarının yararları olduğu kadar bir takım olumsuzluklara sahip olduğu da görülmektedir. Çünkü yabancı sermaye de, nihai olarak bir başka ülkeye kar güdüsüyle gitmektedir (Çeken, 2003). Bu ekonominin doğasında olan bir şeydir. Bu bağlamda, insanlar en yüksek kar beklentisi nerede ise o bölgeye giderler ve "homo economics" özelliğinden dolayı da kendi karını maksimum yapmayı amaçlarlar. Yukarıda belirtilen noktaların ışığında, yabancı

sermayenin turizm sektörü üzerindeki olası ekonomik etkilerini aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Çeken, 2003):

- Yabancı firmaların kendi aralarında yapmış olduğu yatay ve dikey birleşmeler, piyasada tekeldi bir güç oluşmasına yol açmakta ve sonuçta yerli firmalar bunlarla rekabet edemeyerek pazar payını ve rekabetçi gücünü kaybetmektedirler.
- Yabancı sermayedarların, gittikleri ülkede çalıştıracakları personeli kendi ülkelerinden götürmeleri, gidilen ülkedeki istihdam yapısı üzerinde olumsuz etkiler meydana getirebilecektir. Ayrıca, yurt dışına çalıştırdıkları personelin maaşı şeklinde de bir döviz çıkışı söz konusu olacaktır.
- Yabancı sermayenin ülkeye gelmesiyle birlikte, yatırım için gerekli olan gelişmiş makine ve teçhizatın dışarıdan ithal edilme yoluna gidilmesi, benzer şekilde döviz kaybına neden olacaktır.
- Yabancı firmaların; sermaye yapısı, bilgi birikimi ve teknolojik olanaklar açısından yerli firmaların çok ilerisinde olması, yerli firmaların zaman içinde bunlarla rekabet etmesini güçleştirmektedir. Bu bağlamda, yerli turizm sektörünü geliştirmek ve çeşitli ekonomik yararlar sağlamak amacıyla gelen yabancı sermayenin bu yıkıcı gücü karşısında, yerli firmalar zamanla faaliyetlerini durdurmak zorunda kalabilirler.
- Yabancı sermaye yoluyla gelen firmaların turizm sektöründeki tüketim kalıplarını değiştirmeleri, ithal bağımlılığının artmasına yol açarak, turizmin meydana getirdiği çarpan etkisinin azalmasına neden olur.
- Yabancı firmalar yatırım maliyetlerinin artmasına neden olmakta ve bunun sonucunda ise, yerli firmalar yetersiz sermaye yapısından dolayı, yüksek fiyatlarla gayrimenkul satın alamamakta ve böylece turizm sektörüne girmekten vazgeçmektedir.
- Yabancı firmaların, ülke içinden temin edebilecekleri bazı ara ve yatırım mallarını dışarıdan ithal etmeleri, yabancı özel sermayenin ülke ekonomisi ve turizm sektörü üzerinde oluşturduğu diğer bir olumsuz etkidir.

- Benzer şekilde, yabancı firmaların elde ettikleri gelirlerin büyük bir kısmını, ülke içinde tam anlamıyla yatırıma dönüştürmeden kendi ülkesine transfer etmesi, söz konusu ülkenin ödemeler dengesinde bir açığa yol açmakta ve böylece ülke ekonomisi bundan olumsuz yönde etkilenmektedir.

Yukarıda belirtilen bu olumsuz noktalar, yabancı sermayenin turizm sektörü ve ülke ekonomisi üzerindeki olumlu etkilerini azaltmaktadır. Bu nedenle, ülkenin sermaye piyasasının gelişmesi ya da iyi işletilen bir finansman sistemin varlığı, öncelikle yukarıda belirtilen bu sorunların birçoğunun ya da tamamının ortadan kalkması anlamına gelmektedir. Eğer bu mümkün değilse, ülkeye gelen yabancı sermayenin gerekli organlar tarafından sürekli ve yeterli bir şekilde denetiminin yapılması gerekmektedir. Ancak; yapılacak yasal düzenlemeler ile özendirici teşviklerin, yabancı özel sermayeyi ürkütmeyecek şekilde olması da diğer önemli bir noktadır. Sonuç olarak, bazı olumsuzlukları olmasına karşın ülkeye ve turizm sektörüne gelecek olan yabancı sermaye miktarının; sektörün gelişmesi, yeni tesislerin kurulması, know-how, yönetim bilgileri, pazarlama teknikleri ve yeni teknoloji transferi açısından önemi büyüktür.

2.5 Turizm Politikası

Turizm politikası gelişen ve değişen turizm anlayışı doğrultusunda yeni anlamlar, boyutlar ve hedefler kazanmıştır. Son zamanlara kadar “ turizm politikası, iç ve dış turizmin geliştirilmesi, ekonomik ve meta- ekonomik fonksiyonlarından en yüksek düzeyde yararlanılması için kamu yönetiminin turizm alanında aldığı önlem ve yaptığı müdahalelerin tümü” olarak tanımlanırken; Turizm ve Tanıtma Bakanlığı tarafından yayımlanan bir dokümanda “ turizm politikası, turizmde sağlanan ekonomik, sosyal ve kültürel kazançların en yüksek düzeye çıkarılmasını ve maliyetleri ise en aza indirmeyi amaçlayan dinamik bir politika olarak tanımlanmıştır.

Politikanın dinamik karakteri; turizm sektörünün ülkenin koşullarından soyutlanamamasını ve koşullar değiştikçe değişen verilere göre, önerilerin ve önlemlerin değişeceğini, böylece uygulamalara bilinçli bir esnekliğin getirilmesini ifade eder (Olalı, 1990).

Turizm politikası, örgütlenmiş bir toplumda, turizmin ekonomik ve ekonomik olmayan fonksiyonlarından en rasyonel şekilde yararlanmak, turizmin muhtemel olumsuz etkilerini en

alt düzeye indirmek amacıyla turistik gelişmenin gidişine bilinçli olarak yapılan müdahalelerin ve sektörde alınan önlemlerin tümüdür (Olalı vd., 1984).

Böylece turizm politikasından anlaşılan, kamu yönetiminin turizm alanına dolaylı ve dolaysız olarak yaptığı her türlü müdahaledir. Diğer bir deyişle turizm politikası, örgütlenmiş toplumlarda, özellikle devlet tarafından turistik gelişmenin gidişine bilinçli bir biçimde müdahale etmektir. Bu müdahalenin temel hedefleri şöyle özetlenebilir:

- 1- Turizm politikası, turizmin arz ve talep yönündeki ve mevcut koşulların ıslahını gerektiren nedenleri belirler.
- 2- Turizm politikası, turizm alanında uygulanmakta olan ve önerilen müdahalelerin, alınacak önlemlerin yapacağı etkileri araştırır.
- 3- Turizm politikası, turizmin gelişmesi için yeni hedefler, araçlar ve olanaklar ortaya koyar (Usta, 1988).
- 4- Turizm politikasının hedefi ekonomiktir ve turizmin sağladığı ekonomik yararları en yüksek düzeye çıkarmayı hedefler.
- 5- Turizm alanında psikolojik ve sosyal engelleri, çelişik fikir ve davranışları frenler.
- 6- Turizm alanında sağlam ve güvenilir meslek kuruluşlarının oluşmasını özendirir, destekler, böylece turizm endüstrisinin değişik alanlardaki faaliyetlerinin tatmin edici şekilde sürdürülmesini ve oto kontrolü sağlar.
- 7- Turizmin uluslar arası piyasaya girmesine yardımcı olur.
- 8- Turizm sektörünün aşırı duyarlılığından, zaman ve mekan bakımından yoğun karakterinden doğan milli kayıpları, sorunları kısmen önler.
- 9- Turizmin yarattığı dışsal ekonomilerin olumlu yönlerini geliştirip, genel ekonomi politikası içinde sektörün düzenli ve dengeli gelişmesini sağlar.
- 10- Turizmin sağlık, dinlendirici, kültürel fonksiyonlarından mümkün olduğu kadar daha çok bireyi yararlandırır.
- 11- Turizme sanayileşme yoluyla kalkınmanın bir alternatifi olarak bakılmasını önler, spekülatif eylemleri durdurur, turistik kapitali sistematik bir şekilde korur ve işletir (Olalı vd., 1984).

2.6 Turizm Sektörü

Turizm sektörü, turizm aktivitelerinin arz ve talep dengesi ile ekonomide hizmetler sektörünün bir alt sektörü olarak ortaya çıkar. Turistik bir ürünün bir piyasada değer bulması

ve bu ürünün fiyat kazanmasında özellikle emek gücünün fonksiyonun bulunması, turizmi bir hizmet sektörü yapmaktadır.

Turizm sektörü gerçek anlamda tam izole bir sektör olarak belirlenememektedir. Bu aşamada turizmin kapsamını belirleyen dallar şu şekilde sayılabilir:

- otel, yemek ve içecek kuruluşları,
- ulaştırma şirketleri,
- tur operatörleri ve seyahat acenteleri,
- turizme ilişkin yazılı ve görsel medya-araştırma kurumları,
- konferans,kongre merkezleri, ticaret odaları, bölge birlikleri ve devlet kurumları.

Turizm sektöründe üretim, nihai olarak yerli ve yabancı turist sayısı ve dolayısıyla iç ve dış turizm gelirleri ile değerlendirilir. Turizmin sektör olarak bazı özellikleri aşağıda verilmiştir (Türkiye Vakıflar Bankası,Sektör Araştırmaları Raporu,2004:23):

- Turizm temelde ulaşım, konaklama ve pazarlama (acenteler) üçgeni üzerine bir aktiviteler bütünü olup, bir çok sektörün turizmle doğrudan ya da dolaylı ilişkisi vardır.
- Tesis yapımlarında ilk yatırım maliyetleri sonrası, emek yoğun bir sektör niteliğindedir.
- Turizme dolaylı ürün sağlayan sektörler hariç turizmin temel ürünü doğal, tarihi, kültürel unsurlar ve özel aktivite düzenlemeleridir.
- Turistik gelişimin sağlanması bir çok sektörün gelişmesini zorunlu kılmaktadır.
- Turizm sektörü devletlerin dış ilişkileri ile yakından ilgilidir.

Şimdi turizm sektörünü dünyada, Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de turizm sektörü olmak üzere üç başlık altında inceleyeceğiz.

2.6.1 Dünyada Turizm Sektörü

Son 20 yılda dünyanın ekonomik, siyasi ve sosyal olarak hızla globalleşmesi, gelir ve refah düzeyinin artması ve ulaşım imkanlarının gelişmesi sonucunda turizm dünyada en hızlı büyüyen endüstri olmuştur. Turizm, bugün dünya gayri safi hasılasının önemli bölümünü oluşturan bir endüstri konumundadır. Tüm dünyadaki ekonomik duraklamaya karşın büyümesini devam ettirmekte olan ve bu büyümesi sürekli olan bir

endüstridir. Ulusal ve uluslar arası turizm gelirleri 1980-2004 yılları arasında %9 artarken, dünyanın gayri safi milli hasılası %10 artmıştır (Harrison, 2004).

Turizm milli gelire olan katkısı yanında, sağladığı döviz geliri ile ödemeler dengesi açığının kapanmasında da önemli rol oynamaktadır. Geniş kitlelere iş imkanı sağlamasının bir sonucu olarak istihdamın en yoğun olduğu endüstrilerden biri olma avantajına sahip olan turizm, aynı zamanda ülke için etkin bir pazarlama ve reklam aracı olma özelliğini de sürdürmektedir. Bu nedenle bir çok gelişmekte olan ülke açısından turizm endüstrisi ekonomik gelişmenin en önemli unsuru konumunda olmakta ve bu ülkelerin kırılgan yapıdaki ekonomileri açısından kurtarıcı ve güçlendirici bir rol üstlenmektedir (Dieke, 2000).

Uluslararası turizm hareketleri genel olarak artan bir trende sahiptir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO-United Union World Tourism Organization) verilerine göre, 2002 yılında uluslararası turizm hareketleri bir önceki yıla göre % 1,4 artış göstererek 702 milyon kişi, aynı şekilde turizm gelirleri de % 2,4 artarak 474 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (Türkiye Vakıflar Bankası, Sektör Araştırmaları Raporu, 2004:23). 2003 yılında ise dünya turizm geliri 523 milyar dolar gerçekleşirken 2004 yılında dünya turizm geliri 575 milyar dolara çıkmıştır (<http://www.soymen.com.tr>).

Yine son yıllarda tüm dünyadaki ekonomik duraklamaya karşın, turizm endüstrisi büyümesini devam ettirmiştir. 1990-2002 yılları arasında tüm dünyada turist sayısındaki ortalama yıllık büyüme oranı % 4, turizm gelirlerinde ise ortalama yıllık büyüme oranı % 6,2 oranında gerçekleşmiştir. Dünya turizminin ağırlık noktasını ise ülkemizin de yer aldığı Avrupa Bölgesi oluşturmaktadır. 2002 yılında uluslararası turistlerin % 56'sını çeken Avrupa'da, turist sayısı 399 milyon kişiye ulaşmıştır. Avrupa'dan sonra en önemli pay Doğu ve Asya/Pasifik bölgesine aittir. Bu iki bölge dışında en büyük paya sahip 3. bölge ise Güney ve Kuzey Amerika bölgesidir. Buradan, dünya turizminin ekonomik yönden gelişmiş ve gelir düzeyi yüksek üç bölge arasında yoğunlaştığı söylenebilir. Nitekim turist akımları da karşılıklı olarak bu üç bölge içinde gerçekleşmektedir. 2002 yılı verilerine göre dünya turizminde Fransa 77 milyon turist çekerek ilk sırayı alırken, İspanya 51,7 milyon ile ikinci, ABD 41,8 milyon ile üçüncü olmuştur.

2004 yılında ise dünya turizminin ekonomik hacmi 5,490 milyar dolar, gelir hacmi ise 1,542 milyar dolar gerçekleşirken bu endüstride çalışan sayısı ise doğrudan 73.602.000 kişi yan sektörlerle birlikte toplam istihdam 214.617.000 kişi olarak gerçekleşmiştir. Dünyadaki toplam turizm sermaye yatırımı 802 milyar dolar gerçekleşirken sektörün dünyadaki büyüme oranı %5,9' dur. Buna karşın ülkemizde 2004 yılındaki turizm endüstrisinin ekonomik hacmi 32 milyar dolar, gelir hacmi ise 11,7 milyar dolar gerçekleşirken ülkemiz turizm endüstrisindeki çalışan sayısı doğrudan 662,161 kişi, yan endüstrilerle birlikte toplam istihdam 1.337.000 kişi olarak gerçekleşmiştir. Ülkemizdeki turizm sermaye yatırımı ise 2,9 milyar dolar gerçekleşirken turizm endüstrisinin ülkemizdeki büyüme oranı ise %12,2 olmuştur. Türkiye 2003'te 13,2 milyar dolarla dünya sıralamasında Avusturya'nın ardından 9. sırada yer almış ve Yunanistan'ı 2 milyar dolar geride bırakmıştı. 2004 yılında ise 15,9 milyar dolarlık geliriyle Avusturya'yı geride bırakarak Çin'in ardından 8. sırayı yerleşmiştir (<http://www.soymen.com.tr>).

UNWTO'ya göre son 20 yılda yıllık ortalamada %6,8 büyüme hızıyla turizm endüstrisi dünyanın en hızlı gelişen endüstrilerinden biridir ve bu endüstri 1990'lı yılların sonunda hizmetler sektöründe birinci sıraya yükselmiştir. Yine UNWTO'ya göre ülkemiz turizm endüstrisinde en başarılı ülkelerden biridir. Ülkemiz 25 yılda turist sayısını 15'e katlayarak, 1980 yılında 1,2 milyon olan sayısını turist sayısını 2004 yılında 17,5 milyona yükseltmiştir. UNWTO, Türkiye'nin önümüzdeki 10 yıl içinde yıllık %10,2 oranında büyüyerek en çok talep gören destinasyon olacağını öngörmektedir (<http://www.turizmhabercisi.com>).

Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi, 2020 yılına kadar olan dönem için yıllık ortalama %5 düzeyinde büyüme tahmini yapmaktadır. UNWTO ise 2020 yılında uluslararası turist sayısının 1,56 milyara; turizm gelirinin ise 2 trilyon dolara ulaşacağını ifade eden Dünya Turizm Örgütü, önümüzdeki 20 yıllık süreçte Avrupa'nın en fazla turist kabul eden bölge olarak yerini koruyacağını ancak büyüme ortalamasının %3,1 olarak dünya ortalamasının altında olacağını, bununla birlikte Türkiye, Kıbrıs ve İsrail turizm destinasyonlarının Avrupa ortalamasının iki katı hızla büyüyeceğini öngörmektedir. 2020 yılında Akdeniz ülkelerini toplam dünya turist sayısının % 22'sini oluşturan 346 milyon turistin ziyaret edeceği tahmin edilirken 10 Balkan Ülkesi'ni 79 milyon turistin ziyaret etmesi; özellikle Yunanistan, Türkiye, Bulgaristan, Romanya ve Hırvatistan'ın

Balkan Ülkelerini ziyaret edecek olan toplam ziyaretçi sayının %92'sini ağırlaması beklenilmektedir (<http://www.kulturturizmhaber.com>).

Çok hızlı değişen dinamik bir endüstri olan turizm her geçen gün değişen tüketici tercih ve beklentilerine uyum sağlamaya çalışmaktadır. UNWTO, gelecek 20 yılın temel eğilimlerinin ve tüketici profillerinin şu şekilde gerçekleşeceğini öngörmektedir (<http://www.kulturturizmhaber.com>; Cabrini, 2004):

- Çalışma yaşamında meydana gelen gelişmeler ve yaşam süresinin uzaması sonucunda insanların tatile ayıracakları zaman artacaktır.
- Ulaşımın kolaylaşması ve ucuzlaşması nedeniyle ayrıca insanlardaki artan macera yaşama ve yeni yerler görme arzusu sonucunda uzun mesafeli ve deniz aşırı seyahatler tercih edilecek.
- Dünya nüfusunun ve özellikle gelişmiş ülkelerdeki nüfusun giderek yaşlanması sonucunda fiyat ve kaliteye önem veren; gelir düzeyi orta ve yüksek 3.yaş grubu dünya nüfusunda ağırlık kazanacak ve bu bağlamda deneyimli seyyah grubu büyüyecek. Bu nedenle kitle turizminin yanı sıra bireysel turizm alternatifleri önem kazanacak ve bu bağlamda markalaşma ön plana çıkacaktır.
- İnsanlardaki artan yenilik ve çeşitlilik talebi, gelecekte turizm endüstrisinde farklı ürün ve hizmet sunulması gerekliliğini meydana getirecektir.
- Dünyada giderek artan çevre bilinci sonucunda kalıcı ve dengeli bir turizm gelişiminde bilinçli tüketicilerin sürdürdüğü kampanyaların etkisi ile turizm türleri ve buna bağlı olarak yapılan yatırımlar farklılaşacaktır.
- İnternet kullanımının tüm dünyada giderek yaygınlaşması sonucunda destinasyon seçimi süreçlerinde elektronik teknolojinin önemi artacaktır. Gelecekte artan bir hızla insanların turizm acentelerinden broşür almak yerine evlerinden internete bağlanıp gidecekleri yerler hakkında bilgi edinebileceklerdir. Bu nedenle günümüzde ve gelecekte hedef kitleye hızlı ve etkin bir şekilde ulaşabilmek için internetten daha fazla faydalanılması; önümüzdeki yirmi yıl içinde kullanımı giderek artacak olan dijital TV' den yararlanılarak daha geniş kitlelere ulaşılması gereği ortaya çıkmaktadır.

TÜBİTAK'ın Vizyon 2023 Ulaştırma ve Turizm Ön Raporunda ise turizm endüstrisindeki olası gelişmeler şu şekilde sıralanmaktadır (<http://vizyon2023.tubitak.gov.tr>):

- Turist tercihlerinin giderek çeşitlenerek kutuplaşması sonucunda, yenilik, çeşitlilik, konfor ve macera unsurlarına olan talep artacak. Dolayısıyla ürün geliştirmede 3S 'nin, yani deniz-kum-güneşin (sun-sand-sea) yerini 3E, heyecan-eğlence-eğitim (exciting-educational-entertainment) temel unsurları alacaktır.
- Ortalama insan ömrünün artmasına paralel olarak emeklilik süresi uzayacak, tatile daha çok zaman ayrılacaktır. Ayrıca ortalama çalışma süreleri kısalarak, tatile ayrılan süreler artacaktır.
- Bekar ve çocuksuz çiftler ile orta ve üst gelir seviyesine sahip üçüncü yaş denilen 65 ve üzeri yaş grubunun dünya nüfusu içerisinde ağırlık kazanması ve seyahate ve eğlenceye daha fazla kaynak ayırmaları beklenmektedir. 2023 yılında 350 milyon Avrupalının 100 milyonunun 65 yaşın üzerinde olacağı öngörülmektedir.
- Tüketicinin bilgilendirilmesi ve korunması evrensel sistemlere bağlanacak, kalıcı ve dengeli bir turizm gelişimi için tüketicilerin sürdürdüğü kampanyaların etkisi artacaktır. Önümüzdeki 20 yılda turizm gelişmesinin önemli özelliklerinden biri de uzak ülkelerden gelen turistlerin artış göstereceğidir. Uzak ülkelerden gelen turistlerin payının Avrupa' da yüzde 12' den yüzde 15'e, Amerika' da yüzde 23'ten yüzde 38'e, Orta Doğu'da yüzde 58'den yüzde 63'e, Güney Asya'da yüzde 76'dan yüzde 86'ya yükseleceği, ilk kez seyahat edecek olan yoğun kitlelerin başlangıçta yakını tercih edeceği, bölgeler içi turistlerin payının Doğu Asya/Pasifik'te yüzde 79' dan yüzde 83' e, Afrika' da yüzde 58' den yüzde 64' e ulaşacağı tahmin edilmektedir.

2004 yılında Macaristan' da gerçekleştirilen Avrupa Turizm Fuarı'nda, Turizmde Yeni Trendler başlığı altında bir workshop düzenlenmiştir. Bu workshop'a göre Avrupa turizminde yeni trendler şu şekilde belirlenmiştir (Pils, 2004);

- Avrupa nüfusunun demografik yapısı hızla değişmeye başlamıştır. Dolayısıyla Avrupa'da 60 yaşın üzerinde olan insanların toplam nüfus içerisindeki payı hızla artmaktadır. Bu kişilerin daha fazla tatile ayırabilecekleri zamanları vardır ve sağlıklarıyla ilgili turizm çeşitlerini tercih etmektedirler. Ayrıca bu yaş grubuna ait turistler gittikleri yerlerde huzur, güvence ve yaşlarına uygun bir beslenme şartları aramakta ve daha çok durağan bir tatil geçirmek istemektedirler. Nüfusun demografik yapısının değişmesi aynı zamanda seyahat eğilimlerinin değişmesine dolayısıyla yeni turizm ürünlerinin oluşturulması gereğini ortaya çıkarmıştır. 2002 yılının sonunda düşük maliyetli havayolu uçuşları toplam Avrupa Birliği dahilindeki uçuşların %12'sini oluşturmaktadır. Uluslar arası Hava Taşımacılığı Birliği'nin tahminlerine göre 2010'da düşük maliyetli uçuşların oranı %35'e yükselecektir.
- Hem Avrupa nüfusunun hem de dünya nüfusunun yaş ortalamasının büyümesine rağmen, yapılan araştırmalar, toplam turist hareketinin %20 'sinin 15 ile 26 yaş arasında olan kişiler tarafından gerçekleştirildiğini göstermektedir. Özellikle Avrupa Birliği'ne yeni olan ülkeler bu grup için önemli bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır. Genç yaştaki turistler, güvenli ve konforlu tatil imkanı sunan, kültürel deneyimi ve kültürler arası değişimi ve eğitimi içeren ve farklı fiyatla farklı konaklama ve seyahat imkanı sunan tatilleri tercih etmektedirler.
- Avrupa Birliği'ne yeni ülkelerin üye olarak katılımıyla, birlik açısından turizm endüstrisi de hızlı bir şekilde gelişecektir. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'nin yaptığı bir araştırmaya göre yeni ülkelerin birliğe başarılı bir şekilde entegre olmasıyla 3 milyon kişiye yeni iş sahası ile ilave 46 milyar Euro'luk bir gayri safi milli hasıla elde edilecek. Bu durum yerel ve global düzeyde istihdamın sağlanmasına ve gelir düzeyinin artmasına neden olacak dolayısıyla bu durum seyahat ve turizm sektörünü olumlu etkileyecektir. Özellikle ev sahipliği sayısının artması, daha esnek çalışma şartları ve daha yüksek harcanabilir gelir yapısı sonucunda sayı olarak fazla ancak süre olarak kısa olan ara tatil imkanlarını yaratacaktır.

- Yeni fiyat yapıları ve elektronik pazarlama, standart ve standart olmayan turizm ürünleri üzerinde turistlerin satın alma davranışlarını dolayısıyla paket turları kapsam ve süre açısından etkileyecektir.

2.6.2 Avrupa Birliği'nde Turizm Sektörü

2.6.2.1 Avrupa Birliği'nin Dünya Turizmindeki Yeri

Avrupa uzun zamandır turizm endüstrisinin merkezidir. Dünya turizm ölçeğindeki payı gittikçe azalmaktaysa da, Avrupa zenginliği ve çeşitliliği ile turistler için çekici bir bölge olmaya devam etmektedir. Çünkü dünyanın başka hiçbir yerinde bu kadar farklı kültürleri, tarihi ve ulusal zenginlikleri bir arada bulmak mümkün değildir. Avrupa yüzyıllardan beri seyahat ve yolculukların merkezi olmuştur.

1953 yılında Avrupa ve Akdeniz kıyısına gelen turist sayısı 376.000; elde edilen gelir 306 milyondur. 1954'de ise turist sayısı %11.7, turizm geliri ise %15 oranında artmıştır. Bu artış 1970'li yıllara kadar devam etmiştir. 1970'de enerji krizinden dolayı, bocalama yaşamış olmasına rağmen; 1971'de Avrupa dünya turizminin %71'ini, dünya turizm gelirlerinin %63'ünü kapsıyordu.

1980-1987 yılları arasında turizm hareketleri Avrupa Birliği'nde gelişme göstermiştir.

- Toplam geceleme sayısı %13.8 oranında artmıştır.
- Sınır girişleri %31.5 oranında artmıştır.
- Turizm gelirleri %31.9 oranında ve turizm harcamaları %24.6 oranında artmıştır.
- Konaklama birimlerinin kapasitesi %14.1 oranında artmıştır.

Turizm hacmindeki büyüme 1960-1990 yılları arasındaki rakamlarla daha iyi ifade edilebilirse, bu süre içinde AB'ni ziyaret eden yabancı turistlerin sayısı 69 milyondan 429 milyona 6 katı ve getirdiği gelirden 37 katına çıkmıştır. Eğer ulusal sınırlar içindeki hareketler de dahil edilirse, toplam turist sayısı daha da artar. OECD (Avrupa İktisadi ve İşbirliği Organizasyonu) ve WTO (Dünya Turizm Örgütü) verilerine göre ise, 1950 ve 1990 yılları arasında, AB'ne giriş yapan ziyaretçilerin senelik sayısında 17 milyondan 276 milyona 16 katlık bir artış görülmüştür. Bu sayılar bir AB ülkesinden diğerine yapılan seyahatleri de

içermektedir. Bu büyüme özellikle 1960 ve 1970'li yıllarda gerçekleşmiştir. 1980'li yıllarda görülen büyüme oranı ise daha düşüktür.

AB'ni ziyaret edenlerin sayısının son 10 yılda iki katına çıkmasına rağmen, dünya turizm pastasından Avrupa'ya düşen payın 1985'ten beri azaldığı belirtilmektedir. Özellikle 1986 yılında yaşanan Çernobil olayı, Amerikan turistlerinin yaşadığı terörizm korkusu, ekonomik büyümedeki düşüş, üye devletlerin para birimleriyle mukayese edildiğinde dolardaki %17.5 azalış gibi ekonomik fenomenler, AB'ne gelen Amerikalı turistlerin sayısının düşmesine neden olmuştur. Ayrıca Pasifik'te yer alan ülkelerde de turizmin gelişmesi Avrupa turizmini tehdit etmektedir. Hatta AB uzmanları yakın gelecekte gerçek bir baş aşağı gidiş yaşamaktan korkmaktadırlar, çünkü Avrupalıların Avrupa dışında yapılan seyahatlerinde net bir artış vardır. Avrupa dışına Avrupalıların yaptığı seyahatler 1967'de %3.4 iken, 1981'de %9.4'e , 1989'da %21'e ulaşmıştır.

Uzmanların bahsettiği adı geçen gelişmelerin nedenleri şunlardır;

- Ulaşımda bir devrim yapılmıştır ve turistik ürünlerin hepsi dünyanın her tarafına yayılmıştır. Gittikçe daha fazla para harcama imkanına sahip olan Avrupalıların ilgisini değişik cazibe merkezleri çekmektedir.
- Avrupalıların çoğu yüksek kalite beklemektedir ve en çok yolculuk yapan bir kıta olmalarına rağmen, Avrupa'da kalitenin yükselmediğini düşünmektedirler.
- AB'ne bağlı üye ülkelerin turizm otoriteleri de fiyat - kalite oranının gittikçe azaldığını, başka kıtaların turistik bölgelerinde turistlere sağlanan indirimlerin ve programların Avrupalı turistlere daha cazip geldiğini kabul etmektedirler.
- Kuzey Avrupa'dan Güney Avrupa'ya yönelen turistik hareket devam ederken, dünya turizm talebinde bir değişiklik göze çarpmaktadır. Turizm talebi çevreye duyarlı bir turizm yönünde gelişmektedir. Turizmden daha az güneş-deniz-kum talep edilmekte, esas olarak kültürel ve kırsal nitelikteki turizm çeşitlerine yönelme görülmektedir.

Avrupa pazarında yıllar içinde düşüş görülmesine rağmen, 1996 yılında da Avrupa dünyanın turist çeken en popüler kıtası olmaya devam etmiştir. 1996'da 351 milyon kişi Avrupa kıtasında uluslararası turizm hareketleri içinde yer almış ve 216.9 milyar \$ turizm geliri elde edilmiştir. Halen dünyanın en büyük sektörü olarak kabul edilen turizm AB'nin 2000 yılında en büyük ekonomik sektörünü oluşturacaktır. AB Ekonomik ve Sosyal Komitesi, başka hiçbir

aktivitenin turizm kadar kısa zamanda bu kadar büyüdüğünü ve çok kapsamlı etkileri olduğunu gözlemlemediğini ifade etmiştir. Avrupa Birliği tüm bölgelerde turizmi geliştirme konusunda birliğin üye ülkelerinin sayısını artırarak ve hava ulaşımını liberalleştirecek politikalara önem vererek önemli adımlar atmaktadır.

2.6.2.2 Turizm Sektörünün Avrupa Birliği Ekonomisindeki Yeri

Avrupa Birliği 9 trilyon dolarlık milli geliri ile dünyadaki toplam gelirin yaklaşık % 35'ini, 2 trilyon doları aşan ihracatla da dünya ticaret hacminin yaklaşık % 40'ını elinde bulundurmaktadır. Dünyanın en büyük ekonomik ve siyasi entegrasyonu olan AB, aynı zamanda dünyanın turistik açıdan en fazla ilgi çeken bölgelerinden birisidir.

Dünya Turizm Örgütü'nün 1999 yılı verilerine göre AB ülkelerini 275 milyon turist ziyaret etmiştir. AB'nin turist sayısı bakımından pazar payı % 42'dir. AB'nin turizm geliri ise 180 milyar dolardır. Bu, dünya turizm gelirlerinin % 40'ıdır. 1999 yılında 210 milyon AB vatandaşı bir başka ülkeyi ziyaret etmiş ve 165 milyar dolar harcama yapmışlardır. Bu toplam turizm harcamalarının % 36'sıdır. Dünyadaki her 3 turistten biri AB vatandaşıdır. AB ülkelerinde uluslararası standartta 9.5 milyon yatak bulunmakta olup, bu dünyadaki toplam konaklama kapasitesinin üçte birini oluşturmaktadır.

Uluslararası turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirin AB toplam milli geliri içindeki payı % 2 oranında olup, bu oran AB'nin en önemli turizm merkezlerinin bulunduğu İspanya'da % 5,8, Yunanistan'da % 5,7, Avusturya'da % 4,9 ve Portekiz'de % 4,7 oranında gerçekleşmektedir. Ülkemizde ise bu oran % 2,8'dir.

Turizm gelirlerinin toplam mal ihracatına oranı da AB ortalaması olarak % 8 olup, oran Yunanistan'da % 80'e, İspanya'da % 32'ye, Portekiz'de % 21'e ve Avusturya'da % 19'a kadar çıkmaktadır. Türkiye'nin turizmden elde ettiği gelirin ihracata oranı ise % 19,5 olarak gerçekleşmektedir.

AB genelinde turizm sektörünün yarattığı katma değer 500 milyar dolar civarında ve milli gelir içindeki payı yaklaşık % 5 oranında olup, bu oran Akdeniz havzasında yer alan AB ülkelerinde % 10'a kadar çıkmakta, ülkemizde ise % 3 civarında gerçekleşmektedir.

Turizm sektörünün toplam istihdam içindeki payı AB genelinde % 6 olup, bu ülkelerden Akdeniz havzasında yer alanlarda oran % 10'lara ulaşmakta, ülkemizde ise turizm sektörüncce yaratılan istihdam toplam istihdamın yaklaşık % 5'ine tekabül etmektedir.

Tüm olumlu gelişmelere karşın son yıllarda AB'nin Dünya turizmi içindeki payı giderek azalmakta, Güneydoğu Asya ve Pasifik ülkeleri turistik açıdan yükselen cazibe merkezleri haline gelmektedir. Yine de sektöre ilişkin orta ve uzun vadeli olumlu beklentilerin kaybedildiğini söylemek güçtür. Sanayileşmiş ülkelerde nüfusun yaşlanması, çalışma saatlerinin azalarak ücretli izinlerin artması, Uzak Doğunun özellikle Avrupa'ya yönelik turistik faaliyetlere katılma hususundaki isteklerinin canlılığı bu beklentinin temelinde yer alan en önemli unsurlardır. Kısa dönemli tatillerin sıklaşmasıyla genç ve emeklilerin daha yoğun biçimde turistik aktivitelere katılacakları öngörüsünün yanı sıra teknolojik gelişmeler sayesinde ulaşım ve haberleşme olanaklarının gelişerek fiyatlarının ucuzlaması olumlu beklentinin diğer önemli dayanaklarıdır.

2.6.2.3 Avrupa Birliği Turizm Politikası

Özellikle 2. Dünya Savaşından sonra hızla gelişerek daha geniş alanlara yayılan turizm, günümüzde kitlesel bir olgu haline gelmiştir. Gerek ulusal gerekse uluslar arası ekonomilerde turizm faaliyetlerinin yarattığı ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel etkiler bu sektöre verilen önemin artmasına sebep olmuştur.

Bugün uluslar arası turizm hareketlerinden büyük gelir sağlayan gelişmiş ülkelerin yanı sıra, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik sorunlarını çözümlemeye de son derece aktif ve dinamik etkiler yaratan turizm, önemli ölçüde gelir ve döviz girdisi sağlayan, sektörde geliştirilen yatırımlarla yeni istihdam imkanları yaratan, ekonomik hayata olduğu kadar sosyal ve kültürel yaşama da olumlu yansımaları olan bir sektör konumuna gelmiştir (Karauçak,1991).

1990'lı yılların başına kadar Avrupa Birliği'nin turizm sektörüne dönük ortak bir politika geliştirme çabası olmamıştır. Topluluk kurumları genelde turizm sektörünün bölgesel kalkınma ve istihdam yaratmadaki öneminin bilincinde olmalarına rağmen doğrudan bir sektörsel yaklaşımda bulunmamayı tercih etmişlerdir.

Bu alandaki faaliyetler daha ziyade turizm sektörü ile bağlantılı konular çerçevesinde ele alınmıştır. Diğer bir deyişle turizm sektörü topluluğun ulaştırma politikası, tüketicilerin korunmasına yönelik politikaları, KOBİ'lere yönelik çalışmaları ve genel olarak Avrupa tek pazarının gerçekleştirilmesinde izlediği politikalar kapsamında yer bulmuş, ancak başlı başına bir turizm politikası gerçekleştirmemiştir.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren baskı gruplarının etkisiyle Avrupa Birliği 90'lı yılların başlarından itibaren bu tutumunu terk ederek turizme sektörsel bir yaklaşım geliştirme doğrultusunda adımlar atmaya başlamıştır.

O güne kadarki tutumun savunucuları turizm sektörünün yapı itibarıyla zaten Birliğin birçok politikasında, teşvik programlarında ve etkinliklerinde şu veya bu şekilde yer bulduğu ve bu nedenle de başlıca bir turizm politikasının gereksiz olduğu tezinden yola çıkmışlardır.

Turizm politikası oluşturulmasının doğru olup olmayacağı konusu AB Komisyonu tarafından hazırlanan "Turizm Politikası Konusunda Yeşil Kitap" adlı rapor bazında geniş bir tartışmaya konu olmuştur. Bu tartışmalar günümüzde halen sürmektedir ve Avrupa Birliği'nin gelecekte turizm sektörünü doğrudan hedef alan politikalarının belirlenmesi konusunda henüz konsensüs sağlanamamıştır. Ancak AB Komisyonu turizm sektörünün öneminin bilincindedir ve gelecekte ortak turizm politikası yaratma ihtimali güçlenecektir.

Avrupa Birliği'nin ortak turizm politikası geliştirme tartışmalarında turizmin özellikle kültürler arası yakınlashmada oynadığı rol vurgulanmaktadır. Avrupa Birliği, turizme yönelik teşvik programları geliştirirken başlıca hedeflerinden birisinin "Avrupalılık" kimliğinin vurgulanması ve bu kimliğin AB vatandaşları tarafından benimsenmesi olduğunu açıkça belirtmektedir. Bu çerçevede turizm çok kültürlülüğün ve toplumlar arası yakınlashmanın en önemli araçlarından biri olarak görülmektedir.

2.6.2.4 Avrupa Birliği Turizm Teşvik Politikası

Avrupa Birliği'nin turizm teşvik politikasını ikiye ayırmak mümkündür. Bunlar; AB'nin doğrudan turizmi hedef alan küçük bütçeli teşvik programları (eğitim, kültür, çevre koruma gibi) ile Yapısal Fon ve Avrupa Yatırım Bankası gibi kaynaklardan elde edilen, doğrudan turizmle ilgili olmayan, ancak ulaştırma, haberleşme ve diğer altyapı yatırımları gibi turizm

sektörü için hayati öneme sahip yatırımları finanse etmekte kullanılan ve büyük miktarlara ulaşan teşviklerdir.

Bunların dışında Avrupa Birliği ülkelerinin turizm üstyapısı için kendi bünyelerinde devlet teşviki uygulamaları da mümkündür. Bu tür teşvikler tesis inşaatına verilen yatırım teşviklerinden, modernizasyon ve turistik faaliyetlerin iyileştirilmesine kadar uzanan geniş bir yelpazeyi kapsayabilmektedir. Devlet teşvikleri; hibe, uzun vadeli krediler, faiz sübvansiyonu gibi finansal ya da vergi muafiyeti, yatırım/amortisman indirimi, gümrük vergisi muafiyeti gibi mali teşviklerden oluşmaktadır.

AB, turizm sektörünü önemli bir kalkınma aracı, teşvikleri de kalkınmayı gerçekleştirmede önemli bir itici güç olarak görmektedir. Tarım alanındaki istihdamı azaltmayı hedefleyen AB, tarımdan gelecek işgücünü turizme yönlendirmeyi planlamaktadır. Turizm, nispeten geri kalmış bölgelerde yaşam standardının yükseltilmesi için bir çözüm olarak görülmektedir. Turizm AB içinde gerçekleştirilmesi düşünülen yapısal değişikliklerin temel taşlarından birini oluşturmakta, bu bağlamda Birliğe bağlı ülkeler gerek AB kaynakları, gerekse kendi kaynaklarından sağladıkları fonlarla turizm sektörü için etkin bir teşvik sistemine sahip bulunmakta, mevcut sistemi daha da geliştirmek için çalışmalarını sürdürmektedirler.

Bazı Avrupa ülkelerinde uygulanmakta olan turizm teşviklerini şu şekilde özetleyebiliriz (Dedeman, 2007):

- Portekiz'in turizm alanında uyguladığı teşviklere bakıldığında ilk dikkat çeken husus, yatırım maliyetleri göz önüne alındığında %20'den %70'e varan oranda karşılıksız hibe verilmesidir. Yatırımcıya, yapacağı yatırımın %75'ine kadar, 5-15 yıl vadeli, 1-5 yılı ödemesiz krediler verilmektedir. Söz konusu kredilerin genellikle piyasa faiz haddinin 15-30 puan altında seyretmesi yatırımcı açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır. Portekiz'de ayrıca, leasing bedelinin ilk yıl %30'u, ikinci yıl %15'i kadar bir leasing sübvansiyonu da sağlanmaktadır. Bunun haricinde sektördeki KOBİ'lere de özel destek verilmektedir.
- Yunanistan, turizm yatırımlarında yatırımcısına, bölgelere göre yatırım maliyetinin %20 ile %40'ı arasında karşılıksız hibe imkanları sağlamaktadır. Leasing sübvansiyonunun, leasing bedelinin yine %20 ile %40'ı arasında uygulandığı

Yunanistan'da, Portekiz'den farklı olarak turizm alanında hibe imkanları tanınmamaktadır. Buna karşılık %60 ile %100 arasında yatırım indirimi uygulaması yapılmakta ve ayrıca her yeni iş için istihdam maliyetinin %15'i ile 35'i kadar sübvansiyon sağlanmaktadır.

- İspanya, Portekiz'deki uygulamaya benzer bir biçimde turizm yatırımlarına yönelik yatırımcısına, yatırımın yapıldığı bölgeye göre %20 ile %50 arasında değişen oranlarda karşılıksız hibe imkanı sağlamaktadır. Ancak bu ülkede turizm yatırımcıları kredi ve leasing sübvansiyonundan yararlandırılmamaktadır. Bununla birlikte, her yeni işgücü için sosyal güvenlik primlerinin %20'si ile %65'inin muaf tutulması, sektördeki KOBİ'lere özel destek sağlanması ve personel eğitimine destek gibi kolaylıklar sistemdeki temel teşvik mekanizmaları olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Polonya, Portekiz ve İspanya gibi yatırımcısına karşılıksız hibe yardımı sağlayan ülkeler arasında yer almaktadır. Hibe uygulamaları, üst yapı için %15 ile %25, alt yapı yatırımlarında ise %50'ye varan oranda gerçekleştirilmektedir. Ayrıca her yeni iş için 4000 Euro istihdam teşviki, başına 1150 Euro eğitim desteği ve %40 ile %65 oranında yatırım indirimi uygulanan ülkede, bu teşviklerin haricinde gümrük vergisi ve diğer bazı yerel vergilere ilişkin istisnalar da yer almaktadır.
- Macaristan, turizm alanında yapılan termal tesislere %33 ile %50 arasında, konaklama tesislerine ise %25'e kadar karşılıksız hibe vermektedir. Bunun dışında her yeni iş için 3000 Euro istihdam teşviki, %50 yatırım indirimi ve ayrıca bölgesel vergi istisnaları gibi ayrıcalıklar uygulanmaktadır.

Görüldüğü gibi, özellikle rakibimiz konumundaki bazı Avrupa Birliği ülkelerinde turizm yatırımları halen teşvik kapsamında olup, devlet bu alanda yatırımcıya ağırlıklı olarak faiz sübvansiyonlu uzun dönemli kredi yatırım indirimi ve nakdi teşviklerden oluşan geniş yelpazeli bir teşvik politikası uygulamaktadır.

Ülkemizde ise, turizm yatırımlarında verimli teşvik mekanizması özellikle 1985-1991 yılları arasında uygulanmıştır. Söz konusu dönemde turizm yatırımları uzun vadeli, düşük faizli krediler ve hibe türü nakdi teşvikler ile desteklenmiştir. Bugün dünya standartlarında olmaları ile övülen konaklama tesislerinin büyük bir kısmı 1985-1991 yılları arasında uygulanan

teşvik sisteminin ürünüdür. Ancak günümüzde hibe ve yatırım indirimi mekanizmalarının da yürürlükten kaldırılması ile teşvik uygulamaları son derece sınırlı hale gelmiştir. Avrupa Birliği ülkelerinin çoğunda turizm alanında verilen teşvikler günümüzde varlığını korurken, Türkiye'de söz konusu teşviklerde geline nokta ülkemizin turizm alanındaki rekabet gücünü olumsuz yönde etkilemektedir. Avrupa Birliği ülkelerinin turizmi teşvik alanında benimsedikleri bu yaklaşımın ülkemizde de benimsenmesi turizm sektörünün gelişimi açısından önem taşımaktadır (Oktayer, 2007).

Turizm sektörünü doğrudan hedef alan çalışmalara Avrupa Birliği 90'lı yıllarda başlamıştır. Burada öncelik turizmin özellikle istihdam yaratıcı alanlarına verilmiştir. Avrupa Birliği Komisyonu'nun turizm sektörünü doğrudan hedef alan ilk geniş kapsamlı teşvik programı çalışması 'PHILOXENIA' programı adı altında hazırlanmıştır. Bu program aşağıda sayılan alanlarda işbirliğini hedeflemiştir:

- Turizm sektörüne ilişkin veri tabanı oluşturmaya yönelik çalışmalar: İstatistik alanında işbirliği, rapor ve araştırmaların gerçekleştirilmesi, sektöre ilişkin bir araştırma ve dokümantasyon ağının oluşturulması ve AB'nin sektörü etkileyen yasama faaliyetlerinin düzenli şekilde izlenerek değerlendirilmesi
- Turizm sektörünün mali ve yasal çerçevesinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar: Avrupa çapında işbirliğin geliştirilmesi, bu konuya ilişkin teknik toplantı, konferans ve forumların düzenlenmesi
- Avrupa turizminde kalitenin yükseltilmesine yönelik çalışmalar: Turizm işletmelerinin başta çevre olmak üzere, çeşitli konularda kalite düzeyinin arttırılmasını hedefleyen projeler ve know-how alışverişini sağlayan networkların oluşturulması, iki yılda bir 'Çevre Turizm Ödülü' verilmesi
- Turizmin yaygınlaştırılmasına ve önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik çalışmalar: Bu alanda özürllüler, yaşlılar ve gençler gibi belirli turist kategorilerinin turizmde karşılaştıkları engellerin tespiti ve bunların ortadan kaldırılması için ortak inisiyatiflerin geliştirilmesi

- Avrupa'nın turizm merkezi olarak diğer pazarlarda tanıtılmasına yönelik çalışmalar: Tanıtım kampanyaları, turizmin henüz gelişmediği bölgelerin tanıtılması
- AB Komisyonunun ağırlık verdiği bir diğer alan ise turizm sektörüne ilişkin karşılaştırılabilirlik sağlıklı istatistik verilerin toplanabilmesi. Bu alanda Komisyon tarafından geliştirilen metodoloji, Akdeniz Ülkeleri ve Doğu Avrupa'yı da kapsayarak benimsenip uygulanması için çalışmalar sürdürülmektedir (Şen, 1998).

2.6.3 Türkiye'de Turizm Sektörü

1945'li yıllara kadar lüks bir ihtiyaç olarak kabul edilen, ancak 1960'lı yıllardan sonra kültürel bir hareket olarak kendini gösteren turizm, günümüzde ise günlük sosyo-ekonomik hayatın zorunlu bir ihtiyacı olarak kabul edilmektedir. Özellikle son yıllarda, ülke ekonomilerinin karşılaştığı ekonomi temelli sorunların aşılmasında en etkin endüstrilerden biri haline gelmiştir. Turizm endüstrisi özellikle gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarını tamamlayabilmeleri için ihtiyaç duyulan döviz sağlama, ülkede üretim çeşitliliğini artırması ve istihdam yaratması bakımından çok önemlidir. Turizmin ekonomik etkileri Türkiye açısından değerlendirildiğinde; ihracata kıyasla minimum destekle yurtdışından sağladığı döviz geliri, yurt içinde yarattığı katma değer, istihdam gücü ve diğer sektörler katkılar ile makro ekonomik açıdan üstünlükleri olan bir sektör olduğu görülmektedir (Kar vd., 2004). Bu açıdan özellikle Türkiye gibi, dünya turizm pazarındaki gelişmelere cevap verebilecek nitelikte turizm çekiciliklerine sahip ancak ekonomisi kırılgan ülkeler açısından turizm endüstrisinin önemi çok daha fazla olmaktadır.

Gerek dünyada ve gerekse ülkemize yönelik bilimsel araştırmalar incelendiğinde, turizm endüstrisindeki büyümenin ülke ekonomileri üzerinde olumlu etkileri olduğu görülmektedir. Dolayısıyla turizm endüstrisinin ülke ekonomileri üzerindeki olumlu etkilerinin akademisyenler ve uygulamacılar tarafından ortaya konmasına yönelik birçok çalışmanın yapıldığı bilinmektedir. Dünyadaki gelişmelere paralel olarak özellikle 1980'li yıllardan itibaren alınan tedbirler, sağlanan teşvikler ve uygulanan politikalar ile çok sayıda yerli-yabancı turistik tesis inşa edilmiş, değişen tüketici taleplerine cevap verecek bir turizm alt yapısı oluşturularak ülkemizde de turizm endüstrisi, çok hızlı bir şekilde gelişmiştir. Türkiye'nin rekabet gücü en yüksek endüstrisi

turizm sadece cari açık sorununu çözmek için değil, istihdamı artırmak, hatta tanıtmak için turizm, çok önemli bir endüstri konumundadır. Turizm, Türkiye'yi ödemeler bilançosu içinde ihracattan sonra ikinci büyük döviz geliri sağlayan faaliyet konumuna yükselmiş ve endüstri içinde 38 sektörü doğrudan etkilemektedir.

Türkiye'de turizm endüstrisinin oluşması aslında 1963 yılında başlamış ancak çağdaş bir turizm yapılanmasının gerçekleşmesi doğrultusundaki gerçekçi adımlar 1980'li yıllarda atılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 1980'li yıllarda Türkiye'nin dünya turizm pastasından aldığı gelir %0,3 iken, 1991 yılında bu pay %1,25'e, 2000 yılında ise %1,59'a yükselmiştir. Aynı şekilde 1983-1991 yılları arasında verilen teşviklerin sonucunda 1980 yılında 511 olan turizm belgeli işletme sayısı 1991 yılında 1260'a, 82 bin olan yatak sayısı da 498 bine yükselmiştir. 1990-2000 yılları arasında ise yatak sayısı 568 bine yükselmiştir. 1980-1990 arasında tesis ve yatak sayısı %120 dolayında artış gösterirken, 1992 yılından itibaren turizm sektöründeki teşviklerin azaltılması sonucunda 1990-2000 yılları arasında ancak %10'luk bir artış göstermiştir.

Özet olarak, 1980-2005 yılları arasında Türkiye turizminin gelişimi aşağıdaki gibidir (9. Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu,2006):

- 1980 yılında 1.228.000 olan ülkeye gelen yabancı sayısı, 17,6 kat artarak 2005 yılında 21.122.798 kişiye ulaşmıştır.
- 1980 yılında 400 milyon ABD Doları olan turizm geliri, 45 kat artarak 2005 yılında 18 milyar Amerikan Dolarına erişmiştir.
- Turizm gelirlerinin GSMH içerisindeki payı 1980'de %0,7 iken, 2005 yılında %5,5'e yükselmiştir.
- Turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı 1980'de %13,8 iken, 2005 yılında %24,5'e ulaşmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2020 yılı hedefi ise 60 milyon turist ve 50 milyar dolarlık bir gelirdir.

Türk Turizm Yatırımcıları Derneği ise, önümüzdeki 10 yıllık dönemi kapsayan "Turizmde İkinci Hamle Projesi"ni hazırlayarak temel hedef ve politikaları saptamıştır. 2010 yılı asgari hedeflerini 25 milyon turist, 20 milyar \$ gelir olarak belirleyen bu proje,

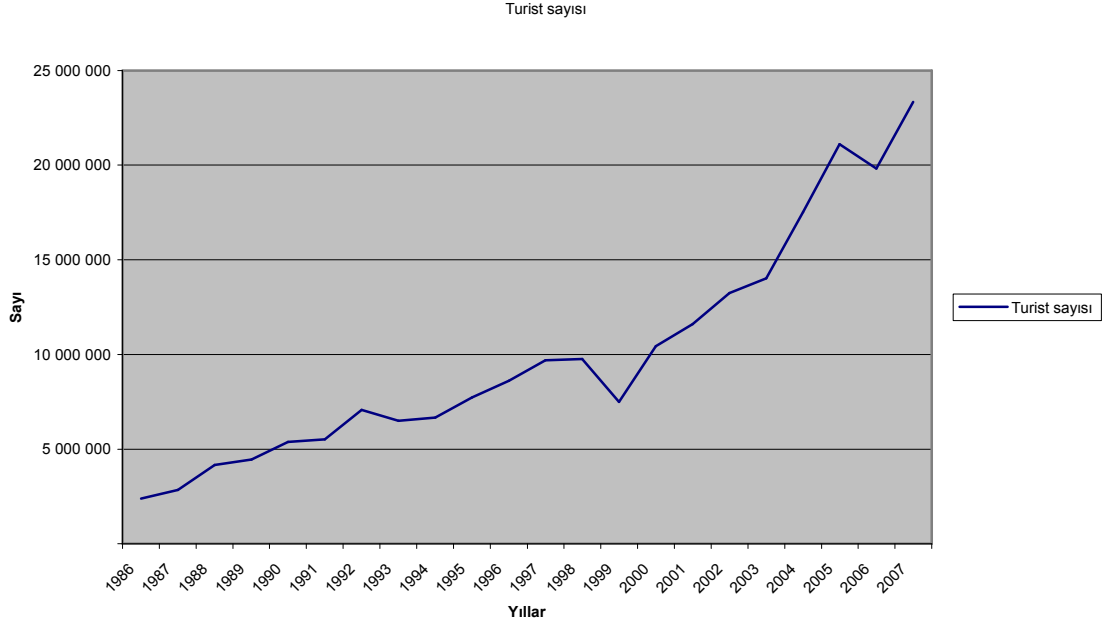
birbirini tamamlayan üç ana unsur (üstyapı ve altyapı yatırımları ile tanıtma) üzerine kurulmuştur. Toplam yatırım tutarı 13 milyar 250 milyon \$ olarak hesaplanan projede 7,5 milyar \$ üstyapıya, 3 milyar \$ altyapıya, 2,75 milyar \$'da tanıtımaya ayrılmıştır. Ana hedeflerden biri, uluslararası konaklama kapasitesini 1 milyona çıkartmaktır. Turizmde İkinci Hamle Projesi'nde öngörülen 13 milyar 250 milyon dolarlık harcama karşılığında Türk ekonomisine sağlanacak minimum katkılar şöyledir:

- 2010' a dek toplam 200 milyon yabancı turist misafir edilecek ve toplam 180 milyar dolarlık döviz geliri elde edilecektir.
- Turizmde 1 \$ döviz geliri, 1 \$ katma değer yaratmaktadır. Buna göre sektörün 10 yılda yaratacağı katma değer 180 milyar \$ olacaktır.
- % 5' e düşeceği varsayılan KDV, kurumlar vergisi, vergi stopajları ve muhtasar ile ödenecek toplam vergi miktarı toplam 40 milyar \$ olacaktır.

En önemli sonuç ise, 2010 sonunda her sene asgari 20 milyar \$ döviz girdisi, 20 milyar \$ katma değer sağlayan, 3 milyona ulaşan çalışanıyla toplam istihdamın %10'unu yaratan, milli gelirin % 6-7'sini oluşturan, mal ihracatının en az % 40'ı kadar döviz girdisi üreten sürekli, sürdürülebilir, sağlam bir sistem kurulmuş olacaktır (Varlier, 2002).

2.6.3.1 Türkiye’de Turizm Sektörü İstatistikleri

Şekil 2.3’de görüldüğü üzere, Türkiye’ye gelen turist sayısı istikrarlı bir biçimde artmaktadır. 2005 yılında 20 milyonu aşan turist sayısı, özellikle turizm teşvik kanununun yürürlüğe konmasıyla birlikte 1980’lerin ortasından itibaren büyük bir ivme yakalamıştır. Türkiye, son 30 yılda turist sayısını 17 kat artırmıştır. 2004 yılında gelişmiş ülkelerde %4-5 olan büyüme oranı, Türkiye’de %20 olmuştur.



Şekil 2.3 Yıllar itibariyle Türkiye'ye gelen turist sayıları (www.kultur.gov.tr)

Çizelge 2.3 Yıllara göre turizm belgeli konaklama tesislerinin sayısı (www.kultur.gov.tr)

YILLAR Years	TURİZM YATIRIMI BELGELİ Tourism Investment Licenced			TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ Tourism Operation Licenced		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
	Number of Establishments	Number of Rooms	Number of Beds	Number of Establishments	Number of Rooms	Number of Beds
1980	267	13 019	26 288	511	28 992	56 044
1981	278	15 159	30 291	529	30 050	58 242
1982	339	18 172	36 332	569	32 011	62 372
1983	376	21 410	43 425	611	33 694	65 934
1984	412	26 372	53 615	642	34 666	68 266
1985	501	34 251	71 521	689	41 351	85 995
1986	638	48 615	101 383	731	44 342	92 129
1987	892	73 537	153 786	834	51 040	106 214
1988	1 268	105 736	218 445	957	58 914	122 306
1989	1 662	139 497	288 896	1 102	70 603	146 086
1990	1 921	156 702	325 515	1 260	83 953	173 227
1991	1 987	158 379	331 711	1 404	97 260	200 678
1992	1 938	148 017	309 139	1 498	105 476	219 940
1993	1 788	132 395	276 037	1 581	113 995	235 238
1994	1 578	114 913	240 932	1 729	128 065	265 136
1995	1 334	96 517	202 483	1 793	135 436	280 463
1996	1 309	96 592	202 631	1 866	145 493	301 524
1997	1 402	110 866	236 632	1 933	151 055	313 298
1998	1 365	116 286	249 125	1 954	151 397	314 215
1999	1 311	114 840	245 543	1 907	153 749	319 313
2000	1 300	113 452	243 794	1 824	156 367	325 168
2001	1 237	106 683	229 047	1 998	177 371	368 819
2002	1 138	102 972	222 876	2 124	190 327	396 148
2003	1 130	111 894	242 603	2 240	202 339	420 697
2004	1 151	118 883	259 424	2 357	217 664	454 290
2005	1 039	128 005	278 255	2 412	231 123	483 330
2006	869	123 326	274 687	2 475	241 702	508 632
2007	776	112 541	254 191	2 514	251 987	532 262

Şekil 2.3’de de görüldüğü gibi, Türkiye’ye gelen turist sayısındaki artışa paralel olarak turizm belgeli konaklama tesislerinin sayıları da istikrarlı bir biçimde artış göstermiştir. Elbette ki, gelen turist sayısı, konaklama tesisleri sayısı ve elde edilen gelirlerin dünyada meydana gelmiş olan küresel krizlerden veya Türkiye’de meydana gelen krizlerden etkilenmediğini söylemek güçtür. Fakat, krizin etkileri çabuk atlatılıp, sektördeki pozitif yöndeki ivmelenme devam etmiştir.

Turist sayısındaki artış, endüstrinin gelişimi açısından önemli bir gösterge olarak kabul edilebilir. Ancak, turizm endüstrisinin ekonomiye katkısını değerlendirebilmek için, turizm gelirlerinin yıllar itibariyle izlediği seyrin de incelenmesi gerekir.

YILLAR	GAYRİSAFİ MİLLİ HASILA		GELİR (X)	TURİZM GELİRLERİNİN GSMH İÇİNDEKİ PAYI (%)
	Gross National Product		Receipts	
Years	MİLYON TL. Million TL	MİLYON \$ Million \$	MİLYON \$ Million \$	% Share of Tourism Receipts in the Gross National Product
1965	76 726,3	8 525,1	13,8	0,2
1966	91 419,0	10 157,7	12,1	0,1
1967	101 480,6	11 275,6	13,2	0,1
1968	163 892,7	12 499,3	24,1	0,2
1969	183 356,2	13 877,0	36,6	0,3
1970	207 814,8	9 951,3	51,6	0,5
1971	261 072,6	12 969,9	62,9	0,5
1972	314 139,6	17 200,7	103,7	0,6
1973	399 088,6	22 130,7	171,5	0,8
1974	537 677,6	30 507,0	193,7	0,6
1975	690 900,8	37 598,0	200,9	0,5
1976	868 065,8	41 283,5	180,5	0,4
1977	1 108 270,7	49 177,1	204,9	0,4
1978	1 645 968,5	53 690,7	230,4	0,4
1979	2 876 522,9	52 962,2	280,7	0,5
1980	5 303 010,2	57 198,3	326,7	0,6
1981	8 022 745,3	46 087,2	381,3	0,8
1982	10 611 859,2	52 853,0	370,3	0,7
1983	13 933 008,1	50 153,5	411,1	0,8
1984	22 167 739,9	48 986,5	840,0	1,7
1985	35 350 318,4	52 597,6	1 482,0	2,8
1986	51 184 759,3	75 173,0	1 215,0	1,6
1987	75 019 388,1	85 979,0	1 721,1	2,0
1988	129 175 103,7	90 460,0	2 355,3	2,6
1989	230 369 937,1	107 544,0	2 556,5	2,4
1990	397 177 547,4	150 758,0	3 225,0	2,1
1991	634 392 841,0	150 168,0	2 654,0	1,8
1992	1 103 604 909,0	158 122,0	3 639,0	2,3
1993	1 997 322 597,4	178 715,0	3 959,0	2,2
1994	3 887 902 917,0	132 302,0	4 321,0	3,3
1995	7 854 887 167,0	170 081,0	4 957,0	2,9
1996	14 978 067 283,0	183 601,0	5 962,1	3,2
1997	29 393 262 147,0	192 383,0	8 088,5	4,2
1998	53 518 331 580,0	206 552,0	7 808,9	3,8
1999	78 282 966 809,0	185 267,0	5 203,0	2,8
2000	125 596 128 755,0	200 002,0	7 636,0	3,8
2001	176 483 953 021,0	145 693,0	10 066,5	6,9
2002	273 463 167 796,0	180 892,0	11 900,9	6,6
2003	356 680 888 000,0	239 235,0	13 203,1	5,5
2004	430 511 476 967,0	300 578,0	15 887,7	5,3
2005	486 401 032 274,0	360 876,0	18 153,5	5,0
2006	575 783 962 136,0	399 673,0	16 850,8	4,2

Şekil 2.4 Turizm gelirinin GSMH içindeki payı (www.kultur.gov.tr)

{ 1 000 000 \$ }

YILLAR	İHRACAT	TURİZM GELİRLERİ	TURİZM GELİRLERİNİN İHRACAT GELİRLERİNE ORANI (%)	İTHALAT	TURİZM GİDERLERİ	TURİZM GİDERLERİNİN İTHALAT GİDERLERİNE ORANI (%)
Years	Exports	Tourism Receipts	Rate of Tourism Receipts in the Export Earnings (%)	Imports	Tourism Expenditure	Rate of Tourism Expenditure in the Import Expenses (%)
1964	411,0	8,3	2,0	537,0	21,8	4,1
1965	464,0	13,8	3,0	572,0	24,3	4,2
1966	490,0	12,1	2,5	718,0	26,3	3,7
1967	523,0	13,2	2,5	685,0	26,8	3,9
1968	496,0	24,1	4,9	764,0	33,4	4,4
1969	537,0	36,6	6,8	801,0	42,2	5,3
1970	588,0	51,6	8,8	948,0	47,7	5,0
1971	677,0	62,9	9,3	1 171,0	42,2	3,6
1972	835,0	103,7	12,4	1 563,0	59,3	3,8
1973	1 317,1	171,5	13,0	2 086,0	93,0	4,5
1974	1 532,2	193,7	12,6	3 777,6	151,8	4,0
1975	1 401,1	200,9	14,3	4 738,7	155,0	3,3
1976	1 960,0	180,5	9,2	5 128,0	207,9	4,1
1977	1 753,0	204,9	11,7	5 796,3	268,5	4,6
1978	2 288,0	230,4	10,1	4 599,0	102,5	2,2
1979	2 261,2	280,7	12,4	5 069,4	95,1	1,9
1980	2 910,1	326,7	11,2	7 909,4	114,7	1,5
1981	4 702,9	381,3	8,1	8 933,4	103,3	1,2
1982	5 746,0	370,3	6,4	8 842,7	108,9	1,2
1983	5 727,8	411,1	7,2	9 235,0	127,3	1,4
1984	7 133,6	840,0	11,8	10 766,9	276,8	2,6
1985	7 958,0	1 482,0	18,6	11 343,4	323,6	2,9
1986	7 456,7	1 215,0	16,3	11 104,8	313,6	2,8
1987	10 190,0	1 721,1	16,9	14 158,0	447,7	3,2
1988	11 662,0	2 355,3	20,2	14 335,4	358,0	2,5
1989	11 624,7	2 556,5	22,0	15 792,1	565,0	3,6
1990	12 959,3	3 225,0	24,9	22 302,1	520,0	2,3
1991	13 593,5	2 654,0	19,5	21 047,0	592,0	2,8
1992	14 714,6	3 639,0	24,7	22 871,1	776,0	3,4
1993	15 345,1	3 969,0	25,8	29 428,4	934,0	3,2
1994	18 105,9	4 321,0	23,9	23 270,0	866,0	3,7
1995	21 637,0	4 957,0	22,9	35 709,0	912,0	2,6
1996	23 225,5	5 962,1	25,7	43 626,6	1 265,0	2,9
1997	26 261,1	8 088,5	30,8	48 558,7	1 716,0	3,5
1998	26 974,0	7 808,9	28,9	45 921,4	1 753,9	3,8
1999	26 587,2	5 203,0	19,6	40 671,3	1 471,0	3,6
2000	27 774,9	7 636,0	27,5	54 502,8	1 711,0	3,1
2001	31 334,2	10 066,5	32,1	41 399,1	1 738,0	4,1
2002	35 081,1	11 900,9	33,9	51 553,8	1 880,0	3,7
2003	46 877,6	13 203,1	28,2	69 339,7	2 113,3	3,1
2004	63 167,0	15 887,7	25,1	97 539,8	2 524,0	2,6
2005	73 476,4	18 153,5	24,7	116 774,2	2 870,4	2,5
2006	85 534,7	16 850,8	19,7	139 576,2	2 742,3	2,0
2007	107 153,9	18 487,0	17,3	169 986,9	3 259,6	2,0

Şekil 2.5 Turizm gelirinin ihracat gelirleri ve turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı
(www.kultur.gov.tr)

Şekil 2.4'te görüldüğü üzere, turizmin ulusal gelir içindeki payı, 1984 yılına kadar olan süreçte %0,8 düzeyinde kalmıştır. 1984 yılından sonra ise hibe şeklindeki teşviklerin de etkisiyle turizm yatırımları artırılmak suretiyle turizm gelirlerinde önemli bir artış sağlanabilmiştir. Turizmden sağlanan döviz gelirlerindeki en ciddi düşüşler 1991 ve 1999

yıllarında yaşanmıştır. 1991 yılında patlak veren Körfez Savaşı ve 1999 yılında yaşanan büyük Marmara depremi, söz konusu gelir azalışlarına yol açan temel faktörlerdir.

Türkiye’de turizm gelirleri, Turizm Bakanlığı’nın yeni kurulduğu 1964 yılında 8,3 milyon dolar iken, 1991 yılında 2,6 milyar dolar seviyesine çıkmıştır. 2007 yılında ise, 18 milyar doları aşmıştır.

Tüm bunlara paralel olarak turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı ve ihracat gelirlerine oranı da dalgalı bir artış kaydetmiştir. Söz konusu dalgalanma, turizm gelirlerine bağlı olduğu gibi, zaman zaman da milli gelir düzeyindeki iniş çıkışlardan kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı da azalmıştır. Öyle ki, 1965 yılında %4,2 olan oran; 1985’te %2,9’a, 2007’de ise %2,0’a inmiştir.

Sonuç olarak, ülkemizin kalkınma sürecinde gerekli yatırımların yapılabilmesi için yatırım malı, sınai hammadde ve ara malların büyük bir bölümünün ithal edilmesi zorunluluğu olduğundan dış ticaret dengesi sürekli ve önemli miktarlarda açık vermektedir. Bu gelişmelerin neden olduğu döviz darboğazının aşılmasında ithalatın kısılması piyasada durgunluk yaratıp; yatırımları ve istihdamı olumsuz yönde etkileyeceğinden, ihracatın arttırılması ya da döviz getiren diğer kaynakların geliştirilmesi gerekmektedir. Turizm, bu aşamada cari işlemler dengesini olumlu yönde etkilediğinden önem kazanmaktadır. Bu nedenle, gelişmekte olan birçok ülke, turizmi geliştirilmesi gereken ilk ve önemli sektör olarak görmektedir. Birçok ülkede turizmi geliştirme düşünce ve çabalarının temel çıkış noktası, döviz getirisi sağlamak olmuştur. Resmi turizm politikalarının belirlenmesinde ödemeler bilançosu sorunları önemli rol oynamaktadır (Cleverdon, 1982). Turizm, yabancı sermayeye olan bağılılıklarını azaltmak isteyen gelişmekte olan ülkeler açısından, önemli üstünlükler taşıyan bir ekonomik faaliyettir.

2.6.3.2 Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri

1960’lı yıllarda binde 6 düzeyinde olan turizm yatırımlarının günümüzde yüzde 6’lar düzeyine gelmesinde devlet tarafından sağlanan teşvik ve kolaylıkların rolü büyüktür. Belirli ekonomik faaliyetlerin diğerlerine göre daha fazla ve daha hızlı gelişmesini sağlamak amacıyla, kamu kesimi tarafından çeşitli yöntemlerle verilen maddi ve gayri maddi destek, yardım ve özendirme olarak tanımlanan teşvikler yatırımların maliyetini azaltan veya kârlılığını artıran

uygulamalardır (Çiloğlu, 1997; Serdengeçti, 2000). Bu çerçevede yatırım teşvikleri; bölgelerarası dengesizlikleri gidermek, sermayeyi tabana yaymak, istihdamı artırmak, katma değeri yüksek ileri ve uygun teknolojilerin kullanılmasını sağlamak ve uluslararası rekabet gücünü artırmak amaçlarıyla uluslararası yükümlülüklerin de dikkate alınması koşulu ile yatırımların kamu tarafından desteklenmesini ifade etmektedir. Tanımdan anlaşılacağı üzere, devletçe sağlanan ekonomik teşviklerin temelinde, kaynakların, ülke ekonomisi açısından daha yararlı olduğu kabul edilen alanlara yönlendirilmesi anlayışı bulunmaktadır. Bu bağlamda teşvik politikaları, ülkelerin zaman içerisindeki gelişmelerine paralel olarak, ihracata, yatırımlara, demografik yapıya ve uygun görülen diğer alanlara öncelik verilmek suretiyle farklı yönlerde şekillenebilmektedir (ATO, 2000). Teşvik uygulamalarının temel amacı, yatırımların maliyetlerini düşürmek, firmaların finansman ihtiyaçlarını hafifletmek, uygulamada kolaylıklar sağlamak ve karlılığı artırmak suretiyle özel kesim yatırımlarını kalkınma planlarında belirlenen sektör ve bölgelere kaydırmaktır.

Devlet tarafından sağlanan yatırım teşvikleri, teşviklerin amaçlarına, araçlarına, kapsamlarına, veriliş aşamalarına ve kaynaklarına göre çeşitli şekillerde sınıflandırılabilmeyle birlikte temelde beş başlık altında bir gruplamaya gidildiği görülmektedir. Buna göre teşvik araçları; nakdi teşvikler, nakit dışı teşvikler, vergisel teşvikler, garanti ve kefaletler ile diğer teşviklerden oluşmaktadır (Duran, 2003).

Daha önce de ifade edildiği gibi, turizm alanındaki yatırımlar başlangıç aşamasında devletin öncülüğünde gerçekleştirilmekte olup, bu aşamada daha çok alt yapı yatırımlarına ağırlık verilmektedir. Alt yapı yatırımlarının belirli bir aşamaya gelmesinin ardından çoğunlukla özel kesim devreye girmekte ve bu aşamada üst yapı olarak da adlandırılan yatırım faaliyetleri yoğunluk kazanmaktadır. Altyapı yatırımlarının belirli bir olgunluğa erişmesinin ardından, özel kesimin toplam turizm yatırımlarındaki payı artmakla beraber, söz konusu süreç yine devletçe sağlanan destek ve teşviklerle işlemektedir.

Turizm yatırımları normal koşullarda geri dönüşü uzun yıllar alan, sermaye/hasıla oranı yüksek, siyasal, sosyal, doğal ve ekonomik olaylara karşı son derece duyarlı ve kırılgan bir yapıya sahip olmaları nedeniyle özel kesim yatırımcıları açısından oldukça riskli yatırımlardır (Ataer, vd., 2003). Turizm alanında ortaya çıkan bu tablo, devletleri, turizmin gelişmesini sağlamaya yönelik olarak, özel sektör için riskli kabul edilen bu yapının yarattığı

olumsuzlukları en aza indirerek, turizmi yatırım yapılabilir cazip bir alan haline getirmeye yönlendirmektedir.

Türkiye'de turizm alanında sağlanan teşvikleri iki temel başlık altında incelemek mümkündür. Bunlardan ilki genel teşvik mevzuatı çerçevesinde sağlanan teşvikler, ikincisi ise devletin doğrudan doğruya turizme yönelik olarak gerçekleştirdiği teşvik uygulamalarıdır.

Birçok dünya ülkesinde olduğu gibi Türkiye'de de devlet, ulusal tasarrufları katma değeri yüksek, ileri teknoloji kullanan yatırımlara yönlendirmek, istihdam yaratmak, yatırım eğiliminin devamlılığını ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmek ve bölgelerarası dengesizliklerin giderilmesini sağlamak üzere ülkedeki özel yatırımları belirli şartlar altında teşvik etmektedir. Genel teşvik mevzuatı çerçevesinde gerçekleştirilen bu uygulamalar yatırımın yerine, büyüklüğüne ve konusuna göre farklılık gösterebilmektedir. 2006 yılında çıkarılan "Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar" gereğince teşvik belgeli yatırımlara sağlanacak olan destek unsurları üç grupta toplanmıştır. Bunlar (Oktayer vd., 2007):

- Gümrük Vergisi Muafiyeti,
- Katma Değer Vergisi Kanunu gereğince, teşvik belgesi kapsamında yapılacak makine ve teçhizat ithali ile yurtiçi teslimlerinde uygulanacak Katma Değer Vergisi istisnası,
- Faiz Desteğidir.

Çizelge 2.4 Teşvik araçlarının çeşitleri (Duran, 2003)

1. Nakdi Teşvikler	Karşılıksız Teşvikler - Hibeler - Primler Karşılıklı Teşvikler - Uygun koşullu krediler (düşük faizli, uzun vadeli)
2. Nakit Dışı Teşvikler	- Arsa arazi tahsisi - Bina temini
3. Vergi Teşvikleri	Gelir ve Kurumlar Vergisi Teşvikleri - Düşük oranlı gelir ve kurumlar vergisi - Vergi muafiyeti - Zarar mahsubu - Hızlandırılmış amortisman - Yatırım indirimi - Bazı harcamaların vergiden düşülmesi (sosyal güvenlik katkısı, istihdamla ilgili harcamalar, reklam, tanıtım ve pazarlama, sağlık harcamaları vb) - Vergi kredisi (finansman fonu) KDV Teşvikleri - Sermaye mallarına KDV istisnası - Gelişmemiş bölgelere ve/veya bazı ürünlere düşük KDV oranı Gümrük Vergisi Teşvikleri - Makine –teçhizat, hammadde, parça ve yedek parça gibi sermaye mallarına gümrük muafiyeti - Gümrük vergisi iadesi
4. Garanti ve Kefaletler	- Kredi garantileri - Yüksek ticari risk taşıyan projelere kamu kaynaklı risk sermayesi katılımı - Ekonomik ve ticari riskleri kapsayan ayrıcalıklı kamu sigortası (devalüasyon, politik karmaşa vb.)
5. Diğer Teşvikler	- Altyapı hazırlanması - Ucuz enerji desteği - Yatırım öncesi hizmetler, finansman kaynakları, yatırım projesi hazırlama ve yönetme, Pazar araştırması, hammadde ve altyapı durumu, üretim projesi ve pazarlama teknikleri, eğitim, know – how veya kalite kontrol geliştirme teknikleri ile ilgili yardımlar - Ayrıcalıklı kamusal anlaşmalar

Genel teşvik mevzuatı çerçevesinde, yukarıda sayılan bu üç destek unsuruna ek olarak, yatırımların desteklenmesi için her yıl bütçe kanunu ile ayrılan ödenek ölçüsünde, teşvik belgeli olup olmadığına bakılmaksızın belirli ödemelerin yapılabileceği hüküm altına alınmıştır. Buna göre, yatırımlarda devlet yardımları ile ilgili olarak daha önceki kararlarda belirtilen hükümler çerçevesinde öngörülmüş olan Kaynak Kullanımını Destekleme Primi, Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kaynaklı Kredi, Fon Kaynaklı Kredi, Bütçe Kaynaklı Kredi, Teşvik giderlerinin, o bölgedeki mesken ve sanayi abonelerine uygulanan tarifelerden en düşüğü ile kendi abone grubuna uygulanan tarife arasındaki farkın hazinece karşılanması hükmüne bağlanmıştır.

Türkiye'de turizm alanındaki teşvik uygulamalarının ikinci ayağını ise doğrudan doğruya turizm sektörüne yönelik olarak sağlanan teşvikler oluşturmaktadır. Turizme yönelik olarak sağlanan ilk resmi teşvik uygulaması 1953 yılında çıkarılan "Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu" ile gerçekleştirilmiştir. Yürürlükte kaldığı 30 yıl süresince turizmin teşvik edilmesinde ve yönlendirilmesinde önemli rol oynayan bu kanun, 1970'li yıllardan itibaren sosyo-ekonomik koşullardaki gelişmelere paralel olarak beklentiler karşısında, özellikle, yerli ve yabancı özel sermayenin turizm yatırımlarına yönlendirilmesinde yetersiz kalmıştır (Boz, 2002; Aydoğuş, 2006).

Bu gelişmeler ışığında, günün koşulları ve sektöre ait ihtiyaçlar da dikkate alınarak, 1982 yılında 2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu" çıkarılmıştır. Aradan geçen zaman zarfında çeşitli değişiklikler ve revizyonlar yapılmış olmakla birlikte söz konusu Kanun halen yürürlükte olup bu alandaki temel hükümleri içermektedir. Sektördeki darboğazı çözmek ve gerekli yasal düzenlemeleri sağlamak üzere çıkarılan bu Kanun'da genel olarak; turizm yatırımlarına kamu arazisi tahsis, düşük faizli ve uzun döneli turizm kredileri, yabancı personel ve sanatkar çalıştırabilme, ihracatçı sayılma, orman fonuna katkının taksitlendirilmesi, ucuz elektrik, havagazı ve su ücretleri, haberleşme kolaylıkları, alkollü içki satışı ve resmi tatil, hafta sonu ve öğle tatilleri konularında turizm yatırımcılarına bir takım teşvik ve kolaylıklar sağlanmıştır.

Turizm sektörünü düzenleyecek, geliştirecek, dinamik bir yapı ve işleyişe kavuşturacak tertip ve tedbirlerin alınmasını sağlamak amacıyla çıkarılan bu kanun ile yatırımlar, öncelikli turizm gelişme alanlarına yönlendirilerek kıt kaynakların daha etkin kullanımı sağlanmış, temel planlama ve koordinasyon işlevini yüklenen Turizm Bakanlığı, devlet arazilerinin tahsis ile

ilgili işlemleri basitleştiren, yeni turizm türlerinin gelişmesini sağlayan ve tüketici haklarını koruyan bir kuruluş olarak etkinliğini sürdürmüştür (DPT, 2006).

Günümüzde Türkiye'de turizm yatırımları 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu (bkz.Ek 1) 'nın dışında, 4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu, 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun çerçevesinde sağlanan teşviklerden de yararlanabilmektedir.

Çizelge 2.5 Türkiye’de turizm sektörüne sağlanan teşvikler (Aydoğuş vd.,2006)

KANUN	SAĞLADIĞI KOLAYLIKLAR
2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu"	- Kamu arazisi tahsisi, - Turizm kredileri, - İhracatçı sayılma, - Orman fonuna katkının taksitlendirilmesi, - Ucuz elektrik, havagazı ve su ücretleri, - Haberleşme kolaylıkları, - Personel çalıştırılması, - Alkollü içki satışı, - Resmi tatil, hafta sonu ve öğle tatilleri,
4957 sayılı "Turizm Teşvik Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun"	- Tarihi ve kültürel değerlerin yoğun olduğu yerler veya turizm potansiyeli yüksek yerlerin, Bakanlar Kurulu kararıyla "Kültür ve turizm gelişim bölgesi" ilan edilebilmesi, - Kültür ve turizm koruma ve geliştirme bölgesi ilan edilen alanlardaki taşınmazların Türk ve yabancı uyruklu yatırımcılara tahsisi konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yetkilendirilmesi - Kültür ve turizm bölgesi içinde kalan özel mülkiyete tabi alanların da turizm yatırımlarına tahsisi için kamulaştırılmasına olanak sağlanması, - Kültür ve turizm bölgelerinde yer alan meraların Kültür ve Turizm Bakanlığınca onaylanan imar planı kararıyla getirilen kullanım amacına tabi olması, - Milli Parklar Kanunu ve Orman Kanunu kapsamında orman sayılan yerlerde imar planları ile turizme ayrılan arazilerin tahsis yetkisinin Kültür ve Turizm Bakanlığına verilmesi,
4875 sayılı "Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu"	Sağladığı Kolaylıklar - Önceden şart koşulan izleme, onay, pay transferi ve minimum sermaye gibi şartlardan muaf olarak yatırım özgürlüğü sağlanması, - Tek bir şeffaf ve tutarlı bir doküman ile yabancı yatırımcıların mevcut haklarının garanti altına alınması, - Doğrudan Yabancı Yatırım ve Yabancı Yatırımcılar tanımlarını uluslar arası kabul görmüş standartlara yükseltmek, - Kazanılmış hakların korunması ve büyüme ve gelişme için yatırımcı dostu iklimin sürekliliğini sağlamak için gerekli politika değişiminin sağlanması,
5084 sayılı "Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun"	- Gelir vergisi stopajı, - Sigorta primi işveren paylarının ödenmesi, - Bedelsiz yatırım yeri tahsisi, - Enerji desteği şeklindedir.

2.6.3.3 Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Devlet Yardımları

Turizmin, çok yönlü ve dinamik bir hizmetler sektörü olması, geliştirilecek plan ve politikalarda devletin önemli ölçüde ilgi ve desteğini gerekli kılmaktadır. Bilindiği gibi, turizm yatırımları geri dönüşü uzun yıllar alan, sermaye/hasıla oranı yüksek, siyasal, sosyal, doğal ve ekonomik olaylara karşı oldukça kırılgan bir nitelik sergiler (DPT, 2006). Bu kırılgan ve riskli yapı nedeniyle gerek dünyada gerekse ülkemizde turizm yatırımları bütçe imkanları ölçüsünde devlet yardımlarından yararlandırılmaktadır.

Ülkemizde 1970-1982 döneminde devlet desteği ile yönlendirilen turizm sektörü, 1982'den günümüze kadar geçen sürede, özel önem taşıyan sektör olarak değerlendirilmiştir. Bu çerçevede özellikle 1986'dan günümüze kadar olan süreçte çeşitli kanun ve diğer hukuki düzenlemeler ışığında turizm yatırımları özel olarak desteklenmiş ve sağlanan bu destek sayesinde turizm alanında önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Turizm sektöründe özellikle 1986-1989 döneminde, “Turizm Teşvik Yasası”, “Yatırımların, Döviz Kazandırıcı Hizmetlerin ve İşletmelerin Teşvik Edilmesine ilişkin Karar”, “Yabancı Sermaye Yasası”, 32 sayılı “Türk Parasının Kıymetini Koruma Kararı” ve “Kurumlar Vergisi ile Katma Değer Vergisi”ne ilişkin yasanın tanıdığı teşviklerin tümü bir arada uygulanarak bu dönemde oldukça önemli yatırım fırsatları sağlanmıştır (DPT, 2006).

Bunların haricinde, Türkiye’de turizm yatırımlarının teşviki açısından devlet tarafından 1985-1991 yılları arasındaki Kaynak Kullanımı Destekleme Primli Dönem, 1991-1992 yılları arasındaki Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kaynaklı Kredi Dönemi, 1992-1994 yılları arasındaki Fon Kaynaklı Kredi ve 1994-2005 Dönemi olmak üzere, dört dönemde nakit destek sağlanmıştır. Yıllar itibarıyla yatırım teşvikleri açısından değerlendirildiğinde; nakit destek unsuru ihtiva eden Kaynak Kullanımı Destekleme Primi destekli belgelerin verildiği 1985-1991 yılları arasındaki dönem, toplam yatırım tutarının en fazla olduğu dönemdir. Ayrıca, 1991-1994 yılları arasındaki kredi ihtiva eden, Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kaynaklı ve Fon Kaynaklı Kredili belgelerin verildiği dönemde de yatırım tutarları oldukça yüksek olmuş, sonuç olarak belirtilen yıllar arasında toplam yatak kapasitesinde önemli artışlar sağlanmıştır (DPT, 2006).

2.6.3.3.1 1985-1991 Yılları Arasındaki Kaynak Kullanımını Destekleme Primli Dönem

Türkiye'de turizm sektörüne yönelik nakit teşviklerin başlangıcı 1980'li yılların ortalarına uzanmaktadır. 1985 tarihinde çıkarılan Yatırımların, Döviz Kazandırıcı Hizmetlerin ve İşletmelerin Teşviki ve Yönlendirilmesine Ait Esaslar çerçevesinde ilk nakit tedbiri olan Kaynak Kullanımını Destekleme Primi (K.K.D.P.) uygulaması başlatılmıştır.

Kaynak Kullanımını Destekleme Primi, öz kaynak oranı ve yatak kapasitesine bağlı olarak 1989 yılına kadarki dönemde %7 ile %20 arasında değişen oranlarda, daha sonraki yıllarda ise %40 gibi sabit bir oran üzerinden uygulanmıştır. Uygulamada 1985-1988 yılları arasında sabit yatırım tutan esas alınırken, 1988-1991 yılları arasında ise öz kaynak üzerinden prim uygulaması gerçekleştirilmiştir (Ataer vd., 2003).

1985-1991 yılları arasında Hazine Müsteşarlığı'nca Turizm Sektörüne düzenlenen 1907 adet belgenin %91'lik kısmını oluşturan 1740 adetinde Kaynak Kullanımını Destekleme Primi yer almıştır. Bu dönemdeki en yoğun uygulama 1989 yılında gerçekleşmiş ve bu yıl içerisinde 578 adet Kaynak Kullanımını Destekleme Primi içeren belge düzenlenmiştir. Bölge dağılımına bakıldığında Ege Bölgesi 644 adet, Akdeniz Bölgesi 466 adet ve Marmara Bölgesi 259 adet ile ilk üç sırada yer almıştır. Yatırım türlerine göre değerlendirildiğinde ise, bu dönemde 1643 adet Komple Yeni Yatırım, 93 adet Yenileme Modernizasyon Yatırımı, 89 adet Tevsi Yatırımı ve 67 adet de Tamamlama Yatırımı amacına yönelik olarak yatırım teşvik belgesi düzenlenmiştir (Ataer vd., 2003).

1985-1991 yılları arasındaki dönem, toplam yatırım tutarının en fazla olduğu dönemdir. Buna bağlı olarak söz konusu dönemde yatak kapasitesi 2 katından fazla artarak 85.995'ten 200.678'e, Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turist sayısı ise yine 2 katından fazla bir artışla 5.552.963 kişiye ulaşmıştır. Aynı dönemde, ülkemizin turizm geliri 1.094 milyon dolardan, 2.654 milyon dolara yükselmiştir (Ataer vd., 2003; DPT, 2006).

2.6.3.3.2 1991-1992 Yılları Arasındaki Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kaynaklı Kredi Dönemi

1985-1991 yılları arasında turizme sağlanan nakit teşvikler açısından yaşanan bu parlak dönemin ardından, bütçe imkanlarında meydana gelen daralma neticesinde Kaynak

Kullanımını Destekleme Primi yürürlükten kaldırılarak bunun yerine Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kaynaklı Kredi Uygulaması'na geçilmiştir.

Teşvik belgesi kapsamında yapılacak yatırımlara kredi imkanı sağlayan bu destek unsuru, Türkiye Kalkınma Bankası ve bu bankanın uygun gördüğü diğer bankalar aracılığıyla uygulanmıştır. Söz konusu destek, yatırım türüne ve bölgeye göre öz kaynak üzerinden hangi oranlarda uygulanacağı belirlenerek 2 yılı ödemesiz, 5 yılda 4 eşit taksitte ödenmek üzere yörelere göre %10 ile %30 arasında değişen faiz oranlarında kullandırılmıştır. Bu dönemde toplam 96 adet belgeye Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kaynaklı Kredi tahsis edilmiş, yatak sayısı 219.940 adede, Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turist sayısı ise 7.104.065 kişiye ulaşmıştır. Bu gelişmelere paralel olarak turizm gelirinde de önemli bir artış sağlanmış ve 3.639 milyon dolara ulaşılmıştır (Ataer vd., 2003).

2.6.3.3.3 1992-1994 Yılları Arasındaki Fon Kaynaklı Kredi Dönemi

1991 yılında başlatılan Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kaynaklı Kredi teşviki iki yıllık bir uygulama döneminin ardından sona erdirilmiş ve yerine Fon Kaynaklı Kredi uygulaması getirilmiştir. Projenin toplam sabit yatırım tutarı üzerinden hesaplanan bu kredinin finansmanı “Yatırımları ve Döviz Kazandırıcı Hizmetleri Teşvik Fonu”ndan sağlanmıştır. Toplam 113 belgeye Fon Kaynaklı Kredi tahsisinin yapıldığı 1992-1994 döneminde yatak sayısı 219.940'tan 265.136'ya yükselirken, turizm gelirleri de 4.321 milyon dolar düzeyine ulaşmıştır (Ataer vd., 2003).

2.6.3.3.4 1994-2005 Dönemi

1992 yılında uygulamaya konulan Fon Kaynaklı Kredi uygulamasına kaynak yetersizliği nedeniyle 1994 yılında son verilmiştir. Bu tarihten sonra devlet tarafından sağlanan nakit destekler önceki dönemlerle mukayese edildiğinde miktar bakımından azalmış ve daha çok bölgesel kalkınmaya yönelik şekilde uygulanmıştır. 23.06.1999 tarih ve 23734 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 99/1 sayılı Tebliğ ile Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Hakkari, Hatay, Kars, Mardin, Muş, Siirt, Şırnak, Tunceli ve Van illerinde yapılan, Yatırım Teşvik Belgesinin ilk düzenlendiği tarihte asgari sabit yatırım tutarı 8 milyon ABD Doları karşılığı Türk Lirası olan, en az 75 kişilik istihdam sağlamaya yönelik komple yeni yatırımlar bölgesel gelişmeye yönelik yatırımlar olarak tanımlanmış ve bölgesel gelişmeye yönelik yatırımlarda

fon kaynaklarından tahsis edilebilecek azami kredi miktarı 8 milyon ABD Doları karşılığı Türk Lirası faizsiz sabit yatırım tutarının % 30'u olarak belirtilmiştir. Bu tebliğ çerçevesinde bölgesel gelişmeye yönelik turizm yatırımı olarak bahse konu şartları sağlayabilen yalnızca bir yatırım için fon kaynaklarından kredi tahsisi yapılmıştır. Bu kapsamda Kars'ın Sarıkamış ilçesinde sabit yatırım tutan 18.721.070 \$ olan bir 5 Yıldızlı otel yatırımı yapılmaktadır. Bölgesel gelişmeye yönelik yatırımlara ilişkin Fon Kaynaklı Kredi uygulamasına asgari sabit yatırım tutarının 8 milyon ABD doları olması yerine 3 trilyon Türk Lirası olması gibi bir değişiklikle, 18.01.2001 tarih ve 24291 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2000/1821 sayılı Karar ve eki 18.02.2001 tarih ve 24322 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2001/1 sayılı Tebliğ çerçevesinde devam edilmektedir. Ancak bu dönemde, bölgesel gelişmeye yönelik olarak yapılan bir yatırım teşvik belgesi talebi olmamıştır.

2001 yılında, halen yürürlükte olan bir değişiklik ile bölgesel gelişmeye yönelik yatırımlara ilişkin Fon Kaynaklı Kredi uygulaması başlatılmıştır. 23.01.2001 tarih ve 24296 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan “Yarım Kalmış, İşletme Sermayesi Yetersizliği Nedeniyle İşletmeye Geçememiş veya Kısmen işletmeye Geçmiş Yatırımların Ekonomiye Kazandırılmasına Dair 22/11/2000 tarihli ve 2000/1821 Sayılı Kararın Uygulanmasına ilişkin 2001/1 sayılı Tebliğ” ile Adıyaman, Ağrı, Ardahan, Bayburt, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Gümüşhane, Hakkari, Hatay, Iğdır, Kars, Mardin, Muş, Ordu, Siirt, Sivas, Şanlıurfa, Şırnak, Tunceli, Van ve Yozgat illerinde yarım kalmış, işletme sermayesi yetersizliği nedeni ile işletmeye geçememiş veya kısmen işletmeye geçmiş konaklama tesisleri için yeni bir olanak sağlanmıştır (DPT, 2006).

Teşvik Mevzuatının Avrupa Birliği mevzuatına uyumu çalışmaları kapsamında 18.01.2001 tarih ve 24291 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkındaki Karar" kapsamında Çanakkale il sınırlarının güneyi ile İçel il sınırlarının doğusu arasında kalan alan 3 km. derinliğindeki kıyı şeridi ve Nevşehir, Ürgüp ve Avanos ilçe sınırları dışında yapılacak turizm yatırımları ile mevcut konaklama tesislerinin modernizasyon yatırımları KOBİ kapsamına alınmış ve Fondan kredi tahsisi yapılması öngörülmüştür. KOBİ kapsamındaki turizm yatırımlarına ilişkin kalkınmada öncelikli yörede 2 firmaya, normal yörede 7 firmaya olmak üzere, toplam 9 firmaya yatırım teşvik belgesi verilmiş, buna istinaden toplam 837.112.690.000 T.L. tutarında Fon Kaynaklı Kredi verilmesi öngörülmüştür (Ataer vd., 2003; DPT, 2006).

Ülkemizde teşvik uygulamalarının ivme kazandığı 1980 sonrası dönemde, turizm sektörü özel önem taşıyan sektör olarak değerlendirilmiş ve uygulanan teşvik ve kolaylıklar neticesinde sektörde önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Turizm teşvikleri geçmişteki kadar yoğun olmasa da günümüzde de devam etmektedir.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde özel kesim yatırımlarını artırmanın en etkin yollarından biri devlet tarafından sağlanan teşviklerdir. Ancak teşvik politikaları ile bir yandan hedeflenen sektör veya bölgelerde özel kesim yatırımları uyarılırken, diğer yandan kamu gelirlerinde bir azalma ile karşı karşıya kalınmaktadır. Söz konusu teşvik uygulamalarındaki temel beklenti, artan yatırımların yeni üretim alanları yaratması, istihdamı, üretimi ve sonuçta milli geliri artırması yönündedir. Bu nedenle sınırlı olan kaynakların sektör önceliklerinden hareketle dağıtılması ve denetlenmesi özel önem arz etmektedir. Türkiye'de 1987 yılından günümüze kadar olan süreçte yatırım teşviklerinin sektörel dağılımına bakıldığında, 1987-2006 aralığında teşviklerin ağırlıklı olarak imalat sektörüne yönlendirildiği görülmektedir. 1987-1989 döneminde turizm alanında sağlanan teşvikler artan bir seyir izlerken, 1990- 2001 yılları arasında toplam yatırım teşvikleri içinde turizme sağlanan devlet desteğinde belirgin bir düşüş yaşanmıştır. 2002 yılında yeniden %10'lar düzeyine çıkan turizm teşviklerinin toplam içindeki payı, günümüzde %7.8 düzeyinde varlığını sürdürmektedir.

2.6.3.4 Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Adaylığı ve Türkiye Turizmi

2.6.3.4.1 Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları, Turizm Uygulamaları ile Türk Turizm Politikası ve Uygulamalarının Kıyaslanması

Bilindiği üzere Avrupa Birliği gelişmiş bir topluluktur. Turizm konusunda da, yalnız topluluk düzeyinde değil, aynı zamanda üye ülkeler düzeyinde de, Türkiye'ye oranla büyük gelişmeler kaydedilmiştir. Buna rağmen, topluluk, kendi bünyesinde turizmle ilgili sağlanan gelişmeleri yetersiz bulmakta; her fırsatta, özellikle de turizmde, son yıllarda yaşanan durgunluğa ilişkin hoşnutsuzluğunu dile getirmekte; kendine geniş kapsamlı eleştiriler yöneltirken, bu konuda memnunluk duymadığı hususları bertaraf etmeye çalışmaktadır.

Türkiye'nin henüz belki de turizmdeki hedefi, turizmin, birlikçe hiç de memnunluk duyulmayan bugünkü noktasına varabilmek, Türk turizm arzının niteliğini, turizm eğitimi,

turizm patlamasını, turizm gelirlerini, sosyal turizmini ve benzerlerini topluluk düzeyine getirebilmektir.

Topluluk, Avrupa Birliği'nin gerçekleştirilmesinde, turizmin bütünleştirici ve kaynaştırıcı rolünü çok iyi anlamış ve bu sebeple 1986 yılından bu yana ortak turizm politikasının oluşturulmasına önem vermiş; vatandaşlar Avrupa'sının, yaratılmasında rol oynayacak en önemli unsurlardan birinin de turizm olduğunu her fırsatta vurgulamıştır.

Şu anda AB'nde turizm alanında, özellikle çevre koruma, turizm eğitimi, kırsal, kültürel, sosyal turizmin geliştirilmesi, turizmin çeşitlendirilmesi, bilgi akışının en üst düzeyde sağlanması, turizm yoluyla bölgesel farklılıkların giderilmesi, turist bilgilendirilmesi ve korunması, turizmde son teknolojilerin kullanılması, turizm istatistiklerinin geliştirilmesi konularına son derece önem verilmekte ve sözü geçen bu hususlara ilişkin her türlü tedbir alınmaktadır.

Birlikte turizm alanında oluşan bu düşünce biçimi ve hareket tarzı, topluluğa, tam üyelik hedefi olan ülkemiz tarafından da benimsenmiş durumdadır.

Aşağıda, AB turizm politikası ve Türk turizm politikası arasında bir takım karşılaştırmalar, maddeler halinde yapılmış; farklılıklar belirlenmeye çalışılmış ve bu farklılıkların giderilmesi konusunda tavsiyelerde bulunulmuştur:

- Türkiye, AB'de de yapıldığı gibi; turizmini geliştirebilmek için, önce mevcut durumunu çok iyi tespit edilmelidir. Türkiye tanıtımıyla, eğitimiyle, turizm arzının kalitesiyle uluslararası turizmin neresindedir? Bu sorunlar sağlıklı bir şekilde cevaplandırılıp, turizme yönelik kaynak envanteri yeni teknolojiler kullanarak yapılmalıdır.
- AB kültürel turizmin geliştirilmesine ve dolayısı ile Avrupa kültürünün tanıtılmasına çok önem vermekte ve bu konuda önceliği, EFTA ülkeleri ile Doğu Avrupa ülkelerine tanımaktadır. Türkiye de benzer şekilde, Türk kültürünün tanıtılmasını turizmin geliştirilmesinde bir araç olarak kullanırken, Türk kültürüne ve yaşayış tarzına daha çok insanın dikkatini çekme gayreti içinde olmalıdır. Üstelik Türkiye, çok çeşitli ve

zengin tarihi bağları ile bu tanıtım da yalnızca Avrupa ile sınırlı kalmama gibi bir avantaja da sahiptir.

- AB, turizmde artan ve farklılaşan talebi karşılamak, turizm gelirlerini ve ziyaretçi sayısını artırmak üzere turizm çeşitlendirilmesi konusunda önemle durmaktadır. Bu hedeflere ulaşmak, turistik ürün yaratarak satışları geliştirmek için en önemli faktör yeni ürünlerin devreye sokulmasıdır. Bu amaçla, kırsal, dinsel, sportif, eğlence, kongre, golf ve benzeri turizm türlerinin daha çok geliştirilmesine çalışmaktadır. Türkiye de, son bir kaç yıldır turizmde çeşitlendirmenin önemini anlamış bulunmaktadır. Gerek yat, mağara, av, dağ, yayla, spor turizmleri gerekse kongre, din, kültür olsun her türlü turizme elverişli olan ülkemizde 1990 yılında sadece bir adet golf sahası bulunurken, özellikle zengin insanların oynadığı bu spor için altyapı yatırımları artmaktadır. Turizm Bakanlığı da 1992 yılında trekking gibi turizm çeşitlendirilmesine yönelik etkinlikler başlatmıştır. Ayrıca özellikle AB ülkelerindeki gelir düzeyi ve boş zaman artışına paralel olarak ortaya çıkan daha seçici turiste hitap eden yeni turizm türlerinin denenirken bu alanda daha önce denenmiş biçimlerin ve yöntemlerin gölgesine ve güvencesine sığınmaktan öteye geçmek gerekir. Bu arayışlar çerçevesinde de özellikle doğal güzelliklere sahip ülkeler diğerlerine oranla daha avantajlı olacaklardır.
- Türkiye, turizmini geliştirme faaliyetleri sırasında Doğu, Güneydoğu ve Kuzeydoğu bölgelerini tamamen ihmal etmiştir. Türkiye'nin bu bölgeleri göreceli olarak zaten az gelişmiş bölgelerdir. Ülkemiz, AB'de yapıldığı gibi bölgeler arası farklılıkları gidermede turizmden azami oranda faydalanmalı ve bu bölgeleri turistik birer merkez haline getirmelidir. Bunu yaparken bölgeye ait, tarım ürünlerinden, mahalli özelliklerden ve yayla turizminden faydalanılabilir. Ayrıca bu bölgelerde, özellikle turizmi geliştirici yatırımlara dönük mali yardım programları yapılmalıdır.
- AB çevre konusuna çok duyarlı davranmaktadır. Ülkemizde 1991 yılında kurulan Çevre Bakanlığı'nın etkinlikleri yanında, Turizm Bakanlığı da çeşitli etkinlikler sürdürmektedir. Bunların en önemlisi Türkiye'nin de mavi bayrak uygulamasının içinde yer almasıdır. Çünkü belki de yakın zamanda mavi bayraklı olmayan plaja turist getirebilmek mümkün olmayacaktır. Ayrıca, AB ile uyum çalışmaları çerçevesinde, DPT nezdinde bir çevre alt komitesi kurulmuştur. Çeşitli basın, yayın araçları, seminer ve benzerleri yoluyla halkın da çevre konusunda bilinçlendirilmesine yönelik yoğun

faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu konudaki çalışmalar, Dünya Bankası tarafından finanse edilen, Akdeniz Teknik Yardım Programı (METAP) çerçevesinde yapılmaktadır.

- AB’de, Ağustos 1989’dan bu yana bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinin kullanımı zorunlu tutulmaktadır. Türkiye de, daha yeni başlatılan bu sisteme geçiş konusundaki çalışmalarını hızlandırmak durumundadır. Özellikle de turizmin enformasyonunda, teknolojik yeniliklerden faydalanılmalıdır.
- Turistin daha iyi ağırlanabilmesi ve aydınlatılabilmesi için, Avrupa’da uygulanmakta olan ve geliştirilmesi düşünülen semboller sisteminin takip edilmesi ve bu konuda gerekli tedbirlerin alınması gereklidir.
- Türk turizm sektörünün de en büyük sorunlarından biri olan ve AB’de özellikle üzerinde durulan konulardan bir diğeri, özel ve kamu sektörü arasındaki iletişimin yetersizliğidir. AB’de Avrupa Turizm yılı, bu iletişimin sağlanmasında büyük rol oynamıştır. Türkiye’de turizmle ilgili her türlü kurum, kuruluş ve kişilerin birbirleriyle olan iletişiminin daha güçlü ve sağlıklı bir hale getirilmesine dair tedbirleri en kısa zamanda almalıdır. Ayrıca, ülkeler arası bilgi ve deneyim alışverişi sağlayacak bir iletişim sisteminin kurulmasına yönelik işbirliği faaliyetlerine katılmalıdır.
- AB, Japonya ve Kuzey Amerika’yı yeni turizm pazarları olarak belirlemiştir. Bu pazarlar, Türkiye için de hedef pazarlar haline getirilmelidir. Refah seviyeleri yüksek olan bu ülkelere mensup insanların dikkatini, Türkiye’ye çekmenin yolları bulunmalıdır.
- Türkiye’de de, AB’de olduğu gibi, turizme ilişkin tüm faaliyetler bir plan çerçevesinde yürütülmelidir.
- Türkiye’de turizmin, kitle turizminden kaynaklanan sorunlarını çözmek ve sezon dışı oluşan atıl kapasite problemini gidermek amacıyla AB’nin de çok önem verdiği bir konu olan, tatillerin sezonluk ve coğrafi dağılımının iyileştirilmesine yönelik tedbirler alınmalıdır.

- AB, gelişmesini istediği her konuda, teşvik edici ödüllendirme programları uygulamaktadır. Bu programlar Avrupa işbirliğinin harekete geçirmede çok önemli rol oynamaktadır. Turizm ve çevre konusunda da, düzenlenmiş bir çok ödül ve teşvik programları bulunmaktadır. Türkiye de bu uygulamadan esinlenerek, turizm ve çevre sektörlerinde gerçekten teşvik edici nitelikte ödül sistemleri yaratmalı, var olanları artırmalı ve yenileştirmelidir.
- Avrupa Birliği her ne kadar sosyal turizm alanında kendini yetersiz görse de, Topluluk ve üye ülkeler nezdinde, Türkiye'ye de örnek teşkil edecek biçimde bir çok uygulama ve tedbirler zincirine sahiptir. Ne yazık ki sosyal turizm Türkiye'de son derece geri kalmış bir durumdadır.
- Türkiye'de ulaştırma konusundaki problemler ise öncelikle çözümü gereken konulardır. Topluluk, ulaştırma konusunu, turizm ile içice mütalaa etmekte ve büyük ölçüde önemsemektedir. Bu çerçevede, iç pazar kapsamında Avrupa Hava Sahası oluşturulmasına, havayolu trafiğinde tek ve ortak bir kontrol sistemi, farklı ulaşırmacılık türleri arasında bağ ve Avrupa düzeyinde bir demir ve oto yolu ağı kurulmasına ilişkin tedbirler alınmaktadır. Kısacası, AB, ulaştırma alanında başlı başına bir liberalizasyona gitmektedir. Türkiye'nin, özellikle hava, demir ve deniz yollarının geliştirilmesi konusunda acil tedbirlere gereksinimi vardır. Ayrıca, turizmi de çok olumsuz etkileyen trafik kazalarını önleyici tedbirlerin bir an önce alınması gerekmektedir. Ulaştırma konusunda, Topluluk uygulamalarının yanında, üye ülke uygulamaları da incelenip, mevcut problemlerimize çözüm getirilmeli ve bu konudaki son gelişmeler takip edilmelidir.
- Türkiye'de iç turizm de henüz yeterli düzeye gelmemiştir. Avrupa'da "herkes için turizm" prensibi benimsenmiştir. Bu konuda, sosyal turizme ilişkin alınan tedbirlerin yanında, Topluluk içi turizmi teşvik etmek amacıyla bir ihtiyaç kredisi programı tasarlanmıştır.
- Türkiye, turizmde dış pazara yönelik çalışmaların yanında iç pazarı da göz önünde bulundurmayı ihmal etmemelidir. İspanya'da son yıllarda dış turizmde yaşanan durgunluk, iç pazarın canlı olması sayesinde fazla paniğe yol açmamıştır. Aslında gerek iklimi gerekse coğrafyası bakımından pek çok ortak özelliklere sahip bu iki ülke

arasında bu kadar büyük bir uçurumun bulunması, Türkiye açısından düşünülmesi gereken bir konudur.

- AB turizm eğitimi konusuna, turizm arzının niteliğinin yükseltilmesi bakımından büyük önem vermekte; iç pazar çerçevesinde, tüm meslek dallarındaki diplomaların karşılıklı tanınması konusunda tedbirler almaya çalışmaktadır. Ayrıca, turizm eğitiminde, turizmin ihtiyaç duyduğu alanlarda personel yetiştirilebilmesi için, mesleki profillerin belirlenmesi yönünde çalışmalar yapmaktadır. Lisans üstü turizm eğitimi teşvik edici burs sistemleri geliştirmektedir. Topluluk artık, turizmin her kademesinde, ülke düzeyinde değil, Avrupa düzeyinde hizmet verebilecek işgücü yetiştirmeye çalışmaktadır.
- Türkiye’de, turizm sektörünün başlıca sorunlarından olan, kalifiye personel sorunu, ancak turizm eğitiminin geliştirilmesi yoluyla çözülebilecektir. Ülkemizde daha çok, TUREM’ler vasıtasıyla sürdürülen eğitim faaliyetleri, AB’ye kıyasla çok geride kalmıştır. Ancak, son zamanlarda, Turizm Bakanlığı’nca yürütülen, eğitimde atılım etkinlikleri oldukça olumlu gelişmelerdir.

2.6.3.4.2 Avrupa Birliği’ne Tam Üyeliğin Türk Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri

Türkiye’nin Birliğe tam üye olması durumunda, Türk turizm sektörünün birçok açıdan etkilenmesi söz konusu olacaktır.

Avrupa Birliği’ne Girişin Turizm Açısından Yararları:

- Rekabet, turizmde ürün kalitesini artıracaktır.
- Turizm yatırımlarında yabancı sermaye girişi hızlanacaktır.
- Sınır kontrolleri en aza indirgeneceği için turist hareketlerinde bir artış görülecektir.
- Mal ve sermaye hareketlerinin yanında ülkemize yeni turistlerin de gelmesi söz konusudur.
- Avrupa’nın Türkiye hakkındaki olumsuz imajın ortadan kalkması sağlanacaktır.

- Türkiye'nin yurtdışında tanıtılmasına yardımcı olacaktır.
- Turistik ürünlerin standardı ve kalitesi artacaktır.
- Turistler bilinçlenecek, tüketici olarak korunacaktır. Seyahat sigortası devreye girecektir.
- Türkiye yeni, genç ve çekici bir turizm pazarı olarak, Avrupa turizm pazarında yerini alacaktır.
- Türk turizm sektörü Avrupa'daki teknolojik gelişmelerden, yeni bilgi sistemlerinden yararlanacaktır.
- Turizmi besleyen yan hizmet ürünlerinde artış görülecektir.
- Türkiye'nin tesislerini yenilemek ve iyileştirmek için Avrupa Birliği fonlarından kaynaklar sağlanacaktır.
- Ulaşım hizmetlerinde KDV'nin deha da düşürülmesi bir ucuzluk yaratacak havayolu ulaşımı daha cazip hale gelecektir.
- Avrupa Birliği'ne girişte Türk turizminin öncelikli sorunlarının çözümü hızlanacaktır. Örneğin altyapı, kalifiye eleman, çevre sorunları, ürün kalitesi, mevsimlik özellik gibi.
- Turizm çeşitlendirilmesi yeni talepler doğrultusunda hızlandırılacaktır.
- Avrupalılar Türkiye'yi daha yakından tanıma fırsatı bulacaktır. Turist girişlerinde artış olacaktır.
- Bölge ve dünya barışına katkıda bulunacaktır.
- Yeni işgücü istihdam kaynakları yaratılacaktır.
- Özellikle sosyal yönü ihmal edilmiş olan Türk turizm politikasında bir çok olumlu değişiklikler yaşanacaktır.

Avrupa Birliği'ne Girmenin Turizm Sektörüne Olası Sakıncaları:

- Kalite artışı ve nitelikli eleman çalıştırma zorunluluğu fiyatların artmasına neden olabilir.
- Fiyat artışları iç turizm hacmini daraltır.
- Otel ve tur operatörlüğü sektöründe oligopol piyasa da oluşabilir. Tekelleşme de olabilir.
- Rekabetin hızlı olacağı endişesiyle orta ve küçük ölçekli otel işletmelerinde verimlilik sorunları yaşanabilir. Küçük oteller kapanabilir.
- Yurtdışına çıkışlar artabilir, böylece dış ödemeler dengesinde açıklar büyür.
- Havaalanlarında gümrüksüz satış mağazalarının kaldırılmasıyla önemli gelir kayıpları meydana gelecektir.
- Turizme yeni açılan merkezlerde sosyal uyum sorunları yaşanabilir.
- Turizm sektöründe ithal mal kullanımı artacaktır.

2.6.3.4.3 Alınması Gerekli Tedbirler

Avrupa Bütünleşmesi süreci oluşumlarının Türk Turizmine doğrudan veya dolaylı etkilerini ulusal, bölgesel ve global ölçekli çıkarlarımızı koruma düşüncesi ile yararlı hale getirme amacı ile alınması gerekli tedbirler aşağıdaki gibidir:

- Avrupa pazarı ile mevcut yatay ilişkilerimizi geliştirerek, Avrupa ekonomik alanını turizm potansiyelimizi daha da büyütmek amacı ile kaynak olarak kullanmak,
- Sektörümüzün turizm ekonomisinin sorumluluğunu üstlenmesi ve Avrupa pazarı ile var olan yatay ilişkilerini daha da geliştirebilmeleri için düzenlemeler yapmak,
- Turizm bürokrasisinin “katılımcı bürokrasi” ilkesini uygulamaya geçirmek amacı ile minimal ölçekte yeniden yapılandırıp kamu hizmetlerinde etkinliği, verimliliği, hızı

maliyetlerde yaratmak, bir kısım görev ve yetkilerini de bu amaçla örgütlü sektöre devretmek,

- Verimli istikrarlı ve rekabet gücü yüksek bir turizm ekonomisi yaratılması amacı ile üretilecek turizm politikasının öncelikle uygulamaya konulması,
- Tüm kaynaklarımızın sürdürülebilir turizm için akılcı kullanımı sağlamak.

Avrupa Birliği'nin önümüzdeki dönemden itibaren uygulamaya koyacağı turizm alanındaki yeni faaliyetlerin çerçevesi çizilmiştir. Yeni bir turizm politikasının oluşturulacağı yönündeki ilk işaret, PHILOXENIA adlı turizm destekleyici programın oluşturulması olmuştur. Bu program ile, AB ülkeleri arasında turizm alanında daha yoğun ve canlı bir işbirliğine gidildiği açıktır. Doğal olarak turizm sektörüne Avrupa Yatırım Bankasından ve yapısal fonlardan ayrılan kaynaklar devamlılıklarını sürdürecektir. 1996 Mart ayı sonunda Torino'da başlamış olan Hükümetler arası Konferans ve devamındaki süreç, AB'nin gelecekteki rotasını çizmesi açısından turizm dahil birçok sektör için önem taşımaktadır.

2.6.3.5 Türkiye Turizminin Sorunları

Türkiye, 1980 başlarından bu yana ekonomik ve toplumsal yönden her geçen gün daha fazla dışa açık duruma gelmeye başlamıştır. Türkiye'nin ekonomik ve toplumsal yapısında günümüzde çok önemli yeri olan turizm sektörü de bu değişimden fazlasıyla pay almıştır. Sektör yurt dışından gelen taleplerle birlikte gelişimini hızlandırırken, zaman zaman içerden ve dışarıdan gelen krizlere durgunluk hatta gerileme dönemleri yaşamıştır. Özellikle, 1990'lı yıllar 1980-1990 arasındaki dönem gelişiminden farklı olarak, adeta krizler içinde gerçekleştirilmiş bir gelişme dönemi niteliği kazandırmıştır. 1998 ve 1999'da birçok faktörün etkisi altında güç yitiren Türkiye turizmi son yıllarda önemli ölçüde kan kaybetmiştir. Turizm sektörünün sorunlarını aşağıdaki başlıklarda toplamak mümkündür:

2.6.3.5.1 Pazarlama ve Tanıtım Eksikliği

Bu sorun üç temel nedene dayanmaktadır. Politikasızlık, kaynak yetersizliği ve özerk yapının bulunmaması. Bu üç neden, birbiriyle çok yakından ilgilidir ve birinin yalnız başına giderilmesi, bu alandaki sorunların çözümü için yeterli değildir. Türkiye, uzun yıllardan beri tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini partiler üstü ulusal bir yaklaşımla ele almamış ve sonuçta sık sık yaşanan hükümet değişiklikleri, başlayan işlerin yarıda kalmasına ve harcanan paraların amacına uygun kullanılamamasına neden olmuştur. Türkiye'nin turistik tanıtımında da, ayrılan kaynaklar diğer rakip ülkelerin çok gerisindeki bütçe rakamları ile yürütülmekte olduğundan eldeki fonlarla yapılan tanıtım çok yetersiz kalmaktadır. Ayrıca, bu fonlardan bazılarının kullanımında Turizm Bakanlığı tek başına yetkili değildir (Tanıtma fonunun Devlet Bakanlığı'na bağlı olması gibi). Bu tür aksaklıkların giderilmesi ve başarılı bir ülkenin tanıtımı için Türkiye'nin dış tanıtımında, politik etkilere ve güncel değişikliklere kapalı özerk bir gereksinim duyulmaktadır.

2.6.3.5.2 Turizm Eğitimi

Türkiye'de nitelikli eleman yetiştirmeyi amaçlayan turizm eğitim kurumları sorunu bulunmaktadır. Mevcut eğitim kurumlarının bir çoğu turizm sektörünün istediği şekilde eğitim vermekten uzaktır. Çoğu zaman, turizm sektörüyle ilgili olmayan, sektör deneyimi olmayan eğiticiler bu eğitim kurumlarında ders vermekte, bu durum sonuçta verilen eğitimin hedeflerinden sapmasına yol açmaktadır. Ek olarak, Türkiye'deki turizm eğitim kurumlarının yapılanmaları "ters piramit" gibidir. Bunun anlamı işletmeci yetiştiren okul sayısı fazla iken, alt düzeydeki elemanları yetiştiren kurumların az olmasıdır. Türkiye, mevcut turizm eğitim tesisleri ile dünyanın sayı bakımından en fazla turizm eğitim kurumuna sahip ülkeleri içinde yer almaktadır. Eğitim programlarında verilen eğitim nitelik açısından incelendiğinde, sektörün beklentilerinin karşılanmadığı ve teori ile pratiğin uyumlaştırılmadığı bir yapı ortaya çıkmaktadır.

2.6.3.5.3 Alt Yapı

Türkiye'deki pek çok turizm merkezinin alt yapı sorunları çözümlenmiş değildir. Çoğu yerde kanalizasyon denize verilmekte, çöpler toplanamamaktadır. İmar planlarına da uyulmamaktadır. Turizm sezonunda mevcut nüfusun birkaç katı nüfusa ulaşan turizm

merkezlerinin yerel yönetimleri, bu durum karşısında çaresiz kalmaktadırlar. Turizm sektöründe üst yapıda görünen gelişme, ne yazık ki alt yapı tesislerinde aynı hızla gerçekleşmediğinden yoğun sezonda (genellikle yaz aylarında) gerek yerli halk, gerekse gelen turistler önemli sorunlar yaşamaktadırlar.

2.6.3.5.4 İşletmecilik

Türkiye’de turizm işletmelerinde çok ciddi düzeylerde işletmecilik sorunları bulunmaktadır. Seyahat acenteleri bir kenara bırakılırsa, özellikle konaklama işletmelerindeki işletmecilik sorunları turizmi etkilemektedir. İşletmecilik sorunlarının en önemli nedeni, turizmle ilgili olmayan kesimlerin aldıkları teşvikleri ile bir dönemde sektöre önce yatırımcı, sonra da işletmeci kimliği ile girmeleridir. Bu kişiler sonuçta, hiç anlamadıkları bir sektörde bir takım yanlış uygulamaların başlatıcısı olmuşlardır. İşletmecilik sorunlarının en büyük zararı da, nitelikli otel personelinin sektör dışına kaymasıdır. Büyük emeklerle yetişen otel çalışanları, turizm işletmeciliği kavramına bile yabancı bir takım kişilerin yanlış uygulamaları sonucunda sektör dışına çıkmaktadırlar. Bunun en somut örnekleri “Körfez Krizi” sırasında ve sonrasında yaşanmıştır. İşletmeciler, finansman yönünden zor bir döneme girdikleri, dış turizm talebinin düşük düzeyde yaşandığı ya da düşük fiyatlarla satış yaptıkları dönemlerde, zor dönemleri atlatmanın ilk önlemi olarak çalışanların işlerine son vermektedirler. Bundan dolayı, otel işletmecilerinin hemen her fırsatta “kalifiye eleman açığı”ndan söz etmelerinin içtenliği konusunda bazı kuşku uyandırmaktadır.

2.6.3.5.5 Mali Düzenlemeler

Günümüzde, sektöre verilen kredi faizleri yüksek ve süresi de kısadır. Her yıl bir dış sorundan etkilenen işletmeler, bu yüzden yenileme ve tevsî yatırımlarına gidememektedir. Sektörün sağladığı gelir dövizle olduğu halde ihracat geliri sayılmamasına karşılık, sektör kur makasından büyük zarar görmektedir. Ayrıca, bu sektördeki işletmeler, ekonomik büyüklüklerinin tanınmaması nedeniyle (büyük kısmı küçük işletme olduğu halde) Eximbank’ın KOBİ’lere verdiği düşük faizli kredilerden de yararlanamamaktadır. Elektrik, su, telefon hizmetlerinde sanayi işletmesi tarifesi uygulanması, özellikle konaklama sektöründe fiyat avantajını ortadan kaldıracı bir etki yapmaktadır. Bütün bunların yanında, mevsimlik olma yönü göz ardı edilerek, sigorta ve vergilerin diğer sektörlerle aynı dönemde ödenmesi

zorunluluğu da işletmeleri, düşük kapasitelerle çalıştıkları dönemlerde zor durumda bırakmaktadır.

2.6.3.5.6 İç Turizm

Incoming turizm pazarında sık sık yaşanan krizler nedeniyle, uzun yıllarda beri yalnızca dış turizme yönelik yürütülen makro politikaların, yurtiçi seyahat pazarının gelişmesi yönünde yapılmadığı görülmektedir. Savaş, terörizm, hastalık, vize yasağı gibi olumsuz olayların yanında dünyanın genelde bir durgunluğa gittiği dönemlerde, turizm faaliyetlerinin iç turizme (in going) doğru yön değiştirdiği görülmektedir. İç turizme hizmet veren kuruluşların gelirleri ekonomik açıdan incelendiğinde yurtiçi turizm, yurtdışı turizmin bıraktıklarından daha önemli gibi görünse de aslında, bu iki kategoriyi birbirinden bu anlamda ayırmak oldukça güçtür. Çünkü, gerek yerli gerekse yabancılardan elde edilen turizm gelirleri bir tarafta şirketlerin karlarını arttırırken diğer yandan da vergi ve benzeri yollardan ülke gelirinin artmasına katkıda bulunarak ekonomik gelişmeyi hızlandırmaktadır. Türkiye, neredeyse yurtdışı seyahat pazarını aşacak kapasitede yurtiçi potansiyeline sahip bir ülkedir. Bugün, Türkiye’de 15 milyondan fazla insan yurtiçi seyahate katılmaktadır. Bu potansiyel, yurtdışı turizm politikaları ile geliştirildiğinde ülkenin elde edeceği turizm gelirler iki katına çıkabilecektir. Böylelikle, yurtdışı pazarının daralmasıyla birlikte acente ve operatörlerin karşılaşacakları sıkıntılar (özellikle Türkiye’de % 10 bile olmayan pazar paylarının), yurtiçi turizmde örgütlenerek kolaylıkla aşılabılır.

2.6.3.5.7 Konaklama Tesislerinin Yanlış Yapılanması

Türkiye’de konaklama tesislerinin yıldızları ve sınıfları itibariyle dağılımı olumsuz yönde gelişmiştir. Türkiye’yi daha çok batı Avrupa orta sınıfı kitle turizmi amaçlı tercih ederken, ülkenin mevcut konaklama yatırımlarının önemli bir bölümü selektif turizme dönük olarak gerçekleştirilmiştir. Örneğin; Türkiye’nin en fazla üç yıldıza kadar olan küçük tesislere gereksinmesi bulunurken, yoğunlaşma bunun tersi bir yönde gerçekleşmiş, lüks sınıfına giren tesislerin sayısı arttırılmıştır. Sonuçta bu durum, dört ve beş yıldızlı otellerin iki ve üç yıldızlı otel müşterilerini düşük fiyatlarla kendine çekmelerine neden olmuştur. Bu durumda bir ve iki yıldızlı oteller ile pansiyon türü tesisler önemli ölçüde zarar görmektedirler. Düşük fiyatlarla müşterilere hizmet sunulması, hizmet kalitesinin de düşmesine yol açmaktadır.

2.6.3.5.8 Çevre Kirliliği

Turizm ve çevre birbiriyle oldukça yakından ilişkili iki kavramdır. Daha açık bir deyişle turizm endüstrisinin ana konusu çevredir; çünkü turizmde her şey çevre üzerine kuruludur. Korunmuş, güzelliğini yitirmemiş yöreler günümüzün en çok talep edilen yöreleri olmaktadır. Ancak Türkiye’de yukarıda açıklanan turizm planlamasının yeterli tutarlılıkta gerçekleştirilememiş olması, çevre sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Çevre sorunlarına yol açan nedenler arasında şunlar sıralanabilir:

- Planların bölgelerdeki doğal kaynaklar ve bunların taşıma kapasitelerine ilişkin yeterli düzeyde araştırma ve envanter bulunmaması,
- Farklı disiplinli bir çalışmayı gerektiren planlama işlevi yürüten gruplarda çevre ile ilgili çeşitli uzmanlık alanlarının yeterli düzeyde yer almaması,
- Arazi sahipleri ve ikinci konut kooperatiflerinin yapı yasağı ve kısıtlaması kararlarına karşı direnç göstermeleri,
- Çeşitli bölgesel ve sektörel planlar için çerçeve oluşturacak bir çevre master planının bulunmaması,
- Planların hazırlanış aşamasında gelişmenin çevre üzerindeki olumsuz etkilerine yeterli duyarlılık ve/veya bilinçle yaklaşılmamış olması,
- Planların uygulamasında, yoğunlaşma, estetik ihmaller, altyapı yetersizliği nedeniyle turizm gelişmesi kendi sermayesini oluşturan çevreyi olumsuz yönde etkilemiştir.

2.6.3.5.9 Turizmin Çeşitlendirilmesi

Türkiye’de turizm denilince akla ilk olarak “deniz-kum-güneş”e yönelik turizm faaliyetleri gelmektedir. Yapılan yatırımlara bakıldığında da önemli bir çoğunluğun deniz turizmine yönelik olarak gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Ancak, zamanla denizlerin kirlenmesi, başka turizm türlerine olan talebin dünya üzerinde artması, Türkiye’de yapılan yanlışlığı ortaya çıkarmıştır. Turizm Bakanlığı, 1993 yılında turizmin çeşitlendirilmesi amacıyla birtakım

alışmaları başlatmıştır. Uzun yıllar turistik ürün eşitlendirilmemesi tek boyutlu turizm ürünü sunma politikası nedeniyle, son yıllarda Türkiye’deki şirket evlilikleri ile iyice büyüyen ve tekelleşen tur operatörlerinin satış dayatmaları karşısında çaresiz kalmış ve tur operatörlerinin satış politikalarına bağımlı hale gelmiştir. Dünya pazarında moda olmaktan çıkan ve sıradan pazar olarak bilinen deniz-güneş-kum olgusuna Türkiye; mevsimlik yoğunlaşmayı önlemek, tur operatörlerinin dayatmalarına karşı daha gl olmak ve sektörel verimliliği artırmak için öncelik vermek zorundadır. Bu amaçla, dünyada daha fazla talep gören turizm türlerinin belirlenmesi ve teşvik edilmesi ile ilgili çalışmalara hız verilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda termal turizm ve kiş turizminin teşvik edilmesi, önemli bir adımı oluşturmaktadır.

2.6.3.5.10 Mevsimlik Yoğunlaşma

Türkiye turizminde önemli oranda “mevsimlik yoğunlaşma” yaşanmaktadır. Mevsimlik yoğunlaşma, daha çok yaz sezonunda kendisini göstermektedir. Mevsimlik yoğunlaşmaya yol açan nedenler arasında şunlar sıralanabilir.

- İklım koşulları,
- Ekonomik ve sosyal nedenler,
- Tatil izinleri ve endüstriyel nedenler,
- Öğretimde tatil dönemleri,
- İnsanlarda turizme yaz aylarında çıkılabileceği düşüncesinin yerleşmesi,
- Turistik ürünün niteliğinden doğan nedenler,
- Türkiye’de daha çok dış turizme dönük turizm hareketlerinin yaşanmasına bağlı olarak ortaya çıkan dış kaynaklı nedenler.

Özellikle iklim koşulları, endüstriyel nedenler, okulların tatil dönemleri Türkiye turizminde mevsimlik yoğunlaşmaya neden olan başlıca faktörlerdir. Mevsimlik yoğunlaşma sorunun ortadan kaldırılması tümüyle mümkün değildir. Ancak turizm işletmelerinin çeşitli promosyon etkinlikleri ile bir miktar da olsa azaltılabilecektir.

2.6.3.5.11 Ulaştırma

Turizm, ulaştırma faktörü olmadan gerçekleşemez. Bu nedenle turizm, bir ülkenin ulaştırma ağıyla yakından ilgili bir sektördür. Türkiye’de hemen hemen tüm ulaşım sistemleri çağın gerisinde kalmıştır. Karayolu sisteminde turizm merkezlerine yönelik olarak çağdaş standartlardaki yollar yeterli değildir. Çoğu yerde çağın gerisinde kalmış karayolu ulaşım sistemi kendisini göstermektedir. Otobüs taşımacılığının çok gelişmesi ve günümüz teknolojisi otobüsler kullanılmasına karşılık, yollar bu taşıt araçlarına cevap vermekten çok uzaktır. Hava yolu ulaşım sisteminde ise, havaalanları ve uçak filoları yeterli değildir. Pek çok turizm merkezinin yakınlarında uluslar arası standartlara uygun havaalanı bulunmamaktadır. Antalya ve Dalaman havaalanları ise yaz sezonunda ihtiyaa yanıt verememektedir. Demir yolu ulaşım sistemi ise, kendi başına turistik talep oluşturacak kadar eskidir. Demir yolu ray sistemi, çoğu yerde Birinci Dünya Savaşı öncesinde tanımlanan alt yapıya sahiptir. Gerçekleştirilen yenilemeler ise trenlerin hız yapmalarına elverişli değildir. Demiryollarında işletmecilik sorunları en üst düzeye ulaşmıştır. Çoğu zaman meydana gelen rötalar, bu ulaşım sistemine olan talebi bütünüyle azaltmaktadır. Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye’nin deniz yolu ulaşımı da diğer ulaşım türlerinin aratmayacak düzeyde geri kalmıştır. Türkiye Denizcilik İşletmeleri’nin çalışmaları yeterli düzeyde değildir. Önemli bir yat turizm potansiyeli bulunmasına karşın, gerek marinalar gerekse yat çekek yerleri talebi karşılamaktan uzaktır.

2.6.3.5.12 Turizm Politikasının Oluşturulamaması

Türkiye’de her yeni hükümeti uygulayacağı, kesin çizgilerle belirlenmiş bir turizm politikasının bulunmamaktadır. Yalnızca ödemeler dengesi açığıının kapatılmasında turizm gelirlerinden yararlanma politikası, her iktidarın ortak turizm politikası olarak kabul edilmektedir. Bunun dışında hemen hiçbir konuda, değişen iktidarlar arasında görüş birliği bulunmamaktadır. Her yeni hükümet kendi turizm politikasını oluşturmakta, hükümette bulunduğu süre içerisinde uygulayabildiği kadar politikasını uygulamaktadır. Bu durum sonuçta, uygulamaların çoğu zaman birbirleriyle çelişmesine neden olmaktadır.

2.6.3.5.13 Örgütlenme

Türkiye turizminde başlangıçtan beri organizasyon ve örgütlenme sorunu yaşanmaktadır. Turizmin disiplinler arası bir alan olması, onun pek çok konunun uygulama alanına girmesine neden olmaktadır. Turizm, hemen her konuyla yakından ilgilidir. Turizm Bakanlığı'nın tek başına turizmin ilgili olduğu bütün alanlara ilişkin düzenlemelere egemen olamaması, pek çok konunun diğer bakanlıklarla (orman, içişleri, sağlık vb.) ilişkili olması, ortaya eşgüdüm eksikliği (koordinasyon)sorununu çıkarmaktadır. Bu sorunun çözümüne dönük olarak geçmiş yıllarda uygulamaya konulan “Bakanlıklar arası Turizm Koordinasyon Kurulu” da etkinlik sağlayamamıştır. Bu nedenle, turizmin bakanlık bünyesinden ziyade, daha üst düzeyde ilgili bakanlıklarla ilişkiye girecek bir yapıda örgütlenmeye gereksinmesi bulunduğu ilişkin tartışmalar yapılmaktadır.

2.6.3.5.14 İmaj Sorunu

Türkiye’de zaman zaman kendisini gösteren ve bir kısmı yukarıdaki bölümlerde ayrıntılı olarak incelenen ekonomik, politik ve toplumsal sorunlar ülkenin dış turizmdeki imajını olumsuz yönde etkilemektedir. Bilindiği gibi, imajın oluşmasında ve olumlu ya da olumsuz gelişmesinde turistlerin kendi deneyimlerinin yanı sıra arkadaş çevresi, basın-yayın kaynakları ve tur operatörleri de önemli bir etkidir. Bu nedenle Türkiye’yi hiç görmeyen yabancı bir kimse, arkadaşından duyduğu ya da yabancı basında yer alan olumsuz bir haber sonucunda Türkiye’yi gidilecek ülkeler listesinden çıkarmakta ve daha da önemlisi, arkadaş çevresini de etkileyebilmektedir. Yapılan araştırmalar, Türkiye’nin sahip olduğu mevcut imaj sorunları arasında güvenlik sorunu (terör), trafik sorunu, farklı bir kültür yapısına sahip olması ve satıcıların yabancı turistlere satış yapmak için ısrarla işyerlerine davet etmeleri ve gerçek fiyatlarının çok üstünde bir fiyatla satış yapmalarının bulunduğu göstermektedir. Her ne kadar düşük fiyat düzeyi ve konuksever halkı ile Türkiye, diğer bazı ülkelere oranla önemli bir avantaja sahip olsa da, belirtilen olumsuzlukların en alt düzeye indirilmesi konusunda hem sektör temsilcilerinin hem de merkezi yönetimlerin ciddi çalışmalar yapması gerekmektedir.

2.7 Turizm Arzı ve Talebi

2.7.1 Turizm Arzı Tanımı

Ekonomi literatüründe arz denildiği zaman, belirli bir piyasada belirli bir fiyattan sunulmak istenen mal miktarı akla gelmektedir (Begg vd., 2000). Belirli bir zamanda, üreticilerin çeşitli fiyatlardan satmak üzere piyasaya sundukları miktarlar da, arz olarak tanımlanmaktadır (Dinler, 1998). Turizm arzı da, yukarıda genel anlamıyla ifade edilen arz kavramından pek farklı değildir. Şöyle ki turizm arzı, belli şartlar altında belirli bir fiyata, bir destinasyonun (bölgenin ya da ülkenin) turistlere satmaya ya da turistlerin faydalanmasına sunduğu turistik zenginliklerin tamamıdır (Sezgin ve Acar, 1991). Bir başka tanıma göre ise, turizm arzı, "bir ülkenin turistik işletmeleri ve kurumları yoluyla turistlere sunduğu maddi ve manevi değerlerin tümüdür" (Olalı ve Timur, 1988). Son olarak bir diğer tanıma göre turizm arzı, "bir memleketin, bir bölgenin veya bir çekim merkezinin seyahat edenlerin gereksinimini karşılamada sahip olduğu varlık, değer ve olanakların tümü ile belli bir zaman süresi içindeki yolculuk ve konaklamaya dönük ve belli bir fiyata satılmaya hazır mal ve hizmet akımı" olarak değerlendirilmektedir (Eralp, 1970). Yapılan bu tanımlardan anlaşılacağı üzere; turizm arzı denildiği zaman akla, turistin gereksinimini karşılayan konaklama, yeme-içme, eğlence-dinlenme ve ulaşım gibi faaliyetlerin tümü gelmelidir (Lickorish ve Jenkins, 1997).

Turizm sektöründe, turizmden bağımsız ve bağımlı olmak üzere iki çeşit arz kavramı bulunmaktadır (Dinçer, 1993). Bir bölgenin doğal, tarihi, kültürel ve folklorik değerleri, ormanı, dağı, denizi, güneşi, ya da tarihi ve sanatsal değerleri, gelenek ve görenekleri, kalıntıları, anıtları, konukseverliği, kutsal yerleri vb. gibi faktörler, turizmden bağımsız arz unsurlarını oluşturan öğelerdir. Bu sayılan tüm özelliklerin turizm ile doğrudan bağlantısı yoktur, yani turizmden bağımsızdırlar. Ancak, bir yerin bu tür varlıklara sahip olması, o yere ya da bölgeye olan turizm talebini arttıracak, teşvik edecek ve çekiciliğini arttıracaktır. Söz konusu bu değerler, o bölgede turizme yönelik yapılacak tesis ve faaliyetler; diğer bir deyişle, sunulacak turizm ürününün kalitesi oranında turizm arzı görünümüne kavuşacaktır. Aksi takdirde, yeterli ölçüde altyapı, tesis ve faaliyet olmaması durumunda turizm arzından da söz etmek mümkün olmayacaktır.

Bağımlı turizm arzı ise, yukarıda sayılan değerlerden turizm amaçlı yararlanmak üzere, turistik mal ve hizmetlerin alt ve üst yapısı tamamlanmış bir dizi tesislerle turistin hizmetine arz edilmesi olayıdır. Bağımlı turizm arzı adından da anlaşılacağı gibi, tamamen bir bölgeye olan turizm hareketlerinin sonucunda ortaya çıkan bir arz çeşididir. Burada, kamu ve özel sektör temsilcileri konaklamadan ulaştırmaya, pazarlamadan güvenliğe ve çeşitli altyapı hizmetlerine kadar her faaliyeti turizm için organize etmektedir. Başka bir deyişle, bağımlı turizm arzını, bir bölgede var olan turizm potansiyelinin, turizm sektörünü destekleyici kurum ve kuruluşlar yardımıyla turiste hizmet amaçlı sunulması şeklinde ifade etmek mümkündür.

Günümüzde birçok yeni turizm çekim merkezleri, yeni ürünler ve yeni bir dizi turizm arzı yaratılmaya çalışılmaktadır. Bunun arkasında ise, ülkelerin turizmde ürün farklılaştırmasına giderek, uluslararası turizm piyasasındaki rekabet gücünü, pazar payını, ülkeye gelen turist sayısını ve gelirini arttırmak düşüncesi yatmaktadır. Dolayısıyla, bir turizm ülkesinin turizm amaçlı kullanabileceği arz kaynaklarını iyi analiz etmesi ve onları turistin ve ülkenin yararına sunabilmesi ekonomik anlamda önemlidir. Buradan hareketle, bir ülkenin turizm arzının ve özelliklerinin incelenmesi, turizm planlamasında o ülkenin hangi bölgelerinin ve çekicilik merkezlerinin tanıtılmasının o ülkeye maksimum faydayı sağlayacağı konusunda yardımcı olacaktır. Nitekim turizmin ekonomik öneminden dolayı, dünya genelindeki tüm ülkeler turizm arz potansiyelini dikkate alarak, değişik turizm türlerini geliştirmeye ve uluslararası turizm gelirinden istenilen payı almaya çalışmaktadır. Turizm bölgelerinin arz yönünden potansiyelinin tespit edilmesi, en azından turizme elverişli bölgenin hangi tür turizme konu olabileceğinin belirlenmesine yardımcı olarak, etkin turizm politikalarının uygulanmasına katkı sağlayacaktır (Kozak ve Evren, 1997).

2.7.2 Turizm Arzının Özellikleri

Yukarıda değişik tanımlamaları yapılan turizm arzının sektöre özgü bazı özellikleri de bulunmaktadır. Bunların sırasıyla incelenmesi turizm arzının daha açık bir şekilde ortaya konmasında ve anlaşılmasında yararlı olacaktır. Bu kapsamda, turizm arzının özellikleri aşağıda sıralanmaktadır (Olalı ve Timur, 1988; Erdoğan, 1995; Kozak vd, 2006):

1. Turizmde arzın oluşturulabilmesi için büyük yatırımların yapılması zorunludur. Bir turizm işletmesinin faaliyetine başlaması belli bir süreyi gerektirdiği gibi, sabit üretim

faktörleri için de çok yüksek miktarlarda harcama yapılması gerekmektedir. Örneğin, konaklama sektöründeki beş yıldızlı bir otelin inşası gibi.

2. Turizm arzı, çeşitli destinasyonlardaki fiyatların, tüketici eğilimlerinin ve gereksinimlerinin, ürün ve hizmetlerin kalitesi gibi değişik dış faktörlerin etkisi ile sunulan turizm ürünü açısından değişiklik gösterebilir. Diğer bir deyişle; turizm sektöründe arz, her ülke insanın yapısına (sosyo-ekonomik, sosyo-demografik ve psikolojik özelliklerine) uygun olarak ürünün pazarlanmasını ve sunulmasını gerektirmektedir.

3. Turizm arzında, üretilen ürün tipi hizmettir ve hizmet yılın 365 günü ve günün 24 saati kesintisiz devam etmektedir. Böylece, turizm ürünü bu yönüyle soyut bir özellik göstermektedir. Diğer bir deyişle, turizm sektöründe hizmetin satışı, üretimi ve tüketimi sonucunda müşteride (turist) oluşan tatmin hep soyut olarak gerçekleşmektedir.

4. Turizm sektöründe dinamik bir yapının olması, yaşanan krizler, mevsimlik dalgalanmalar vb. nedenlerden çok çabuk etkilenen bu sektörde, satılan ürün ve hizmetlerin stok edilmesini engellemektedir. Bundan dolayıdır ki, turizm arzına konu olan ürün ve hizmetlerin üretildiği anda tüketilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, turizm arzının yapısı gereği turizm ürününün stoklanması gibi bir durum söz konusu değildir.

5. Turizm arzında, ikame olanaklarının yüksek olması risklerin dağıtımını güçleştirmektedir. Başka bir ifade ile belirli bir bütçeye sahip bir turist, parasını tatile çıkararak harayabileceği gibi, o anda zorunlu bir gereksinme halini alabilecek ya da hoşuna gidebilecek başka bir ürün ya da hizmet için de harcamak zorunluluğunu hissedebilir. Böyle bir durumda ise, turizm sektörüne gidecek pay daha az olacağından risk de kendisini gösterebilecektir.

6. Turizm arzı, emek-yoğun bir üretime dayalıdır. Toplam bir ürün olarak ele alınması gereken turizm arzı, kişinin seyahat kararı verdikten hemen sonra kullanılmaya başlanan ve tatil bitiminde eve dönülmesi ile tamamlanan süreçte hemen hemen her alanda karşılıklı bir iletişimi gerekli kılmaktadır. Ancak, teknolojinin turizm sektöründe aşırı kullanılması nedeniyle emek-yoğun özelliğinin düzeyini kestirmek gün geçtikçe daha da güçleşmektedir.

7. Turizm arzı, kısa dönemde inelastik (katı) bir özellik göstermektedir. Daha açık bir anlatımla; birçok turizm ürünü için (otel odası gibi) ek bir arzın hemen oluşturulabilmesi mümkün değildir. Bu nedenle, talep miktarında bir değişme söz konusu olursa, girişimci tarafından düşünülen bir proje sonucunda turizm arzını kısa dönemde arttırma olanağı yoktur. Arzın kısa dönemde artan talebi karşılayamaması nedeniyle, ürün fiyatlarında bir artış söz konusu olabilir.

8. Turizmde tüketici durumunda olan turist, arz edilen ürünün bir parçasını oluşturmakta ve ürünü alabilmek, tüketebilmek ya da olumlu/olumsuz bir imaj geliştirebilmek için arzın bulunduğu yere gitmek zorundadır. Bu yer, aynı zamanda tüketim yeridir. Sanayi ya da tarım sektöründe, üretim fabrika ya da tarlada yapıldıktan sonra, perakende olarak satışa sunulacağı yerlere gönderilir. Tüketici de, çoğu zaman ürünü kendi yaşadığı yerdeki aracı kurumlardan, mağazalardan, alışveriş merkezleri vb. satın almaktadır.

9. Turizm arzı, çok değişik faktörleri, sektörleri, alanları ve değerleri ilgilendiren karmaşık bir yapıya sahiptir. Bir bölgedeki fiziksel, doğal, kültürel ve beşeri değerler, bu bölgeyi ziyaret, turistin aklında bir bütün olarak yer almaktadır. Bu bağlamda, bir turizm destinasyonu turistin tatil deneyiminin oluşmasında bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Diğer bir deyişle, yukarıda sayılan tüm bu faktörler zincirin bir halkasını oluşturmaktadır. Bir yerde oluşan olumsuz bir deneyim turistlerin tatil konusundaki bütün izlenimlerini olumsuz yönde etkileyebilir.

10. Turizm arzının diğer bir özelliği de, teknolojik gelişmeler diğer sektörlerde üretimin yapısını değiştirmekte ve sonuçta verimliliği arttırıp, maliyetleri düşürmektedir. Ancak, turizmin yapısı nedeniyle emek-yoğun olan bu sektörde beşeri sermayenin yani insanın yerine makinelerin kullanılması çok sınırlı alanlarda (rezervasyon işlemleri, vize, pasaport kontrolleri vb.) mümkün olabilmektedir.

Turizm sektöründe rekabet, her geçen gün giderek artmakta ve daha farklı boyutlarda kendini göstermektedir. Eğer destinasyonlar, yukarıda özellikleri sıralanan turizm arzını, turistlerin beklentileri ve talepleri doğrultusunda sunamazlarsa, uluslararası turizm sektöründe rekabet edebilmeleri mümkün değildir. Öncelikle, bir turizm bölgesinin arz potansiyelinin, diğer bir deyişle turizm envanterinin ne olduğunun tespit edilmesi

gerekmektedir. Bu yapıldıktan sonra ise, arzın talebe uygun hale getirilmesi ve turizm ürününün turistin gereksinimini en iyi karşılayacak şekilde sunulması gelmektedir.

2.7.3 Turizm Talebi

Ekonomi biliminde talep, piyasada belirli bir fiyattan satın alınmak istenen mal miktarı olarak tanımlanmaktadır (Begg vd.,2000). Turizm piyasasının diğer önemli bir ayağını oluşturan turizm talebi de, yukarıda genel anlamıyla ifade edilen talep kavramından çok da farklı tanıma sahip değildir. Bu bağlamda, turizm literatüründe turizm talebinin aşağıdaki şekilde tanımlandığı görülmektedir:

Turizm talebi, turist gönderen bir merkezden turist çeken bir merkeze yönelik olan akımdır (Yarcan, 1994). Bir başka tanıma göre; "turistik gezi yapma arzusunda bulunan ve bu arzusunu gerçekleştirebilecek gelire sahip olan insanların miktarına" turizm talebi denilmektedir (Sezgin ve Acar, 1991). Diğer bir tanımda ise; "turistin belli bir fiyat seviyesi ya da döviz kuru dahilinde elde etmek istediği ve fiilen elde etmeyi kabul ettiği turizm ürünü ile hizmetinin bütünü", turizm talebi olarak ifade edilmektedir (Olalı ve Timur, 1988). Son bir tanıma göre de turizm talebi; "insanların turizm ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yeterli alım gücü ve boş zaman ile desteklenmiş olan, turistik ürün ve hizmetleri satın alma isteğinde bulunan insan miktarı" (Usta, 2001) olarak tanımlanmaktadır.

Yukarıdaki paragrafta yapılan tanımların hemen hemen hepsinde turizm talebinin üç önemli özelliği olduğu görülmektedir. Buna göre; ekonomik anlamda turizm talebinin oluşabilmesi için, kişinin her şeyden önce yeterli bir geliri ile boş zamanının olması ve sonuçta seyahat yapmayı istemesi gerekmektedir. Bunlardan birinin eksik olduğu bir durumda, turizm talebinden söz etmek mümkün değildir. Dolayısıyla, bireysel anlamda turizm talebinden söz edebilmek için öncelikle, kişinin beslenmeden, barınma, sağlık, eğitim gibi kendisi için daha gerekli olan temel gereksinimini karşıladıktan sonra, turizm faaliyeti için harcayabileceği yeterli gelirinin olması gerek ve yeter koşuldur. Satın alma gücünden yoksun olan satın alma isteği, zaten ekonomik açıdan talep olarak kabul edilmemektedir. Burada turizm sektörü açısından önemli olan bir diğer önemli nokta da, kişinin yeterli gelirinin olması yanında, çalışma süresinin dışında ve tatile ayırabileceği bir zaman diliminin var olması da gerekmektedir. Buradan hareketle, turizm talebinin

oluşumu açısından; gelir düzeyi, boş zaman ve satın alma isteği üç önemli faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizme yönelik toplam talebi oluşturan üç temel unsurdan söz etmek mümkündür (Yarcan, 1994):

- **Gerçek (Efektif) Talep:** Turizmde aktif olarak yer alan, seyahat hizmetlerini talep eden, çekim merkezlerine giden ve turizm ürününü satın alanlardan oluşmaktadır.
- **Potansiyel (Baskı Altındaki) Talep:** Seyahat etme ve turizm hizmetlerini kullanma güdülerine sahip olan ancak geçici ya da parasal nedenlerle bunu yapmaya gücü yetmeyen kişilerden oluşmaktadır.
- **Çarpıtılmış Talep:** Güdülendiğinde seyahat edecek olan ancak olanaklar ve faaliyetler konusunda bilgisi olmadığı için seyahat talebini gerçekleştiremeyen kişilerden oluşmaktadır.

Bir ülke için turizm talebi, ülke içi ve ülke dışı turizm talebi olmak üzere iki farklı kısımdan oluşmaktadır. Buna göre, ülke insanının kendi ülkesi içinde yapmış olduğu turizm faaliyetine yönelik talep ülke içi turizm talebidir. Tam tersi olarak da, ülke insanının kendi ülkesi dışında yapmış olduğu turizm faaliyetine yönelik talep ülke dışı turizm talebidir. Dünya genelinde dış turizm talebi ise, kendi ülkeleri dışında turizm amacıyla seyahat etmek isteyenlerin oluşturduğu taleptir (Dallı, 1974).

2.7.4 Turizm Talebinin Özellikleri

Turizm talebi, ekonomideki diğer mal ve hizmetlere yönelik talebe göre birtakım farklılıklar ve değişik özellikler gösterir. Bu özellikleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Turizm talebi bağımsız bir taleptir: İnsanları seyahate yönelten çeşitli nedenler vardır. Bu nedenler, insanların atmosfer değiştirme isteği ve kişisel etkiler altında kalmasının bir sonucudur.

- Turizm talebi çok yönlüdür ve karmaşık bir özelliğe sahiptir: Fiziksel bir rahatlığa, psikolojik bir mutluluğa ulaşmak için seyahat edenler ile ticari amaçlı seyahat eden insanlar arasında bir farklılık olduğu gibi konaklamanın gerçekleştiği bölgedeki gıda, eğlence, diğer mal ve hizmetler gibi değişik gereksinimlerin baskısı ve yoğunluğuna göre de farklılıklar bulunmaktadır.
- Aşırı esnektir: Turizm talebinin ikame olanaklarının fazla olması, turistik tüketimdeki tercihlere ekonomik, sosyal, politik ve mali nitelikteki unsurların etki etmesi turizm talebine aşırı esnek bir özellik kazandırır.
- Turizm ürünleri arasında aşırı rekabet söz konusudur: Turistik tüketime konu olan mal ve hizmetler arasında da aşırı bir rekabet vardır. Bu rekabet kişisel tercihlere bağlı olarak ortaya çıkar.
- Lüks ve kültürel mallarla rekabet halindedir: Turizm talebi ekonomideki lüks ve kültürel nitelikteki diğer mal ve hizmetlerle rekabet halindedir.
- Mevsimlik özellik taşır: Turistik hareketler belirli mevsimlerde yoğunlaştığı için turizm talebi de mevsimlik bir özellik taşır.
- Ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre değişiklik gösterir: Turizm talebi ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre de değişiklikler gösterir.

2.7.5 Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talep tahminlemesi, bireylerin, kamu ya da özel sektör temsilcilerinin ve hükümetlerin ileriye dönük yapacakları turizm gelişme planlarında gereksinim duydukları önemli bir faktördür. Fiyatlandırma, tanıtım ve stratejik pazarlama programları ile beşeri, doğal ve sermaye kaynaklarının doğru yerlere yönlendirilebilmesi için, şu anki ve geleceğe dönük doğru ve güvenilir talep tahminlemesi sektör açısından çok büyük önem arz etmektedir. Bir destinasyonu ziyaret edecek turist sayısının, bunların gereksinim duyacağı mal ve hizmetlerin ve dönemselliğin tahmin edilmesi; alt yapı, konaklama, ulaşım, çekicilik, reklam ve tanıtım başta olmak üzere birçok hizmetin planlanması ve gerekli destekleyici ve tamamlayıcı sektörlerle koordine edilmesi o bölgedeki turizmin gelişimi, uzun dönemdeki rekabet gücü ve

başarı açısından önemlidir. Bununla birlikte, yapılacak olan bu turizm talep tahminlemesi ile, sosyal ve çevresel problemlerin en aza indirilmesi de sağlanmış olacaktır (Gee ve Fayos-Sola, 1997).

Bir turizm ülkesine hangi ülkelerden, hangi sıklıkla turist geldiği, bu talebin ortaya çıkardığı doğrudan gelirin ülkelerarası talep dağılımına oranla değişkenliği, potansiyel pazarların sayısal dağılımı vb. sorulara yanıt vermek için, turizm talebinin sağlıklı analiz edilmesinde yarar bulunmaktadır. Ayrıca, bir ülkeye gelen yabancı turistlerin değişik açılardan incelenmesi ve bunların tüketim kalıplarının ve tercihlerinin belirlenmesi ile pazarlama ve organizasyon çabalarını rasyonelleştirmek için talebin yapısal analizinin yapılarak sonuçlarının tartışılması gerekmektedir (Küçüktopuzlu, 1991). Çünkü talebin istikrarsızlığı ve dönemsellik özelliğinin fazla olması, turizm sektöründeki hizmet işletmelerinin çoğunlukla arz ve talep arasında ideal bir denge kurmasını zorlaştırmaktadır (İçöz, 2001). Ekonominin diğer birçok sektöründe, malların stoklanarak depolanması ya da bekletilmesi sonucu ile bu denge kurulabilir. Ancak daha önceki bölümlerde de değinildiği gibi, bir hizmet sektörü olan turizm için böyle bir durum söz konusu değildir.

Bu açıklamaların ışığında, turizm talebini etkileyen çok sayıda ve yapıda faktörün olduğunu söylemek mümkündür. Ekonomideki diğer tüm mal ve hizmetlerin talebi genel olarak, bir mal ve rakip/tamamlayıcı mal ve hizmetlerin fiyatına, bireylerin gelir düzeyine, tüketicilerin zevk ve tercihleri ile teknolojiye bağlıdır. Turizm talebini etkileyen faktörler de, temel olarak yukarıda belirtilen faktörler olmasına karşın bunun dışında sayılabilecek diğer bazı değişkenlerde talep üzerinde doğrudan etkilidir. Ekonomi haricinde, sosyal, politik, psikolojik, yasal ve diğer faktörlerden oluşan bu değişkenlerde talebi farklı ölçülerde etkilemekte ve sonuçta turizm talebinin değişmesine neden olmaktadır (Kazdağlı, 1995). Literatürde konuyla ilgili olan çalışmalara bakıldığında; kişi başına gelir düzeyi, nispi fiyatlar, nispi döviz kuru oranlarının turizm talebini açıklayan değişkenlerden bazıları olduğu görülmektedir (Uysal ve El Roubi, 1999). Bir başka çalışmada ise, turist gönderen ülkenin nüfusu ve gelir düzeyi, gidilen ülkedeki yaşam maliyeti ile o ülkenin yapmış olduğu tanıtım ve pazarlama harcamaları ile turizm sektöründeki mal ve hizmetlere yönelik nispi fiyatlar talep üzerinde etkili olan faktörlerden diğer birkaçıdır (Law, 2000).

Daha önce yapılmış olan bu çalışmalardan, turizm talebini açıklamak amacıyla kullanılan değişkenlerin hemen hemen hepsinin ekonomik içerikli olduğu anlaşılmaktadır. Ancak son yıllarda, turizm talebini açıklamakta önemli olduğu kabul edilmekle birlikte, ekonomik analizlerde istatistiki olarak ölçülemeyenlerden söz konusu çalışmalara dahil edilemeyen ekonomi dışı faktörlerde bulunmaktadır (Bahar ve Kozak, 2005). Bu bağlamda; Erdoğan' göre de, turizm talebini etkileyen faktörler ekonomik olan ve olmayanlar şeklinde iki ayrı gruba ayrılmaktadır. Ekonomik olmayan faktörler, genellikle turistin para ile satın alamayacağı, sadece onlara psikolojik bir tatmin sağlayan özelliklerdir (Song vd., 2003). Yarcın'a göre ise, turizm talebini etkileyen faktörler; ekonomik, sosyal ve çekim ülkesine bağlı faktörler olarak üçe ayrılmaktadır (Yarcın, 1994). Buradan hareketle, turizm talebini oluşturan ve belirleyen çok sayıda faktör olduğu görülmektedir. Bu nedenle, turizm talebinin ne olduğu ve hangi faktörlerden etkilendiği konusunda turizm ekonomisi literatüründe çok sayıda çalışma olduğu bilinmektedir (Olalı ve Timur, 1988).

2.8 Sürdürülebilir Turizm

2.8.1 Sürdürülebilirlik Kavramı

Sürdürülebilirlik, turizme kaynak oluşturan bölgesel/yerel özelliklerin korunup geliştirilerek çekiciliğinin devamının sağlanmasıdır (May, 1991).

Kavramın önem kazanmaya başlaması 1987 de yayınlanan 'Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun raporuna dayanır. Aynı komisyonun 1984'de yayınladığı 'Ortak Geleceğimiz' isimli raporundada sürdürülebilirlik kavramından söz edilmektedir (Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, 1987).

Ancak bu iki rapor da 'sürdürülebilirlik' kavramını iki ayrı boyutuyla ele alır. İlk rapor sürdürülebilirliğin ekonomik, ikinci rapor ise ekolojik yanları ile ilgilidir. Böylelikle bu raporlar, sürdürülebilirliğin birden fazla boyuta dayandığını ve tüm bu boyutların gerçekleşmesi halinde sürdürülebilirlikten söz edebileceğimizi göstermektedir.

2.8.2 Sürdürülebilir Turizmin Tanımı

Sürdürülebilir turizm, çevreye ve topluma uygun, doğa ve kültür üzerinde olumsuz etkileri en aza indiren bir olgudur. Sürdürülebilir turizm faaliyetleri doğru yönde çalıştığı zaman halkın refahı artar, turistlerin istekleri tatmine ulaşır. Sürdürülebilir turizm, kendine atfedilen en büyük görevi ve sorumluluğu, gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ve sahip olması gereken değerlerden hiçbir şekilde ödün vermemesidir.

İşte bu noktada, turizm olgusu, çevre ve sürdürülebilirlik kavramları dört ana konuyu ele almalıdır (McCool, 2001):

- Turistlerin doğal çevrenin kullanımına ilişkin değer yapısının anlaşılması
- Bir sektör olarak turizmdeki toplulukların korunmaya muhtaç olduğunun değerlendirilmesi
- Turizmin sosyal ve çevresel etkinliklerinin tanımlanması
- Bu etkileri yönetebilmek için sistemler geliştirilmesi

Sürdürülebilirlik kavramı akla ilk gelenin aksine, gelecek nesillerin kullanacağı doğal kaynaklara el sürmemek değil, şimdiki neslin ihtiyaçlarını karşılamak suretiyle doğal kaynakları yönetmek ve gelecek nesillere aktarmaktır.

2.8.3 Sürdürülebilir Turizmin Genel İlkeleri

Turizm olayı önceden belirlenmiş amaçlar yerine misafirlerin talepleri etrafında şekillendiğinden, yapılmış veya yapılacak birçok hamle ekonomiye doğru para aktarımını sağlayacaktır. Çünkü arzı belirlenmeden uygulanacak tüm stratejiler talebi karşılamayabilir ve istenen verim sağlanamaz. Araştırma bölgesinin arz ettiği turizm potansiyeli doğrultusunda talep oluşmalı veya oluşturulmalıdır. Doğal kaynakların zorlanması yerine, bu bölge niteliklerine uyan kitlenin bölgeye çekilmesi gereklidir ya da turiste göre yer değil yerine göre turist ilkesi belirlenmelidir.

Turizm yatırımları esnek ve gelişmeye açık olmalıdır. Turizm sektöründe zaman içinde oluşabilecek dalgalanmalarda etkisiz kalmamak, doğadaki dengeye zarar vermemek için kaynaklar hiçbir zaman maksimum oranda kullanılmamalıdır. Yapılacak her atılım

kademelendirilip, her kademe sonunda araştırmalar yapılp istenilen oranda başarıya ulaşıldığı ya da doğaya verilen zararlar belirlenip devamındaki adımlara kaynak teşkil edilmelidir.

Turizm sektöru,emek yoğun bir sektör olduğundan turizm kararlarında ve uygulama aşamasında yerel halka öncelik verilmelidir.

Turistler gittikleri yerin kültürünü dışlamamalı,aynı zamanda yerel halk da kendi kültürünü tanıtmada zorlayıcı olmamalıdır. Ev sahipleri konukların yaşadıkları ortamın benzerini yaratmaya kendilerini zorunlu hissetmemelilerdir.

Girişimciler, işletmeler, arazi ve arsa sahipleri büyüyen bir turizm pazarı için uğraşırken, yerel yönetimler, yeterli olmayan yetkileri ve sınırlı bütçeleriyle büyümeye çalışmaktadırlar. Turizme yerel açıdan yaklaşılması çeşitli evrensel etkilerin uyumlaştırılmasına ve bütünleştirilmesine yol açar. Yerel halk ancak kendilerinin sağladıkları potansiyelin kendilerine verilmesi ile ayakta durabilir ve turizmin gelişmesine katkı sağlayabilir. Yerel toplulukların kendi kendilerine yenileyen bir kaynak ve ağırlama öğesi olabilmesi için turizm planlama ve gelişirme sürecine katılmaları gerekmektedir. Bu sürece katılmama durumunda yerel halkın hoşgörüsü azalacaktır. Yerel halk, yaşadığı bölgenin doğal ve kültürel değerleri sayesinde ekonomik bir gelir elde ettiği zaman, kısa sürede bu değerlerin koruyucusu olacaktır.

Sürdürülebilir turizmin genel birtakım ilkeleri bulunmaktadır:

- Talebe göre değil, arza göre turistik düzenlemelerin yapılması
- Önceliklerin yerel halka verilmesi
- 12 ay turizm
- Toplu taşıma
- Toplumsal katılım
- Temiz enerji kullanımı
- Eylem durumunda dinlenme
- Gerçek yaşamın sahnelenmesi
- Mevcut yapı stoğunun sağlanması
- Toplumsal ve kültürel kimliğin korunması
- Turizm yatırımlarının esnek,gelişmeye açık ve uzun vadeli olması, olarak

sıralanabilir (Çalıkoğlu, 2001).

2.8.4 Sürdürülebilir Turizmin Amaçları

Tüm bu ilkeler sürdürülebilir turizmin amaçlarını belirlemede yol gösterici olmaktadır. Bu amaçları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Sürdürülebilirlikte turizm gelişimi, bölge halkının ve turistlerin bugünkü gereksinimlerini karşılarken, geleceği korumak ve değerini arttırmak amaçlanır. Bu amaca ulaşmada, kültürel bütünlüğü sağlayan, biyolojik çeşitliliği arttıran ve canlıların yaşamını destekleyen, ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçları karşılayan kaynakların yönetiminin planlanması
- Çevresel değerlerin artırılması, insan ihtiyaçlarının karşılanması, bugün ve gelecekteki nesillerin refahının artırılması ve tüm insanların yaşam standartlarının yükseltilmesi
- Turizm yoluyla çevre ve ekonomiye katkıda bulunulması
- Gelişmede eşitlik sağlamayı, sektörler ve bireyler arasında eşit gelişme sağlarken, kültürel ve fiziksel çevreye, doğaya saygılı olunmasını amaçlar (Ünalın, 1995)

Sürdürülebilir turizmi dünyada bir prensip hale getirmeye çalışılan tüm çalışmaların temeli ekonomik, sosyal, kültürel tatmini maksimize etmek için yapılmaktadır. Sürdürülebilir turizmin ilkelerinin uygulanmaya başladığı yerlerde alınacak fayda hem gelecek nesillerin lehine olacaktır hemde bugün bizler için anlam taşıyan bütün değerlerin tüm insanlık adına korunmasını sağlayacaktır.

Bu konuda belirlenecek metodlar kar amacı güderken belirli ilkelerden taviz vermeyecek nitelikte olmalıdır. Bunun için yapılması gereken, dünyanın kabul ettiği tüm sürdürülebilir turizm ilkelerini benimsemek ve uygulamaktır.

Sürdürülebilir turizmin özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir (Kahraman ve Türkay, 2006):

- Doğal, tarihi ve kültürel kaynaklar, turizmin günümüz toplumu için yarattığı faydanın sürekliliğinin yanı sıra gelecekte de kullanımı için korunmalı,

- Turizm gelişimi, turistik bölgede çevresel ve sosyo-kültürel problemlere yol açmayacak şekilde planlanıp yönetilmeli,
- Gereksinim duyulan yerlerde genel çevre kalitesi sürdürülmeli ve geliştirilmeli,
- Yüksek oranda bir turist doyumu, turistik destinasyonun pazarlanabilirliğinin popülerliğinin devam ettirilmesiyle sağlanmalı,
- Turizmden elde edilen fayda toplum içinde daha geniş kesimlere yayılmalıdır.

2.8.5 Turizm Faaliyetlerinde Doğal ve Sosyo Kültürel Çevrenin Uyumu

Turizm faaliyetlerinde, doğal ve sosyo-kültürel çevrenin uyumlu ilişkiler içinde olması gerekir. Bir yandan turist kabul eden ülkeler, diğer yandan turistlerin sorumluluğunda olan alanlar Dünya Turizm Örgütü'nün 1985 yılındaki toplantısında şu şekilde ele alınmıştır:

-İnsanoğlunun mirası olan doğal, sosyal ve kültürel özellikleri içeren turizm çevresi bugünkü ve gelecek nesiller için korunmalıdır.

-Günübirlik veya uzun süreli turizmin gerçekleştiği alanlarda o yöre halkının kendi turizm kaynaklarından kolayca yararlanması sağlanmalıdır.

-Yerli halkın kendi kültürüne, dinine, gelenek ve göreneklerine uygun davranış biçimlerini turistlerden beklemek hakkı olduğu bilinmelidir. Böyle bir anlayışın ve saygının sağlanabilmesi için turistlerin;

-Yöre halkının dinsel ve geleneksel davranış biçimleri, yerel tabuları, kutsal yerleri,

-Korunması gereken doğal yaşam ve kaynaklar hakkında bilgilendirilmeleri gerekir.

-Turistlerin davranış biçimleriyle en iyi ilişkileri sayesinde hem ulusal, hem de uluslararası düzeyde barışın devamına katkıda bulunacağı belirtilmiştir.

Turizmin gelişmesi için ilkelerin oluşturulduğu ve turizm planlaması üzerinde önemli durulduğu "Hugue Bildirgesi" 1989 yılında yayınlanmıştır. Turizm ve çevre arasındaki temel ilişkilerin ortaya konduğu bu bildirmede; bozulmamış doğal, kültürel ve fiziksel çevrenin, turizmin gelişimi için temel koşul olduğu, bunun karşılığında rasyonel bir turizm yönetimi ile yaşam kalitesinin gelişmesine olduğu kadar, kültürel ve fiziksel çevrenin korunması ve geliştirilmesine önemli katkıda bulunacağı görüşü benimsenmiştir (Buckley, 1994).

2.8.6 Avrupa Birliği'nin Sürdürülebilir Turizm ve Çevre İlişkisine Bakışı

Avrupa Birliği'nin Beşinci Çevresel Eylem Programı, turizmi çevre için potansiyel bir tehdit olarak belirlemiştir. Buna göre, topluluk çevre politikası, turizm sektörü ile genel olarak ilgilidir ve deniz suyunun kalitesini sağlamaya, havayı kirleten emisyonları azaltmaya veya kentsel çevreyi iyileştirmeye yönelik tedbirleri içerir. Kitle turizminin daha iyi planlanması ve yönetilmesi, sürdürülebilir turizm kalkınması ve turistlerde çevre bilincinin artırılması, Avrupa Birliği'nin ilgilendiği temel konulardır (Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliği, 2001).

Altıncı Kalkınma Planı döneminde, turizmin negatif etkilerini azaltmak için birçok tedbirin alındığı görülür. Bu uyarıcı nitelikli politikaların dikkatle değerlendirilmesi ve bunları gerçekleştirebilecek araçların geliştirilmesi zorunludur. Devlet dışındaki kurumların organize olarak ortaya çıkan sorunların daha geniş bir platformda ele alınması, sorunları paylaşan yerel yönetim birliklerinin oluşması, deniz kirliliğinin önlenmesi, mavi bayrak uygulaması, atık kontrolü, doğal çevredeki çeşitli gelişmelerin denetlenmesi ve bu denetim ilkelerinin işletmeci ve yatırımcı tarafından anlayışla benimsenmesi ile birçok sorun sürdürülebilir turizm olgusunu geçerli kılacaktır.

Çevreye duyarlı turizm politikaları ve ilkeler geliştirilirken devlet dışındaki kurumlar etkili olması sağlanmalıdır. İlk planda; enerjinin verimli kullanılması, hava ve su kirliliğinin önüne geçilmesi, kaynak kullanımında 'kullan at' yerine, yeniden kullanma, atık maddelerin ve atık suların kontrol altına alınması gibi öncelikle fiziki çevredeki kirlenici faktörlerin azaltılması ele alınmalıdır. Aksi takdirde devletler her zamanki gibi planı yapacak, yapılması gerekenleri sıralayacak ya da yasa çıkaracaktır. Devlet ve toplum tüm bu faaliyetlerde içiçe olmalı beraber hareket etmelidir.

2.8.7 Türkiye'nin Sürdürülebilir Kalkınma Stratejisinin İlkeleri

Türkiye'de güncel alanda çevre olgusunun yasalarımızda yer almaya başlamasında ilk adım, 1982 Anayasası ile atılmıştır. Sürdürülebilirlik yaklaşımın ise, Türkiye'de Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı kapsamına alındığı görülmektedir. Yedinci Beş Yıllık Plan içinde yer alması için saptanan "Sürdürülebilir Kalkınma Stratejisinin" ilkeleri şunlardır (TC Başbakanlık DPT, 2001):

- Toplumsal menfaatlerin gözetilmesi,
- Yaşam kalitesinin yükseltilmesi,
- Doğanın canlılığının ve çeşitliliğinin korunması,
- Yenilenemeyen kaynakların tüketiminin azaltılması,
- Dünyanın taşıma kapasitesi içinde kalınması,
- Kişisel eğilim ve davranışların değiştirilmesi,
- Toplumun kendi çevresine önem vermesinin sağlanması,
- Küresel birlik yaratılması,
- Kalkınma ve koruma arasında entegrasyon sağlayabilmek için ulusal bir strateji oluşturulmasıdır.

Tüm bu stratejileri hayata geçirmede en önemli adımı Turizm Bakanlığı atmaktadır. Ayrıca sürdürülebilir turizmi desteklemek için; turizmin çeşitlendirilmesi, sezonun uzatılması ve tüm yıla yayılması faaliyetleri doğaya, çevreye ve kültürel değerlere duyarlı turizm hareketleri oluşturulması yönünde politikalar da geliştirilmeye çalışılmaktadır.

Türkiye'de planlı gelişimi öngörülen önemli turizm alanları olan örnek alanlarda; bunlar Ürgüp ve Side olarak seçilmiştir; bölgenin turizm potansiyelinin ve gelişme yönündeki etkisinin istatistikleri hazırlanmaktadır. Bu yapılırken, turizm gelişiminin hızlı olması halinde bölge kimliğini yansıtan değerlerin tahrip olduğu, buna karşın "doğal ve kültürel çevrenin korunması" yönünde, turizm sektörünün konumlandığı bölgeler için daha fazla umut taşıdığı elde edilen önemli sonuçlarıdır (Gezici, 1998).

2.9 Geleceğe Yönelik Eğilimler

2.9.1 Uluslararası Turizm Hareketlerinde Geleceğe Yönelik Eğilimler

Uluslar arası turizmde gelecek dönemlerde ne gibi değişmelerin olacağı konusunda değişik varsayımlar yapılmaktadır. Her ne kadar bu varsayımlar gerçekleşen rakam ya da olaylarla paralellik göstermese de, gerekli çalışmaların yapılması için ön verilere gereksinim duyulmaktadır. Ortaya çıkan sapmaların nedenleri arasında kısa ya da uzun süreli toplumsal, ekonomik veya politik dalgalanmalar yer almaktadır. Örneğin; Doğu Avrupa'da meydana gelen son gelişmeler sonucunda bölgedeki turizm endüstrisi belirli bir süre hareketsiz kaldıktan sonra yeniden yapılanma dönemine girmiştir.

Yapılan araştırmalardan çıkarılan ortak sonuçlar, uluslar arası turizm hareketlerinde gelecek yıllarda beklenen gelişmelerin şu şekilde olabileceğini göstermektedir (Kozak vd., 2006):

- Turizm talebindeki sayısal büyümenin devam etmesi beklenmektedir. Dünya Turizm rgt (WTO) yapılan bir tahmine göre, uluslar arası turizm hareketlerine katılacak kişi sayısının 2010 yılında 1 milyara ulaşması beklenmektedir. Benzer şekilde uluslar arası turizm harcamalarının da 2010 yılında 1.5 trilyon dolara yükselmesi beklenmektedir. Uluslar arası turist sayılarının bölgeler itibariyle dağılımı konusunda yapılan tahmin çalışmalarında ise, kabul edilen turist sayısı bakımından Doğu Asya/Pasifik bölgesinin gelecek yıllarda en önemli artışı kaydederek, Avrupa bölgesinden sonra ikinci sıraya yerleşmesi beklenmektedir. Önümüzdeki yıllarda hem turist sayısı, hem de turizm geliri açısından gelişme gösterecek bölgelerden birisi olarak da Afrika görülmektedir. Bugünkü durum itibariyle, elde edilen turizm gelirleri bakımından bölgelerin sıralanması Avrupa, Amerika, Doğu Asya/Pasifik, Ortadoğu, Afrika ve Güney Asya şeklinde-dir.
- Teknolojik gelişmeler sonucunda insan gücünün yerini otomasyonun alması ve bireylerin çalışma sürelerinin daha da kısalması beklenmektedir. Böylece boş zamanı artan bireylerin belirli bir süre için de olsa, sürekli yaşadıkları bölgeden ayrılarak kısa ya da uzun süreli turizm hareketlerine katılmaları sağlanabilecektir. İleri bir teknolojinin ve yeni bir örgütlenmenin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan boş zaman kavramı, bireyler tarafından özgürce seçilen ve kullanılan bir zaman dilimi olarak ifade edilmektedir. 1870’li yıllarda Batı Avrupa lkelerinde uygulanan haftalık çalışma süresi ortalama 53 saat iken, günümüzde bu saatin 40 saate indirilmesi sonucu çalışanların yılda yaklaşık 676 saat ücretli tatil yapma hakkı sağlanmış olmaktadır. Buna bağlı olarak, tıp alanındaki gelişmeler ışığında sanayileşmiş ülkelerde yaşayan insanların ortalama yaşam süresi 75 yıla ulaşmış bulunmaktadır. Konu ile ilgili yapılan bazı çalışmalarda, 2020’li yıllarda ABD’de emeklilik yaşının 50 yaş sınırına inerken, ortalama yaşam süresinin de 100 yaş sınırına yükseleceği tahmin edilmekte; böylelikle ortalama gelir düzeyine sahip olan bireylerin boş zamanlarını değerlendirebilmek için “ev dışı” aktivitelerle ve ikinci konutlara yönelmek isteyebilecekleri belirtilmektedir.

- İnsanlar sürekli olarak hareket etme gereksinimine ve yeni yerler görme isteğine sahiptir. Aynı zamanda, kültür ve eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin turizm etkinliklerine daha yoğun bir şekilde katıldıkları bilinmektedir. Yapılan araştırmalar, gelecek dönemlerde bireylerin eğitim düzeylerinin daha da yüksek olacağını göstermektedir. Bu nedenle, turizm hareketlerine katılan kişi sayısında da artış gözlenebilecektir.
- Geçmiş dönemlerde olduğu gibi gelecek yıllarda da uluslar arası sportif karşılaşmalar düzenlemeye devam edildiği için bazı ülkeler ev sahibi, bazıları da katılımcı ve izleyici olarak spor karşılaşmalarında yer alacaklardır. Bu ise uluslar arası turizm hareketlerinin daha da gelişmesine katkıda bulunacaktır. Örneğin; uluslar arası düzeyde düzenlenen olimpiyatlar ile Avrupa ve dünya futbol karşılaşmaları gün geçtikçe birçok spor severi kendine çekmektedir.
- Turizm talebi giderek artan bir şekilde farklılaştırılacak ve pazar bölümlendirilmesine gidilecektir. Uluslararası turizm hareketlerinde ilk sırada yer alan Avrupa bölgesi turizmde, şehir turlarının yaz ve kıyı turizmine oranla daha hızlı gelişmesi; grup turlarından çok bireysel seyahatlerin artış göstermesi; yaşlı ve genç grup turizminin diğer yaş gruplarına oranla hızlı gelişmesi; kültürel ve aktivite turlarına daha fazla katılım olması; ve fuar, kongre ve turizmine yönelik talebin daha fazla artış göstermesi beklenmektedir.
- Bireylerin yılda birden fazla seyahate çıkmaları ve uzun mesafeli seyahatlerin artış göstermesi beklenmektedir. Bu gelişme sonucunda ise, geleneksel pazarın yanı sıra özellikle Kuzey Atlantik, Asya Pasifik ve Asya ilkelerinin uluslararası turizmden alacakları payın artması beklenmektedir. Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan bir araştırmaya göre önümüzdeki yıllarda yüksek gelir grubundaki turistlerin Asya-Pasifik bölgesindeki ülkeleri tercih edecekleri belirtilmiştir. Böylelikle, Asya-Pasifik bölgesinin, 1991 yılında turist sayısı bakımından dünya turizminde %14.4 olan payını 2020 yılı sonunda %25,4 düzeyine çıkaracağı hesaplanmıştır.
- Doğu Avrupa'daki 1990 dönemi sonrası yaşanan politik ve ekonomik değişimler, uluslar arası turizm hareketlerinde değişme ve çeşitliliğe yol açacak düzeydedir. Kültür turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan Rusya, Romanya, Çek

Cumhuriyeti ve Bosna-Hersek gibi savaş ve teröre konu olan ülkelere yönelik turizm talebinin artması beklenmektedir. Örneğin; Fiji'deki devrimden sonra ülkeye yönelik turizm hareketlerinde artış gözlenmiştir. 2004 yılı itibariyle Polonya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti ve Rusya en çok yabancı ziyaretçi kabul eden ülkeler sıralamasında ilk 20 içinde yer almıştır. Turizm gelirleri açısından ise, bu ülkeler önemli bir gelişme kaydetmiştir. Benzer şekilde, dış turizm harcamaları bakımından uluslararası arası turizm verileri içinde de önceki yıllara oranla artış göstermeleri, bu ülke vatandaşlarının gelecek yıllarda önemli bir potansiyel olduklarına işaret edilebilir.

- Avrupa Birliği (AB) ile ilgili düzenlemeler uluslar arası turizm hareketlerini etkileyecek düzeydedir. AB, ortak para birimine ve hukuk düzenine geçiş konularında ele aldığı genel ve turizme yönelik spesifik kararları ile üye ülke vatandaşlarının AB sınırları içerisinde seyahat etmesini teşvik etmektedir. Örneğin; ortak para birimine geçiş ile birlikte, turistler satın aldıkları mal ve hizmetlerin karşılaştırılmasını daha kolay bir şekilde yapabilmekte ve döviz vb. bürokratik sorunları ortadan kaldırmaktadır. Sınır geçişlerinde vize zorunluluğunun kaldırılması önemli bir psikolojik motivasyon unsurudur. Üye ülkeler içinde seyahat etmek isteyen turistlere verilecek seyahat kredileri önemli bir motivasyon unsurudur.
- Günümüz turistleri hızlı gelişen ve aşırı derece de ticarileşen deniz-güneş-kum özelliğini yansıtan turizm bölgelerinden yorulmuş görünmektedir. Bu nedenle günümüzde uluslar arası turizm hareketlerinde halen etkili olan geleneksel paket turların gelecek yıllarda önemini yitirmesi beklenmektedir. Bununla birlikte, ekonomik kolaylıklar ve güvenlik gibi paket turların sağlamış olduğu avantajlardan yararlanmak isteyen kesim için paket turlar önemini koruyacaktır.
- Diğer sektörlerde olduğu gibi turizmde de artan rekabet, teknolojik yenilik, hizmet kalitesi, tüketici bilinci ve tatmini gibi kavramları da beraberinde getirerek turizm sektörünün kendisini yenilemesini zorunlu kılacaktır. Nitekim değişen tüketici istek ve gereksinimleri sonucunda mevcut hizmet kalitesi ve tüketici tatminin arttırılması amacıyla turizm işletmeleri şimdiden çalışmalara başlamışlardır. Örneğin; bazı otel işletmeleri müşterilerine daha iyi hizmet verebilmek için odalara internet bağlantısı sağlayarak talebin bu yöndeki gereksinimine karşılık vermektedirler.

- 1950’li yıllarda kendisini uluslar arası turizmde yoğun bir şekilde göstermeye başlayan Akdeniz Bölgesi, daha sonraki dönemlerde giderek artan turizm talebi sonucunda çevre kirliliği vs. etkenler nedeniyle sorunlu bir bölge durumuna gelmiştir. Günümüzde Akdeniz ülkeleri, yaz turizminde kapasitelerini doldurmaktadırlar. Ek olarak, Uzak Doğu, Pasifik ve ABD gibi alternatif turizm bölgelerine olan ilginin daha da artması ile birlikte gelecek dönemlerde Akdeniz bölgesine yönelik uluslar arası turizm talebinde düşüş beklenebilir.
- Yapılan araştırmalar, gelecek dönemlerde yaşlı kesimin toplam nüfus içindeki payının daha da artacağını göstermektedir. Buradaki önemli etken, gelişmiş ülkelerde doğum oranının düşük olması nedeniyle toplam nüfus içinde yaşlı nüfusun payı artarken genç nüfusun payının önemli ölçüde azalmasıdır. Günümüz turizm sektörünün temel özelliklerinden birisi, talebin gelişmiş ülkeler tarafından yaratılmasıdır. Bu nedenle, özellikle gelişmiş ülkelerdeki yaşlı nüfus kesimi dikkate alındığında bu kesimin toplam aktif turizm talebi içindeki payının da artması beklenmektedir. Demografik değişim açısından yaşlı turist gruplarının sezon dışı dönemleri de tercih etmeleri de beklenmektedir. Yapılan araştırmalarda 1990-2000 yılları arasında Avrupa ülkelerinde yaşayan 55-60 yaş grubunda % 10, 60-65 yaş grubunda %22 ve 65 yaş üstü yaş grubunda da %54’lük bir artış olacağını hesaplamıştır. Buna bağlı olarak, iç turizm hareketlerine katılacak üçüncü yaş turist grubu sayısında 1990-2000 yılları arasında %80 artış olduğu görülmüştür.
- İyi bir eğitim almak isteyen genç nüfus ise, en az bir yabancı dil öğrenmek için diğer ülkelere gitme eğilimi içindedir. Bu amaçla uygulanmaya başlanan ülkeler arası öğrenci değişim programları sayısı giderek artmaktadır. Örneğin; AB ülkeleri arasında düzenlenen ve “Erasmus” adı verilen öğrenci değişim programları gibi. Günümüzde ABD ve İngiltere gibi ülkeler düzenlemiş oldukları yabancı dil kursları ve lisans ve lisansüstü programları ile dünyanın bir çok ülkesinde genç nüfusu kendilerine çekmektedir. Böylelikle söz konusu ülkelerde önemli bir alan haline gelen eğitim sektörü, sonuçta turizm sektörünün de gelişmesine basamak oluşturmaktadır. Günümüzde kültür, spor, eğitim vb. nedenlerle turizm hareketlerine katılan gençler, gelecek dönemlerde potansiyel turizm kitlesini oluşturmaktadır.

- Hızlı trenlerin artması ve hava yolu işletmeciliğindeki gelişmeler komşu ülkelere kısa süreli seyahatleri arttırabilir. Halen Batı Avrupa ülkeleri arasında kısa süreli organize olmayan seyahatler önemli yer tutmaktadır. ABD ile Avrupa arasındaki uçak fiyatlarının ucuzlaması, iki kıta arasındaki turist trafiğini arttırabilir.
- Bilgi teknolojisi ve iletişim ağıları turizm endüstrisinde daha yoğun bir şekilde kendisini gösterecektir. Kağıt üzerinde basılı broşürler, yeni bilgisayar ortamında hazırlanan görsel broşürlere (internet vs.) bırakacak ve potansiyel turistlerin gitmek istedikleri bölgeler hakkında ayrıntılı bilgiler alabilmeleri daha da kolaylaşmış olacaktır. Öte yandan, bilgisayar teknolojisinin ve endüstride yoğun bir şekilde kullanıma girmesinin beraberinde getireceği etkiler üzerinde tartışmalar hız kazanmıştır. Bazı araştırmacılar, bilgisayar teknolojisinin olumlu yönleri kadar olumsuz yönlerinin de olacağına işaret etmektedirler. Bunlar arasında bilgisayar ortamında oluşturulacak görsel turizm destinasyonlarının insanları uluslar arası turizm hareketlerine katılmaktan alıkoyması başta gelmektedir. Ayrıca, gelecek dönemlerde aracı seyahat acentelerine gerek olup olmayacağı, olacak ise uluslar arası turizm hareketlerinde ne gibi işlevlere sahip olacakları tartışılan bir diğer konudur.
- Bilim adamlarının uzay teknolojisi konusunda yapmış oldukları çalışmalar ve kamu oyuna sundukları ipuçları ışığında 21.yüzyılın uzay çağına geçişte önemli bir basamak olacağı söylenebilir. Günümüzde yapılan çalışmalar ve alınan kararlar, bu etkilerin sonucunu doğrudan turizm sektörüne de yansıtacağına işaret etmektedir. Uzay teknolojisinin gelişmesi ile birlikte, “uzay turizmi” adı altında yeni ve ilginç yeni bir turizm türü kendisini gösterebilecektir. Nitekim bu konudaki çalışmalar hala devam etmekte olup, 2010’lu yıllarda NASA tarafından uzaya paket programların düzenlenmesi beklenmektedir. Örneğin; NASA’nın 2025 yılında uzaya düzenleyeceği tur satışları daha şimdiden tamamlanmıştır. Söz konusu gelişmeler ve hedefler ışığında uzay teknolojisinin insanoğlunun günlük yaşantısına olduğu kadar ‘turizm kavramı’na da yeni ve çok önemli bir boyut kazandıracağı söylenebilir. Günümüz turisti tatil için gittiği bölgenin fotoğrafını ‘kartpostal’ olarak arkadaş ve akrabalarına gönderirken potansiyel turist tipi belki de uzay fotoğraflarını uzay postası ya da daha gelişmiş bilgisayar teknolojisi ile dünyaya gönderebilecektir. Bugün dünyada yeni yeni gelişmeye başlayan internet üzerinden iletişim belki de 10-15 yıl sonra uzaya giden

tanıdıklarımız ile bir iletişim aracı olarak yaşam biçimimize farklı bir özellik kazandıracaktır.

- Çevreye duyarlı turizm hareketlerinde ve bu konuda alınacak önlemler konusunda önemli bir gelişme beklenmektedir. Turist kabul eden ülkelerin yanı sıra uluslar arası tur operatörleri ile Dünya Turizm Örgütü, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi ve Dünya Çevre Örgütü gibi uluslar arası kuruluşlar çevreye duyarlı turizm hareketlerinin teşvik edilmesi konusunda çalışmalarını yürütmektedirler. Bu kapsamda, örneğin; AB sahillerinin temiz korunması için mavi bayrak uygulaması başlatılmıştır. Alman tur operatörü TUI, satış listesine dahil ettiği bölgelerdeki uygulamaların çevreye duyarlılığı konusunda raporlar hazırlamakta ve her yıl sonunda bir değerlendirme yaparak bu konuda düşük performans gösteren bölgeler ile turizm işletmelerini satış listesinden çıkarmaktadır. Ek olarak turistlerin de gittiği bölgelerin tarihi, kültürel ve doğal değerlerinin korunmasına katkıda bulunmaları ve ortak yaşam biçimine saygı göstermeleri önerilmektedir. Bu tür çalışmalar turizm ile yeni tanışmaya başlayan ya da başlayacak olan özellikle de ekolojik ve kültürel değerler açısından önemli bir potansiyele sahip olan bölgeler için daha da önem kazanacaktır. Örneğin ada ülkeleri, Afrika ve Güney Amerika ülkeleri gibi.

Uluslar arası turizmin geleceği konusunda ulaşılan sonuçlar özetlenecek olursa, hızla artan nüfus miktarının, refah düzeyinin, büyük bir tüketici kitle haline gelmekte olan gençlik kesiminin, erken emeklilik olanaklarının, artan eğitim ve kültür düzeyinin, çağın psikolojik baskılarından kurtulma isteğinin ve merak, gezip görme isteğinin gelecek dönemlerde dünya turizm hareketlerini geliştiren belirgin unsurlar olacaklarını söylemek mümkündür.

Bununla birlikte toplumsal, ekonomik, politik, çevresel ve sağlıkla ilgili değişmelere karşı duyarlı olan turizm endüstrisinde risk yüksektir. Bu nedenle, gelecek dönemlerde uluslar arası düzeyde kendisini gösterebilecek, savaş, uluslar arası terörizm, yaşanan bölgesel ve uluslar arası durgunluklar, politik istikrarsızlıklar, sosyal çalkantılar ve bulaşıcı hastalıklar gibi olası etkenlerden dünya turizmi olumsuz etkilenecek ve yukarıda belirtilen söz konusu trendler kısa ya da uzun dönemde olumsuz yönde değişebilecektir.

2.9.2 Türkiye Turizminde Geleceğe Yönelik Eğilimler

Dünya turizminde gelecek dönemlerde oluşacak olası gelişmelerden Türkiye'nin de etkilenip etkileneceğinin bilinmesi gerekir. Hiç kuşkusuz, Türkiye ve diğer benzeri dünya ülkeleri ile ilgili toplumsal, siyasal ve ekonomik gelişmeler bir yana bırakıldığında, Türkiye'nin dünya turizm hareketlerinde meydana gelen gelişmelerden olumlu bir şekilde etkileneceğini söylemek daha kolay olacaktır. Ancak, son yıllarda turist gönderen bazı ülkelerde ekonomik dar boğazlar (İngiltere gibi) ile Türkiye'nin komşu olduğu ülkelerde kendisini gösteren toplumsal ve siyasal gelişmeler Türkiye turizmini olumsuz yönde etkilemektedir. Türkiye turizmi ile ilgili gelecek dönemlerdeki olası gelişmeler de şu şekilde özetlenebilir:

- Bilindiği gibi, uluslar arası turizm hareketlerinden Türkiye'nin 2004 yılı itibariyle aldığı pay, turist sayısı ve turizm geliri olarak, %4,0 düzeyindedir. Bu oran İspanya için %12,9, İtalya için %8,9 düzeyindedir. Ayrıca Türkiye'nin turizm gelirlerinin toplam gayri safi milli hasıla (GSMH) içindeki payı, 2004 yılında %5,7 olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte aynı oran İspanya'da %6,9, Portekiz'de %6,4, Yunanistan'da %6,5 ve Fransa'da %18 düzeyinde gerçekleşmiştir. Türkiye'nin turizm açısından sahip olduğu doğal, kültürel ve ekonomik vb. potansiyel değerleri planlı ve verimli bir şekilde değerlendirilmesi durumunda gelecek dönemlerde uluslar arası turizm hareketlerinden alacağı pay daha da yüksek olabilecektir. Bunun için de, Türkiye'ye gelen turistlerin profilinin belirlenmesi ve alternatif turizm türlerinin uygulamaya geçirilmesi gerekmektedir.
- Son yıllarda turizm hareketlerini yılın bütün dönemlerine yaymayı amaçlayan yat turizmi, kongre turizmi, av turizmi, golf turizmi, kış turizmi, dağ turizmi, yayla turizmi ve termal turizm gibi turizm türleri gelecek dönemlerde Türkiye turizminin gelişmesinde katkıda bulunacaktır. Bu amaçla, yayla turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan Doğu Karadeniz bölgesindeki 55 yayla merkezinde çalışmalara başlanmıştır. Yaklaşık 1300 jeotermal kaynağa sahip olan Türkiye'nin gelecek dönemlerde termal turizmde önemli gelişmeler sağlayacağını söylemek mümkündür. Zira, Turizm Bakanlığı içinde bulunduğumuz dönemde yaklaşık 30 termal alanı "turizm merkezi" ilan ederek buralardaki termal turizm yatırımlarını teşvik etme kararı almıştır.

Kış turizmine yönelik olarak yapılan çalışmalarda ise, ilk aşamada Uludağ, Elmadağ, Kartalkaya, Ilgaz, Erciyes, Sarıkamış ve Palandöken yerleşimleri turizm merkezi ilan edilmiştir. Türkiye’de golf turizminin gelişmesi ile ilgili olarak Ege ve Akdeniz kıyılarında uluslar arası standartlara uygun 11 adet golf alanı planlanmıştır. Türkiye’de son yıllarda önemli gelişme gösteren yat turizmine yönelik halen 7468 yat kapasiteli 26 yat limanı ve çekek yeri bulunmaktadır.

- Günümüze değin Türkiye’ye yönelik turizm faaliyetleri daha çok kıyı turizmine yönelik olmuştur. Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçilerin ikinci amacının kültürel değerleri gezmek-görmek olduğu ve buna bağlı olarak son yıllarda kültür turizmine yönelik çalışmaların ağırlık kazandığı dikkate alınır, gelecek dönemlerde Türkiye’nin kültür turizminde de önemli bir paya sahip olacağı söylenebilir.
- Turizm sektörüne tanınan teşvikler sonucunda 1980’li yılların başından itibaren Türkiye’ye gelecek yabancı turist sayısında önemli artışlar gözlenmiştir. Son dönemlerde OECD ülkelerinden (özellikle 1990 yılından itibaren), Türkiye’ye yönelik turist girişindeki düşüşe karşın, yeni yapılanlar sonucunda özellikle Doğu Bloku ülkelerden Türkiye’ye giriş yapan yabancıların sayısında önemli artışlar kaydedilmektedir.
- 1995 yılından itibaren Avrupa’da “tek pazar” uygulamasına geçilmesi ile birlikte, üye ülkelerinden Türkiye’ye yönelik dış turizm talebinde önemli değişimler olmaya başlamıştır. 350 milyon nüfusu bünyesinde barındıran söz konusu birlik, üye ülkeler arasındaki sınırları ve sınır giriş-çıkışlarındaki bürokratik işlemleri ortadan kaldırmakta ve yalnızca üye ülkelere seyahat etmek koşulu ile vatandaşlarına çeşitli finansal kolaylıklar (kredi verme gibi) sağlamaktadır. Örneğin; İngiltere hükümeti 1993 yılında yaptığı bir açıklamada, vatandaşlarının Avrupa Birliği ülkeleri dışında ülkelere seyahat etmek istemeleri durumunda ek vergi koymaya başlayacağını bildirmiştir. Bu nedenle Türkiye, gelecek dönemlerde Amerika, Kanada, Çin ve Türk cumhuriyetleri gibi ülkelerden turist çekmenin yöntemlerini şimdiden belirlemek zorundadır. Günümüzde en çok ABD’li turist çeken ülkeler sırasıyla İtalya, İspanya ve Fransa’dır. Türkiye ise son sıralarda yer almaktadır.

- Türkiye’de son yıllarda iç turizm hareketlerine katılan kişi sayısında da önemli artışlar gözlenmektedir. Söz konusu bu artışta Türkiye’de turizm sektöründe son yıllarda yaşanan dalgalanmaların yanı sıra dinsel ve ulusal bayramlar ile yılbaşı tatillerinin etkisi büyük olmaktadır. Hafta sonlarında yapılan günübirlik ya da birkaç günlük kısa seyahatler Türkiye’de iç turizm hareketlerinin gelişmeye açık olduğunu göstermektedir. Diğer yandan, Türk vatandaşların dışarıda yeme-içme alışkanlığı kazanmaya başlaması, sonuçta iç turizm hareketlerinin daha da artmasına basamak oluşturmaktadır. Ancak Türkiye’de iç turizm anlayışının sosyal turizm kavramı ile ilişkili olduğunu göz ardı etmemek gerekir. Bu nedenle kamu ve özel sektör kuruluşlarının çalışmalarına boş zaman ve finansman gibi teknik konularda sağlayacağı kolaylıklar ile konaklama işletmeleri ve seyahat acentelerinin iç turizme yönelik çalışmalarına daha çok önem vermeleri sonucunda iç turizm hareketlerinde önemli bir canlanma görülecektir.

Böylelikle iç turizmin geliştirilmesi ile birlikte iç ve dış turizmde görülecek talep çakışması Türkiye’de daha önce turizme açılmamış alanların turizme açılmalarını sağlayarak arz artışına neden olacaktır. Bir yörenin önce iç turizme ve kısmen dış turizme açılması; altyapısının hazırlanması, yatak kapasitesinin artması ve istenilen düzeye getirilmesi ile söz konusu olabilir. Öncelikle, iç talebin kaydığı alanlar, uzun dönemde dış turizm talebinin de bu alanlara kaymasına yol açacaktır. Böylelikle, iç turizmin gelişmesi, dış turizmin gelişmesine basamak oluşturacaktır. Diğer yandan yerli turistlerin kendilerine yakın ya da uzak bir bölgeye seyahat etmeleri sonucunda ülkelerini daha iyi tanıma şansına sahip olabilecekleri gibi, ekonomik anlamda da daha çok ülkelerinde üretilen malları tüketme eğiliminde olacakları için mevcut üretim kapasitesinin katmasına katkıda bulunacaklardır. Turizm sektöründe istihdam edilen personelin daha çok düşük gelir grubundaki kişilerin oluşturması nedeniyle ülkenin diğer gelişmiş bölgelerinden gelecek yerel turistler aracılığıyla bölgeler arasındaki ekonomik ve sosyal dengesizlik azaltılacaktır. Bu açıklamalara bağlı kalarak Türkiye’de iç turizmin geliştirilmesinin önemi daha iyi anlaşılacaktır.

- İsrail ile Filistin devletlerinin 13 Eylül 1993 tarihinde aralarında “Barış Antlaşması” imzalamalarının bir sonucu olarak, Türkiye’nin de üye olduğu Akdeniz Ülkeleri Turizm Birliği’nin kurulmasına ilişkin antlaşmanın imzalanması, hem uluslar arası turizm hareketlerinin, hem de Türkiye turizminin gelişmesinde olumlu bir etken olacaktır. Akdeniz havzasında istikrarın sağlanması ile birlikte Türkiye, Mısır,

Yunanistan ve İsrail'i kapsayan kruvaziyer paket turlara olan talebin artması beklenmektedir.

- Türkiye turizminde önemli bir gelişme de, sayıları artan ve yaygın turizm eğitim programları ile son yıllarda Türkiye'de turizm bilinçli bir şekilde yerleşmeye başlaması sonucunda turizm sektörüne yönelik çalışmaların daha duyarlı bir hale getirilmesi olacaktır.
- Çin, Türkiye turizminin önümüzdeki dönemde ciddi bir pazarı olabilecek bir ülkedir. Çin ekonomisinin son yıllarda gösterdiği performans ve ülkenin nüfusu, pek çok ülkenin iştahını kabartmaktadır. Günümüzde Çin'de 2500 ve daha yukarı gelire sahip olanların toplam nüfusa oranı %26.5'dir. bu anlamıyla Çin nüfusunun yaklaşık ¼'ü, turizm alanında potansiyel tüketici konumuna ulaştığından söz edilebilir. 2010 yılında dünyada uluslar arası seyahate katılacak 1 milyar turistin 100 milyonunun Çinli olacağı hesaplanmaktadır. Çin'le turizm ilişkilerinin geliştirilmesi amacıyla Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) tarafından bir ekip 1998 yılında bu ülkeye girmiştir. Türk Hava Yolları'nın 1998 yılında Pekin'e direkt uçuşlarına başlaması, Çin'den Türkiye'ye gelen turist sayısının artmasına olumlu yönde etkide bulunmuştur.
- Tüm bu olumlu gelişmelere karşın turizm gerek uluslar arası gerekse ulusal düzeyde toplumsal, ekonomik ve siyasal değişimlerden etkilenmesinin bir sonucu olarak Türkiye'nin bazı yörelerinde var olan asayiş sorunlarının ve bu sorunların dünyada uyandırdığı etkilerinin de, kısa dönemde Türkiye turizmini olumsuz etkileyeceği kuşkusuzdur. Öte yandan, mevcut sorunlar ortadan kaldırılrsa bile, Türkiye'nin dünyada çatışmaların ve savaşların en çok yaşandığı bölgenin içinde yer alması nedeniyle sürekli olmasa bile, zaman zaman 1991 yılında yaşanan "Körfez Krizi", 1997 yılında yaşanan Kosova Savaşı ve 2002'de başlayan Irak Savaşı gibi olayların etkisinde kalması kaçınılmaz görülmektedir.

3. TURİZM YATIRIM PROJELERİ

3.1 Turizm Yatırım Projelerinin Niteliği

3.1.1 Kavramlar

3.1.1.1 Yatırım Kavramı

En basit şekliyle yatırım, üretim amacıyla yapılan harcamaların tümü anlamına gelmektedir. Geniş anlamda ise yatırım "ülkede bir dönem içinde üretilen ve ithal olunan mallardan tüketilmeyerek sonraki döneme kalan kısımdır". Aynı açıdan yatırımın ülkenin üretim gücüne yapılan eklemeler olarak tanımlandığı görülmektedir. İşletme seviyesinde ise işletmelerin üretim güçlerinde kapasite-artış yada süreklilik sağlanması yatırım olarak belirlenmektedir. Çeşitli yatırım kavramları şunlardır:

- Gayri safi (Grosa) ve safi (Net) yatırımlar.

Gayri safi yatırım bir dönem boyunca yapılmış olan yatırımların top yekun kıymetini ifade eder. Net yatırımlar ise aşınma ve etkiye ile günü geçme ve türlü hasar ihtimallerine karşılık tutulacak bir meblağın indirilmesinden sonra kapital mevcuduna yapılmış net ilaveler kıymetini ifade eder. (Kapital mevcudu derken ham ve yarı mamul malları ve satışa hazır haldeki mamuller ifade edilir). Net yatırım, tesislerin genişletilmesi iyileştirilmesi ve yeni kapasite eklenmesi için yapılan yatırımlarla, stoklarda dönem içinde olan artışları da kapsar. Buna göre her çeşit yeni yatırım tamamlanma yatırımları ve stok artışları net yatırımdır.

- Bağımsız (autonom) ve uyarılmış (induced) yatırımlar:

Bağımsız yatırımlar zaman ve satış miktarlarına bağlı olmaksızın yapılan yatırımlardır. Başka bir deyişle milli gelir seviyesindeki değişimlerden etkilenmeyen yatırımlar bağımsız yatırımlardır.

Uyarılmış yatırımlar ise milli gelirden olası bir değişimin tüketim harcamalarıyla satış miktarına göre uyarılmış olarak girişimcilerin karar verdikleri yatırımlardır.

- Reel ve Mali yatırımlar:

Üretim vasıtaları ve milli servet teşkil eden kıymetlere bir ilave katkı sağlayan yatırımlar reel yatırımlardır. Örneğin yeni kurulan bir turistik tesis, bina, fabrika, liman, v.s. gibi üretildiği dönemde insan emeğine istihdam sağlayan, dolayısıyla reel gelirin seviyesini değiştiren yatırımlar reel yatırımlardır.

Mali yatırımlar ise kıymetli evrak, bir mal veya bir alacağın, mevcut bir üretim tesisinin el değiştirmesidir. Bu olay bir hukuki tasarruftan ibaret olup yalnızca o hakkı satın alan kişi açısından yatırımdır. Sözü edilen yatırım sadece el değiştirmiştir. Ülke açısından bunun ekonomik anlamda bir değeri bulunmaz. Yapı üretimi reel belirli bir yapının satılarak el değiştirmesi mali yatırımlara dahildir.

Yatırım kavramının kullanılma alanları ve anlamları:

- a) Ekonomide yatırım: Milli gelirin yeni üretim üniteleri kurmak veya eskiyen üniteleri yenilemek için ayrılan kısmı anlamındadır. Stoklardaki artışta yatırıma dahildir.
- b) Girişimci için yatırım: Nakdî sermayenin üretim yapacak makine ve teçhizata dönüşümünü kasteder, işletmeye yatırılan bu nakdî sermaye amortisman ve kârlarla tekrar nakdin sermaye haline dönüşecek ve girişimciye geri gelecektir.
- c) Finansman diliminde yatırım: Gelir getirmeyen nakdin (örneğin paranın) daha az likit aktiflere çevrilerek, gelir getirir hale konmasıdır.
- d) Eğitimde de yatırım terimi kullanılır. Örneğin A.B.D. de yapılan araştırmalarda iktisadi yönden en verimli yatırımın insanların eğitime yapılan yatırım olduğu gözlenmiştir.

Bir projeye bağlı olarak yapılan yatırımların sınıflandırılması:

- a)Yeni yatırımlar: Ekonomide esasen üretilmekte olan veya henüz üretimi bulunmayan bir mal veya hizmetin üretilmesine dönük yatırımlardır.

b)Tamamlama ve modernizasyon (tevsii)yatırımları: Kurulu bir tesisin mal ve hizmet üretim kapasitesini arttırmak amacıyla yapılan yatırımlardır.

c)Yenileme ve idâme yatırımları: Mal ve hizmet üretiminde kapasite arttırılmaksızın teknik veya ekonomik ömrünü tamamlayan alt yapı, tesis, makine ve teçhizatın yenilenmesi amacıyla yapılan yatırımlardır.

3.1.1.2 Turizm Yatırımı Kavramı

Turizm yatırımları; alt yapı yatırımları, konaklama tesisleri yatırımları ve diğer hizmet tesisleri yatırımları olmak üzere üç ana grupta toplanabilir.

A- Alt Yapı Yatırımları; Bunlar; genellikle merkezi veya bölgesel kamu kuruluşları tarafından gerçekleştirilen yol, liman, köprü, havaalanı gibi alt yapı tesisleri ve su, elektrik, kanalizasyon ve telekomünikasyon gibi temel hizmetlere dönük yatırımlardır. Bu yatırımların gerçekleştirilmesinde temel amaç doğrudan turizm endüstrisini geliştirmek olmamakla beraber, alt yapının varlığı ve yeterliliği turizmin gelişmesini önemli ölçüde olumlu yönde etkiler.

B- Konaklama Tesisleri Yatırımları: Turizm olayına katılarak sürekli yaşadığı yerlerin dışına çıkan kişilerin geçici olarak konaklama ve geceleme gereksinimlerini karşılamaya yönelik otel, motel, pansiyon, kamping, tatil köyü ve benzeri yataklı tesislere yapılan yatırımlardır. Bunlar turizm üst yapı yatırımlarının en önemli kısmını oluştururlar. Turistin belirli, bir bölgeye çekilebilmesi ve ekonomik bir faydanın yaratılabilmesi için konaklama tesislerinin gerekliliği açıktır.

C- Diğer Hizmet Tesisleri Yatırımları: Alt yapı ve konaklama dışında kalan ve turistlerin yeme içme, eğlenme, spor yapma, alışveriş gibi gereksinimlerini karşılamak üzere kurulan lokanta, gazino, kafeterya, çay bahçesi, yüzme havuzu, spor tesisleri, plaj, eğlence yerleri, dans ve oyun alanlarına yapılan yatırımlardır. Bunlar, konaklama tesisleriyle bütünleşik olarak veya onlardan bağımsız olarak kurulabilir ve işletilebilir.

Turizm yatırımı kavramı ile öncelikle alt yapı, konaklama ve yan hizmet tesislerinin kurulması veya gerçekleştirilmesi ifade edilmektedir. Ancak, mevcut alt yapının ve turizm

tesislerinin genişletilmesi, iyileştirilmesi ve yenilenmesi amacıyla yapılan yatırım harcamaları ve mevcut turizm ürünlerinin geliştirilmesi, üretim ve satışının kolaylaştırılması amacıyla yapılan harcamalarda turizm yatırım kapsamı içinde düşünülmelidir.

3.1.1.3 Proje ve Yatırım Projesi Kavramı

Genel olarak "proje" deyiimi ile anlatılmak istenen husus, bir konu etrafında düşüncenin yoğunlaşması, çözüm veya çıkış yolunun aranmasına yönelik çalışmalardır. Bu çalışmada aynı zamanda, belli bir olay üzerinde, mevcut bilgi ve araştırmalarla da bir senteze gitme çabası da vardır.

Proje genellikle, bitiş noktası belli olan ve bağımsız bir biçimde yürütülebilir hale getirilmiş planlar olarak tanımlanır.

Ekonomik kalkınmada en önemli araçlardan biri olan yatırım projeleri, kavram itibariyle çok geniş sınırları kapsamaktadır. Genel anlamda yatırım projeleri, belli faaliyetleri en az maliyetle (müteşebbis ve/veya milli ekonomi açısından) gerçekleştirmek ve bu faaliyetler sonunda yaratılan kapasiteden en fazla faydayı sağlamak amacıyla yapılan bir plan olarak tanımlanabilir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, her türlü ekonomik amaçlı faaliyetleri proje tanımı içine almak mümkündür. Ancak, böyle bir tanımın sağlayacağı pratik fayda belirsizdir. Bu nedenle tanıma bazı sınırlayıcı şartlar getirmek gerekmektedir.

Yatırım projesi kavramını tanımlarken aşağıda belirtilen şartları, sınırlayıcı şart olarak almak uygun olacaktır:

- Yatırım projesiyle belirli ve uzun ömürlü bir kapasite oluşturulmalı.
- Ekonomiden fiziki girdiler olmalı
 - Hammadde
 - İşgücü
 - Sermaye malları
- İç ve dış ekonomilere mal ve hizmet arz etmeli.

Yukarıda verilen sınırlayıcı şartları yerine getiren, yeni bir tesisin kurulması veya mevcut bir tesisin kapasitesinin artırılması ile ilgili bütün çalışmalar yatırım projesi kapsamına girecektir.

Bu bilgilerden hareketle yatırım projesi oldukça geniş olarak aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır.

Belli bir yerde tesis edilerek, ekonomiden insan gücü, hammadde, mamul madde ve sermaye malları alarak ve bunlar üzerinde belirli bir teknolojiyi uyguladıktan sonra yine ekonomiye mal ve hizmet arz edecek mevcut veya gelecekteki talebin belli bir kısmını karşılamaya yönelmiş faaliyetleri müteşebbis ve/veya toplum yararına en az fedakarlıkla sağlamak amacıyla önceden yapılan çalışmaların tümüne "yatırım projesi çalışmaları" ve bu çalışmaların çeşitli alternatifler arasında en iyisini seçecek biçimde formüle edilmiş şekline "yatırım projesi" denir.

3.1.1.4 Turizm Yatırım Projesi Kavramı

Yatırım projesi kavramının tanımından hareketle, turizm yatırım projesi şu şekilde tanımlanabilir: "Mevcut ve gelecekteki turizm talebinin bir bölümünü karşılamak üzere, girişimci ve toplum yararına, ekonomik prensibe uygun olarak hazırlanmış ve formüle edilmiş ekonomiye turizmle ilgili mal ve hizmet arz etmek amacı taşıyan projelere, turizm yatırım projesi denir".

Bu tanıma ilave olarak, turizm olayının özelliklerinden daha fazla yararlanılarak yapılan bir tanım daha ilave edebiliriz: "Turizm yatırım projesi, mevcut turizm potansiyelini değerlendirmek, yerli ve yabancı turist talebini karşılamak, yeni istihdam imkânları yaratmak, yurda döviz girdisi sağlayarak milli kalkınmaya yardımcı olmak, ticari kârlılık elde etmek gibi amaçlardan bir çoğunu gerçekleştirmek üzere, mal ve hizmet üretip satmak için turizm konaklama veya diğer turizm ünitelerinin kurulması ve işletilmesine yönelik proje çalışmalarının tümüdür.

3.1.1.5 Proje Değerlendirme Kavramları

- Proje Değerlendirme: Genel anlamda proje değerlendirme "Bir yatırımın yol açacağı masraf ve yaratacağı faydaları karşılaştırmak suretiyle bir yatırım teklifinin cazip olup olmadığının ortaya çıkarılması ve çeşitli yatırım tekliflerinin masraf ve faydalarını karşılaştırarak bunlar arasında öncelik sırasının belirlenmesidir" veya "Proje

değerlendirme, bir projenin teknik, ekonomik ve mali yönlerden tutarlı sağlam olup olmadığının belirlenmesi için yapılan çalışmadır.

- Paranın Zaman Değeri ve İskonto Oranı:

Bugün sahip olduğumuz 100 lira, gelecekte elde edeceğimiz 100 lira ile aynı değer de midir? Bu sorunun cevabı elbette ki hayır olacaktır. Çünkü bugün elinde 100 lira bulunan bir kimse, bu parayı bir iş sahasında kullanıyor ise kâr sağlamak suretiyle, iş alanında kullanmadığı taktirde örneğin; bir bankaya yatırmak ve faiz elde etmek suretiyle parasını çoğaltır. % 10 faizle bir bankaya yatırıldığı düşünülürse, bugün elde mevcut 100 lira bir yıl sonra faizi ile birlikte 110 liraya ulaşır.

Bu durumda bugün elde mevcut 100 YTL'nin % 10 faiz oranı üzerinde n bir yıl sonraki değeri 110 YTL'dir diyebiliriz.

Bunun tersini düşündüğümüz taktirde bir yıl sonra elde edilecek 110 YTL'nin yüzde 10 iskonto oranı üzerinden bugünkü değeri 100 YTL 'dir şeklinde ifade edebiliriz. Yani iskonto oranı gelecekteki 1 YTL'lik bir ödemenin bugünkü değeridir (Brealey,R.A.,vd, 1997).

Yukarıdaki örnekte ki durumda da görüleceği gibi paranın zaman değeri "Belli bir faiz veya iskonto oranı, göz önünde bulundurulmak suretiyle paranın, bir zaman süresi içinde, elde edildiği veya harcandığı devrelere göre değişik değerlerde mütalaa edilmesidir.

Proje değerlendirmede, harcamaların ve gelirlerin aynı zaman düzeyine getirilmiş değerleri karşılaştırıldığı taktirde, anlamlı ve mantıkla bir mukayese mümkün olabilecektir. Kabul edilebilecek bir iskonto oranına göre, aynı zaman düzeyine getirilmiş harcamaların ve gelirlerin farkı, gelirler lehine bir sonuç sağlıyorsa, projenin avantajlı olduğu düşünülecektir. Söz konusu iskonto oranı, genel olarak, cari piyasa faiz oranı olmaktadır. Ülkemizde, turizm yatırım projelerinin kârlılıkları, sanayi yatırım projelerine göre düşük olduğundan kullanılacak iskonto oranının % 15'i geçmemesinde yarar olacaktır. Bir anlamda bu, iskonto oranı, projenin finansmanında kullanılacak kaynağın maliyeti demektir. Sektör kârlılığı, kaynak maliyetinden düşük olduğu durumlarda iskonto oranı oldukça önemli olacak ve projelerin kabul edilebilirlik şansları azalacaktır.

- Yatırımın Fiziki-Ekonomik Ömrü ve Hurda Değeri:

Yatırımların fiziki ömrü ve ekonomik ömürleri birbirinden farklı olabilmektedir, fiziki ömür, teknik iş ve faaliyetlerin yerine getirilerek fiilen üretimde bulunacak süreyi kapsar. Ekonomik ömür ise, bir yatırımın faydalı olarak üretimde bulunabileceği süreyi kapsar. Bazı durumlarda, makine ve tesisler fiziki olarak üretimde bulunma kapasitesine sahip oldukları halde, teknolojik gelişmelerin veya yeni rakip mal ve hizmetlerin ortaya çıkışının veya tüketicilerin zevk ve ihtiyaçlarının değişmesi sonucu fiziki ömürlerini doldurmadan modası geçmiş, teknik olarak eskimiş ve ekonomik yönden faaliyetlerinin durdurulması gereken iktisadi değerler halini alabilirler. Bu nedenle, değerlendirme safhasında, teknolojik gelişmelerin hızlı olduğu sektörlerle ilişkin projelerin; yatırımın fiziki ömrü dışında daha kısa olan ekonomik ömrünün de belirlenmiş olması gerekir.

Bazı yatırımlarda, yatırımın ekonomik ömrü sonunda kalacak, alan değer (kalıntı değeri), yatırım kararını etkileyecek ölçüde önemli olabilir. Bu nedenle yatırımın ekonomik ömrü sonunda kalacak değerin (hurda değer) mutlaka iyi tahmin edilmesi gerekmektedir.

- Ticari ve Sosyal Karlılık

Ticari karlılık bir yatırım projesinin uygulanması sonucu sadece girişim açısından oluşan kârlılıktır. Buna basit anlamda firma karlılığı da diyebiliriz.

Sosyal karlılık, bir yatırımın projesinin uygulaması sonucu ekonominin bütünü açısından elde edilen faydaların toplamıdır.

Gelişmekte olan ülkelerde ticari karlılık ile sosyal karlılık arasında büyük farklar olabilir. Bir projenin sosyal karlılığı yüksek olduğu halde, özel karlılığı düşük olabileceği gibi, bunun aksi de mümkündür.

Gelişmekte olan ülkelerde ticari karlılık ile sosyal karlılık arasındaki farkın başlıca sebepleri şöyle özetlenebilir:

- Gelişmekte olan ülkelerde piyasa fiyatları, kıt kaynakların gerçek ekonomik değerini göstermez. Gerçekten himayeci günlük vergileri, gerçekçi olmayan döviz kurları, suni olarak

düşük tespit edilmiş faiz hadleri, devletin bazı mal ve hizmetlerin fiyatlarına müdahalesi, monopol durumu, asgari ücret tespiti ve benzer sebeplerle, piyasada cari fiyatlar, kıt üretim faktörlerinin ekonomi için gerçek değerlerini ifade etmezler. Piyasa fiyatı ile, kıt faktörlerin gerçek ekonomik değerleri arasındaki fark özellikle ücret, döviz kuru ve faiz haddi konularında çok daha belirlidir.

- Gelişmekte olan ülkelerde bir yatırımın yaratacağı dışsal faydaların önemi büyüktür (Dışsal fayda; bir yatırımın projesinin diğer sektörlerle sağladığı, fakat karşılığında bir bedel tahsil edemediği faydalardır).

3.1.2 Özellikler

Yatırım ve proje kavramları geniş bir kullanım alanına sahiptirler. Çok sayıda alana yatırım yapılabileceği gibi buna bağlı olarak her bir yatırım için bir proje çalışması yapılacaktır. Bu bakımdan turizm sektörü yatırım projeleri hazırlanırken turizm sektörünün özellikleri dikkate alınmak zorundadır. Turizm sektörü için yatırım projesi hazırlayanlar;

- a) Turizm sektöründeki tesis ve işletmelerin diğer işletmelerden farklarını
- b) Sektörün diğer sektörlerle göre karlılığını
- c) Turizm sektörünün diğer sektörlerden ayrılan bazı özelliklerini
- d) Yatırım yapacaklar açısından geleneksel bir yatırım alanı olup olmadığını v.b. gibi dikkate almak zorundadırlar.

Bu nedenlerden dolayı, turizm yatırım projeleri ile ilgili bir çalışmada, turizm yatırım projelerinin özel niteliklerini mümkün olduğu kadar vurgulamak, dikkate almak ve çalışmalarını bu bilgilerin ışığı altında yapmakta yarar olacaktır.

3.1.2.1 Sabit Sermaye Yoğunluğu

Turizm alanında yapılan yatırımlar sonucu oluşan tesisler büyük ölçüde arsa, bina ve teçhizat ölçüsüne dayanmaktadır. Bu nedenle sabit sermaye yoğunluğu oldukça fazladır.

Bu durum tesisler hizmete girmeden önce yatırımcı tarafından gerçekleştirilecek ve finanse edilecek bölümün, toplam yatırım tutarı içindeki payını arttırmaktadır. Yatırımcı, yatırım kararı ile ilgili çalışmalarında bu durumu dikkate almak zorundadır.

3.1.2.2 Emek Yoğunluğu

Turizm işletmeleri hizmet üreten işletmeler olduğundan, faaliyetlerin hemen hemen tamamına yakın bir kısmı insan unsuru tarafından gerçekleştirilmektedir. İşletmelerin emek yoğunluğunu azaltmayı amaçlayan birtakım çabaları bu alana yansımaktadır. Çünkü turizm işletmeleri yapısal özellikleri nedeniyle mekanizasyona müsait olmayan işletmelerdir. Genelde hizmet yüz yüze ilişkiler sonucu üretildiğinden ve faaliyetlerin büyük bölümü ilişkiler zincirinden oluştuğundan emeğin yerine ikame edilecek unsurları ancak, yardımcı hizmet ünitelerinde (yiyecek-içecek stokları) kullanmak mümkün olmaktadır.

Yatırımların emek yoğunluğu, istihdam açısından önemli olmaktadır. Projelerin istihdam hacmine sağladıkları katkılar araştırılırken, turizm işletmelerinde emek yoğunluğunun yüksek olduğunu dikkate almakta yarar bulunmaktadır. Turizm işletmelerinde çalışan personel şu şekilde gruplandırılabilir:

- a) İdari personel
- b) Direkt hizmet üreten personel
- c) Yardımcı hizmet görevlileri
- d) Mevsimlik personel

Bu personelden büyük bölümünün tesisteki konaklama, yeme-içme imkânlarından yararlandığı ve işletmelerin büyük bir bölümünün mevsimlik olma özelliği dikkate alınırsa istihdam konusunun oldukça önemli olduğu görülecektir. Personel istihdamını kısıtlayıcı bir takım tedbirleri uygulamak mümkün olmadığından, personel giderlerinden tasarruf yapılması ve bu yolla verimliliği artırıcı çabalar sonuç vermeyecektir. Bir başka deyişle bu konuda yapılan çalışmalar etkili olmayacak, bekleneni vermeyecektir.

3.1.2.3 Sabit Giderlerin Yüksek Oluşu

Turizm işletmeleri faaliyete geçtikten sonra, toplam giderler içinde büyük bölümün sabit giderlerden oluştuğu görülmektedir. Sabit giderlerden kasıt, toplam miktar olarak faaliyet

hacmindeki değişmelerle değişmeyen maliyetlerdir. Örneğin otel yöneticisinin ücreti, amortisman, sigorta, kira v .b .

Turizm işletmelerinde sabit sermaye yoğunluğunun yüksek oluşu ve bu oluşumun arsa, bina ve teçhizat ölçüsüne dayanması faaliyet dönemlerinde bu kalemlere ilişkin giderlerin yüksek olması sonucunu doğurmaktadır.

Özellikle yatırımın gerçekleşmesinden sonra, sabit giderler genel giderler içinde %70-%80 oranına kadar ulaşır. Bunun nedeni bakım, onarım, amortisman ve personel giderlerinin yüksek oluşudur. Bu durum verimlilik açısından oldukça önemlidir. Sabit giderlerin yüksek oluşu, "kara geçiş noktasının ciro ve kapasite kullanım oranı ilişkisini kritiklemektedir".

3.1.2.4 Tesis ve Alt Yapı Arasındaki İlişki

Bir yatırım kararı ile, yatırımın yapılacağı alanın alt yapı özellikleri arasında direkt bir ilişki bulunmaktadır. Turizm yatırımlarının alt yapı bağımlılığı ise oldukça fazladır. Bu tür yatırımlar ile ilgili bağımlılığı, turizm alanına yapılacak yatırımlara ilişkin mevzuatlarla açıklamak mümkündür. Ülkemizde turizmle ilgili alt yapı kamu sektörü, üst yapı tesislerinin de özel sektör tarafından yapılması prensibi benimsenmiştir.

Turizm sektörü ile ilgili yatırımlar üç kısımda toplanabilir.

- Alt yapı yatırımları
- Üst yapı yatırımları
- Destek yatırımları

Bir turizm işletmesinin verimli olarak işletilebilmesi, işletmenin bulunduğu yörede alt yapı yatırımlarının eksiksiz olarak gerçekleştirilmesine bağlıdır. Alt yapı yatırımlarını;

1. Ulaşım
- 2 . Haberleşme
3. Su-Elektrik-Kanalizasyon-Isıtma v.b.

imkanlarını sağlayıcı yatırımlar olarak ele alırsak, bu durumda devlete büyük iş düşmektedir, çünkü az gelişmiş ülkelerde sermaye birikimi bu tür yatırımların özel teşebbüsler tarafından

gerçekleştirilmesini güçleştirmektedir. Bu nedenle devlet büyük miktarda harcama gerektiren bu temel problemleri yatırımları gerçekleştirmek suretiyle çözmek durumundadır.

İşletmeler açısından bu durum daha ilk etapta, yer seçiminde etkili olmaktadır. Zira alt yapısı yetersiz bir bölgeye yapılacak bir yatırım, talep yetersizliği, talebin düşük oluşu işletme gelirini azaltacak, gelirin azalışı da oluşacak karı azaltacaktır.

3.1.2.5 Turizmde Talep-Yatırım İlişkisi

Yatırım projelerinin hazırlık aşamalarında talep ile ilgili çalışmalar yapılmaktadır. Fakat turizmde talep bir çok rasyonel olmayan etkenlere dayandığından, bu etkenlerin etkilerinin ölçülmesi mümkün olmamaktadır. Bu nedenle turizm yatırımları için yapılan talep projeksiyonları, sınai yatırımlar için yapılan çalışmalardan farklılıklar arz etmektedir. Çünkü turizmde talep daha çok sosyo-ekonomik ve sosyo-psikolojik etkenlerin etkisi altındadır. Bunların katsayı olarak hesaplara dahil edilmesi pek mümkün olmamaktadır. Bu nedenle turizmle ilgili pazarı çok yakından izlemek ve tüketicinin eğilimini yansıtıcı çalışmalar yapmakta yarar görülmektedir.

Bugünkü şartlar altında kitle turizminde dış talebi etkileyen ve önemli ölçüde engelleyen unsurları aşağıdaki başlıklar altında gruplamak mümkündür:

1. Organizasyon yetersizliği ve düzensizliği
2. Turistik potansiyelin gereğince tanıtılmaması
3. Ulaşım güçlükleri ve dağınık tesisler
4. Mal ve hizmet arzında organizasyon ve kalite
5. Dil problemi.

Bu nedenle talep ile ilgili çalışmalar yapılırken yukarıdaki unsurlar dikkate alınmalı ve potansiyel pazarın bu değişkenlere bağımlılığı tahmin edilmeye çalışılmalıdır.

3.1.2.6 Diğer Sektörler ile Mukayese

Turizm yatırım projeleri hazırlanırken aynı yatırımın ekonominin diğer sektörlerine yapılması durumunda oluşacak fayda mukayese edilmelidir. Fakat turizm yatırım projelerini, diğer

sektörlerdeki projeler gibi münferit olarak ele alıp değerlendirmek doğru olmayacaktır. Çünkü yatırımın diğer sektörlerle alan etkisini de gözden uzak tutmamak gerekmektedir. Bu nedenle sektörler arası mukayese etmek pek mümkün görülmemektedir.

Bu konu ile ilgili olarak, makro ekonomik tahliller yerine, mikro ekonomik tahliller yapmak, işletme ekonomisi kapsamında projeleri kendi aralarında mukayese etmek daha uygun olacaktır.

Bu konuda görülen sonuç, turizm yatırım projelerinin milli ekonomiye katkılarının yüksek, işletme karlılıklarının diğer sektörlerle göre düşük olduğudur.

3.1.2.7 Fiziksel Planlama

Genel olarak turizm yatırımları kıyılara yönelmektedir. Bu durum kıyılarda halen mevcut yapılar ile daha sonra oluşması muhtemel yapılar arasında rekabet doğurmaktadır. Günümüzde gözlenen durum, turizm yatırımların kıyılarda yer alan

1. Askeri kullanım alanları
2. Limanlar
3. Daha önce yapılmış tesisler ve tatil evleri
4. Sınai kuruluşlar
5. Atom santralleri (son yıllarda)

ile rekabet halinde olduğudur. Bu durum arazi kullanım ve fiziksel planlamayı yer seçimi konusunda gündeme getirmektedir .

Fiziksel planlamadan amaç turizm yatırımlarının diğer sektörlerle zarar vermeksizin yerleşimini sağlamaktır. Ayrıca yerleşim yeri olarak seçilen yörenin sosyo-ekonomik yapısı ile olacak etkileşimin sonuçlarını da gözden uzak tutmamak gerekmektedir.

Ülkemizde fiziksel planlama konusuna açıklık getirmek ve kuruluş yeri seçimini kolaylaştırmak amacıyla "turizm bölgesi, turizm alanı ve turizm merkezleri" ayırımlarına gidilmiştir. Bu durum hiç değilse yatırımların alt yapı ile olan rekabetini azaltacaktır.

3.2 Turizm Yatırım Projelerinin Fizibilite İncelemeleri

Fizibilite incelemeleri, bir taraftan yatırıma karar veren ve kıt kaynaklarını en etkin bir biçimde kullanmak isteyen girişimci açısından ve diğer taraftan da yatırımı ulusal açıdan değerlendirerek onaylayacak kamu kuruluşları ve finansmanına katkıda bulunacak kredi kuruluşları açısından büyük önem taşır.

Genellikle fizibilite incelemesi, iki aşamalı bir çalışmayı gerektirir, ilk aşamada bir yatırım projesinin işletme ve ulusal ekonomi açısından neden olacağı giderlere ve kayıplara ve sağlayacağı yararlarla ilişkin bilgiler derlenir. Bu aşamada ayrılacak kaynaklarla ilgili bilgilerin güvenilir ve sağlanacak yararlarla ilgili tahminlerin sağlıklı olmasına özen gösterilmelidir. İkinci aşamada derlenen bilgiler belirli kriterler açısından değerlendirilir. Bu değerlendirme sonuçlarına göre de söz konusu yatırım projesinin günün ekonomik ve çevresel koşulları altında gerçekleştirilmesi olanağının bulunup bulunmadığı ve uygun olup olmayacağı konusunda yargıya varılır.

Fizibilite incelemeleri yatırımın gerçek başarısını, karlılığını, çekiciliğini veya gerekliliğini ortaya çıkarmak amacıyla girişilen bir dizi ayrıntılı araştırmayı kapsar. Bu araştırmaların kapsayacağı dönem, yatırımın başlangıcından yatırım konusu, tesisin ekonomik veya fiziki ömrünü doldurarak hizmet dışı bırakılacağı yada bir yenilemeye konu olacağı zamana kadar geçecek süredir. Fizibilite incelemelerinin kapsamına giren araştırma konuları genellikle teknik, örgütsel, mali ve ekonomik konular olmak üzere dört grupta toplanırlar.

3.2.1 Teknik İnceleme

Turizm yatırımlarında, teknik yönden fizibilite incelemeleri; kuruluş yerinin seçimi, işletme büyüklüğünün belirlenmesi, kurulacak tesisin ve kullanılacak teçhizat ve donanımın teknik incelemesi, işletme-içi yerleşme düzeninin kurulması ve üretim maliyetlerinin hesaplanması gibi konuları kapsamaktadır.

3.2.1.1 Kuruluş Yeri Seçimi

Yer seçiminde giderlerin en düşük ve gelirlerin en yüksek olacağı, yani en yüksek kârın veya en büyük faydanın sağlandığı yer aranır. Bir turizm tesisinin kuruluş yerinin ve konumunun belirlenmesinde şu faktörler dikkate alınmalıdır:

-Turistik çekicilik durumu; çevredeki doğal ve tarihi zenginlikler, talep yaratacak turistik arz kaynakları, bölgenin ilginçliği ve turizm sezonunun uzunluğu.

-Alt yapı ve ulaşım olanakları; yol, elektrik, su, kanalizasyon, haberleşme ve benzeri alt yapı tesislerinin varlığı ve kara, deniz, hava ve demiryolu ulaşım olanaklarının durumu ve maliyetleri.

-Girdilerin sağlanabilme kolaylığı; tesisin hizmet arzı sırasında gereksinim duyacağı maddi girdilerin, örneğin et, süt, meyve, sebze, balık ve diğer gıda mallarının sağlanabilmesi olanakları ve turizm hizmetlerini yürütecek nitelikli iş görenlerin sağlanabilme kolaylığı ve geçerli fiyat ve ücret düzeyleri.

-Bölgenin turizm açısından taşıdığı önem ve öncelik; devletin bu bölgeye tanıdığı özendirici olanak ve kolaylıkların niteliği ve turistik tesis yapımına uygun arazi ve binaların varlığı.

Genel olarak bir kuruluş yeri değerlendirilmesinde dikkat edilmesi gereken hususlar, aşağıda check-list halinde verilmiştir. Tüm şartları ideal alan optimal bir işletme yeri bulunamayacağından, cevapları verilecek ağırlık faktörlerini , her girişimci kendisi tayin etmelidir.

- Alt Yapı Durumu:

-İçme suyu temini,

-Elektrik ve enerji temini,

-Kanalizasyon durumu,

-Telefon ve teleks bağlantıları,

-(Yol ve kanalizasyon yapımı vs. gibi) Alt yapı giderlerinin işletmeye düşecek maliyet payı.

- İmar Durumu:

- Arazi boyutları ve büyüklüğü,
- Kat yüzölçümleri, sınır mesafeleri, bina yüksekliği v.b.,
- Arazinin nitelikleri inşaata elverişliliği.

- Arsa Durumu:

- Sınır çekimi (Kadastro Müd.),
- Plânlama yetkisi kimde? (İl sınırları içinde ve dışında değişiktir.),
- 1 : 25.000 imar planı,
- 1 : 1.000 imar planı,
- Çeşitli bakanlıklardan izin alınması,
- SİT ve tarım alanı olup olmadığının tespiti.

- Ulaşım Durumu:

- Ulaşılabilirliği havaalanına ve en yakın yerleşim bölgesine uzaklığı,
- Bağlantı yollarının durumu,
- Yörenin çekiciliği,
- Komşular (gürültü kaynakları , inşaat plânları, anlaşmazlıklar var mı?),
- Kamu ulaşım araçları.

- Turistik Kalite:

- Sahil bağlantısı, sahil durumu,
- Deniz akıntıları (tehlikeli),
- Manzara,
- Güneş ışığının yönü ve süresi,
- Ağaç miktarı,
- Sivrisinek ve böcek gibi dertler,
- Çevredeki turistik yerler (Spor, eğlence ve görülmeye değer yerler).

- Rakip İşletmelerin Durumu:

- Yöresel sınırlamalar,
- İşletmelerin sayı ve büyüklüğü,
- Klasman ve verilen hizmetler,
- Fiyatlar ve doluluk oranları,

- Hangi turist gruplarına hitap ediyorlar,
- Yakın gelecekte hangi işletmeler kurulacak.

- Personel Temini:

- İşgücü bulunabiliyor mu?
- Çevreden işgücü temini,
- Kısa süreli çalışmaların temini,
- Personel için yatacak yer temini,
- İşletmeler üstü eğitim olanakları.

- Hizmetler Sektörü:

- Satın alma olanakları,
- Doktor temini,
- Banka şubeleri ve postane.

3.2.1.2 İşletme Büyüklüğü ve Kapasite Kullanımı

Tesisin, potansiyel talep dikkate alınarak optimum büyüklükte kurulması ve farklı birimleri arasında uygun bir dengenin sağlanması gerekir. Büyüklüğün belirlenmesi sırasında talebin yanı sıra; proje için sağlanabilecek finansman olanakları, teknik olarak üretim maliyetini en alt düzeye indiren işletme büyüklüğü standartları, rakip işletmelerin büyüklükleri ve zorunlu girdilerin kuruluş yeri olarak seçilen bölgedeki miktarı gibi faktörler göz önünde tutulmalıdır .

3.2.1.3 Teknik Sorunların İncelenmesi

Tesisin bir araya getireceği hizmet birimlerinin neler olduğu ve bunların kapasiteleri belirlendikten sonra bir dizi teknik çalışmanın yapılması gerekmektedir. Bu konuda yapılması gerekli etütler:

1. Mimari ve diğer teknik projelerin hazırlanmasına yönelik etütler: İşletme tarafından mimari ve teknik projelerin arzuladıkları şekilde hazırlanmasını belirtir rapor oluşturulması,

- Bu hazırlanan nitelik ve arzuları belirtir rapor çeşitli teknik bürolara teklifler halinde verilmesi,
- Oluşan alternatifler arasında, en uygun proje ve anlaşma şartlarının etüdü.

2. İşletme arsasının düzeltilmesine yönelik etütler:

- İşletme arsasının inşaata hazır hale getirilmesi,
- İşletme arsasının alt yapı ve civardaki ulaşım hatlarına bağlanabilme durumu,
- Arsa tahminleri, gayri menkul alan vergileri vb. masrafların tahmini.

3. İşletme binaları ve diğer tesislerin inşasına yönelik etütler:

Bu bölümdeki etütlerle işletme binaları diğer alt ve üst yapıların inşası ve bunların maliyetlerinin tahminine yönelik ilk ve önemli çalışmalar yapılır.

Çeşitli tesisler, bunların kabaca metrajı, inşaat için gerekli diğer maliyet verileri ve toplam inşaat süresine yönelik tahminler ve çalışmalar bu aşamada yapılır.

Bütün bu etütlerin ardından, sabit yatırımların (duran varlıkların) toplam tutarının tahmini yapılmalıdır. Ayrıca bu toplam tutarın zaman içinde olabilecek maliyet artışlarıyla ilgili bazı olasılıklar göz önüne alınmalıdır.

3.2.1.4 İşletme İçi Yerleştirme

Tesisin hizmet üretiminde ve satışında en üst düzeyde etkinliği sağlaması amacıyla farklı hizmet birimlerinin uygun bir şekilde yerleştirilmesi ve düzenlenmesi gerekir. İşletmenin kurulacağı alanın genişliği ve arazi yapısı dikkate alınarak otel, lokanta, gazino, kafeterya, yüzme havuzu, spor alanları, otopark ve bahçe gibi birimlerin alanı içinde nasıl dağıtılacağı ve bu birimlerin iç yerleşim düzenlerinin nasıl gerçekleştirileceği tasarlanır. Bu tasarımda tüketicinin tatmini ve hizmetin etkinliği ön plânda tutulur. Bu amaçla belirli ölçekte küçültülmüş modeller ve plânlar üzerinde çalışmalar yapılarak en iyi çözüme ulaşılmaya çalışılır.

3.2.1.5 Tesis Dönemi Uygulama Planı

Gerekli yatırım fonlarının, girdilerin ve iş görenlerin sağlanması durumunda; ülke koşulları ve geçmiş deneyimler dikkate alınarak projenin normal olarak hangi sürede tamamlanıp işletmeye açılabileceği gerekçeleriyle açıklanmalıdır. Bu konuda özet bir faaliyet planı, bir GANT, CPM veya PERT diyagramından yararlanılarak hazırlanmalı ve her alt faaliyetin sırası ile süresi açıklığa kavuşturulmalıdır.

3.2.2 Örgütsel İnceleme

Yatırım projelerinde proje sahibi genellikle ister özel kesimde olsun, ister kamu kesiminde olsun girişimci. Bu çoğunlukla sermayeyi koyacak kişi yada kurum olarak ortaya çıkar. Girişimci açısından proje düzenleme ve değerlendirme çalışmalarının, eğer girişimci bir örgüte sahipse ve bu örgütte gerekli niteliklere sahip uzmanlar varsa bunlar tarafından, yoksa bağımsız bürolardaki işgücünden yararlanılarak yaptırılma olanağı vardır.

Günümüzde belli başlı turizm yatırımlarında proje düzenleme ve değerlendirme çalışmalarının sağlıklı yapılabilmesi için bağımsız bürolardaki uzman işgücünden yararlanılması kaçınılmaz olmakta ve bu seviyedeki bir çalışmada proje organizasyonu söz konusu olmaktadır. İşte böyle bir proje organizasyonu söz konusu olduğunda, devreye projeyi başlatanlar, yani girişimci-yatırımcıların yanı sıra finansman kuruluşları, kamu yöneticileri, proje yöneticileri araştırma-planlama kuruluşları, tasarımcılar girmektedir.

Böyle bir proje organizasyonunu başlatan girişimci ya da yatırımcılar, genelde kâr etmek amacıyla, riski üstüne alarak, insanlığın ihtiyacını karşılamak üzere mal ya da hizmet ortaya çıkarmak için üretim faktörlerinin temini ve birleştirilmesi imkanını sağlayan ve işi sonuçlandıran, kişi ya da kişilerdir. Bazı iktisatçılar emek, toprak, sermaye üretim faktörlerine bir dördüncüsünü yani girişim unsurunu eklemek eğilimindedir. İktisatçılara göre yatırımcı diğer üç üretim faktörüne kendisi sahip olmasa bile onları bir araya toplayıp üretime koşan, halkın eğilimlerini ve tercihlerine tahmine çalışarak, ona göre mal ve hizmet üretimini örgütlemeye çalışan önemli bir unsurdur. Bu unsur bazen bir şahıs, bazen bir şirket, bazen de kamu kuruluşu olarak ortaya çıkar.

Bugün turizm yatırımları projelerinde yatırımcının yapması gereken yönetim işlevlerinin diğer bir deyişle proje yönetiminin, proje yöneticileri tarafından üstlenildiğini görmekteyiz . Bunun nedeni günümüzdeki yönetim anlayışına göre, proje yönetimini ve örgütünü gerekli kılan belirli koşulların söz konusu olmasıdır. Bu koşullar turizm yatırım projeleri içinde geçerli olup şu şekilde verilebilir:

- Proje faaliyetlerinin ileri bir teknoloji gerekli kılması ve buna bağlı olarak mühendislik işlerini ve araştırma geliştirme çalışmalarını gerekli kılması,
- Projenin mühendislik işleri, yapım ve kalite kontrolü gibi işlevsel bölümlerden önemli katkıları zorunlu kılması,
- Proje faaliyetlerinde birbirleri ile ilişkili parçaların geliştirilmesi, bunlara ilişkin sorunların çözümlenmesi ve üretimin gerçekleştirilmesi öğeleri ayrı ayrı bulunması gerekiyorsa.

Turizm yatırım projelerine katılan proje yöneticisinin görevleri ise genel olarak, kendisinin direkt kontrolünde olmayan fakat projelere katkıları bulunan, örgüt içi ve dışı birimlerin faaliyetlerini yönetmek, her yönetici gibi plânlamak , örgütlemek, yürütmek, kontrol etmek ve denetlemek şeklinde verebiliriz. Tüm bu görevlerinin yanı sıra proje yöneticisinin en etkin görevi koordinasyonu sağlamaktır. Proje bitimi ile birlikte de bu görevlerin hepsi sona ermektedir.

Turizm yatırım projelerinde rol alan bir başka grupta projeyi finanse edenlerdir, finansman en genel anlamda bir kişi ve kuruluş için kaynakların en rasyonel şekilde kar amacına yönelik olarak kullanılması biçimidir. Üretime yönelmek için yatırıma gerek vardır. Yatırım içinde kaynak lazımdır. Kaynak (para) bizzat yatırımcı tarafından konulabileceği gibi çeşitli şekillerde borç olarak da temin edilebilir.

Turizm yatırımları ekonomik faaliyet kolları içinde en çok kaynak gereği olanlardan biridir. Böyle bir yatırımın gerçekleşmesine imkân verecek finansman kaynağının ise özellikle sağlam, güçlü ve devamlı olması kaçınılmazdır. Bunun sağlanması için ise projenin özel kişi ve kuruluşlar, kamu sektörü ve ulusal düzeydeki kuruluşlar tarafından desteklenmesi gerekmektedir.

Turizm yatırım projesi organizasyonu içinde kanun koyucu ve denetleyici olarak yer alan merkezi ve yerel kamu yönetim organları da proje örgütü içinde bir rol alan olarak değerlendirilmelidir . Genel olarak merkezi yönetim organlarından Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi bakanlıklar, yerel yönetim organları olarak da belediyeler anlaşılmaktadır.

Tasarımcı olarak ele alacağımız rol alan grup da projenin planlama hizmetlerini üstlenen kişi veya kişilerdir. Bu gibi projelerde tasarımcı katılımı genellikle grup halinde olmaktadır. Mimari ve diğer teknik projelerin oluşturulması için projeye katılan çeşitli meslek gruplarındaki danışmanlarda tasarımcı grubu içinde değerlendirilecektir.

Araştırma ve planlama kuruluşları olarak turizm yatırımları organizasyonuna katılan ve genellikle kamu organı olan üniversiteler ve Devlet Planlama Teşkilatı, Milli Prodüktivite Merkezi, Devlet İstatistik Enstitüsü gibi kurumlar bir yandan turizm talep analizini ve taleplerin ne şekilde karşılanması gerektiğine ilişkin öneri, yönlendirme araştırma ve eleştiri yaparlarken, diğer yandan tamamlanmış ya da yeni girişilecek turizm yatırım projelerini değerlendirerek ülkenin beceri, teknik ve ekonomik kaynak ve imkânlarıyla ihtiyaçların giderilmesi arasında bir denge kurmaya çalışırlar.

Yukarıda bahsedilen çerçeve içinde turizm yatırımları projeleri düzenleme ve değerlendirme çalışmaları problemlerine çözüm getirecek örgütün oluşturulma kararı ve bu örgütte rol alacak kişilere düşen görevler belirlenir.

Örgütsel fizibilite çalışmalarında örgütsel biçimlenmeler ile ilgili irdelemeleri, özellikle finansman kurumlarının ve teşvik edici kamu kurumlarının kriterleri açısından kontrol etmek gereklidir. Bunun yanında yerel mevzuata ve iş usullerine uygunluğun araştırılması da örgütsel inceleme çalışmaları içinde yer almaktadır.

3.2.3 Mali İnceleme

Mali yönden yapılacak çalışmalarla daha önceki ekonomik ve teknik çalışmaların verileri ile mali tablolar düzenlenecektir. Bu haliyle mali yönden yapılacak çalışmalar, etüt edilen projenin öncelikle mali yönden çatısının kurulması hesapların tamamlanması çalışmalarıdır.

Projelerde mali inceleme; toplam yatırım tutarının hesaplanması, yatırım harcama ve finansman planlarının hazırlanması, tahmini gelir ve gider tablolarının düzenlenmesi, mali karlılığın bulunması ve kara geçiş analizi konularını kapsamaktadır.

3.2.3.1 Yatırım Tutarı ve Yıllara Dağılımı

Toplam yatırım tutarını oluşturan harcama kalemleri, diğer bir ifade ile projenin başlangıcından tamamlanarak kesin işletmeye alınmasına kadar yapılan kuruluş giderleri, gerekli arsa, sabit tesisler ve işletme sermayesi ile ilgili yatırım harcamaları, değerlendirme yılı sabit fiyatlarıyla iç para, dış para ve toplam olarak düzenlenen bir tabloda özetlenir. Yatırımın yıllara göre dağılımı da ayrıntılı olarak düzenlenecek eklerde belirtilir. Yatırımın faydalı ömrü ve son değerleri de burada dikkate alınır.

Ayrıca toplam yatırım tutarının benzer büyüklükteki tesislerin toplam yatırımları ile bir karşılaştırması da yapılır.

3.2.3.2 Yatırım Harcamaları ve Finansman Planları

Yatırımın uygulama planına dayanılarak harcamaların yıllara dağılımını gösteren bir yatırım harcamaları tablosu ile harcamaların yıllara göre hangi kaynaklardan karşılanacağını gösteren bir finansman kaynakları tablosunun hazırlanması gerekmektedir.

Toplam finansman gereksinimi; toplam yatırım tutarına beklenen fiyat artışlarının getireceği farkın ve dış kaynaklar için ödenecek faizlerin eklenmesi yoluyla hesaplanabilir.

3.2.3.3 Tahmini Gelir ve Gider Tabloları

Projenin faydalı ömrü süresince öngörülen doluluk oranları ve fiyat incelemeleri sonuçları dikkate alınarak her faaliyet dönemi için toplam işletme gelirleri çeşitli hizmet birimlerine göre ayrı ayrı sınıflandırarak tahmin edilir. Yine aynı süre için öngörülen doluluk oranına göre teknik incelemelerle hesaplanan üretim maliyetlerine vergiler, satış giderleri, genel ve idari giderler ve finansman giderleri eklenerek toplam işletme giderleri hesaplanır. Bu veriler yardımıyla projenin işletme dönemi giderleri ve tahmini gelirleri ayrı ayrı tablolar üzerinde düzenlenir. Ayrıca karşılaştırmalı bir özet tablo da hazırlanabilir.

3.2.3.4 Mali ve Ekonomik Analizler

Fizibilite incelemelerinde projenin ekonomik ve mali rantabilitesinin araştırılması gerekir. Böylelikle, bir taraftan projenin borçlarını ödeyebilme gücü ve mali kârlılığı ölçülürken diğer bir taraftan da buna bağlı olarak kara geçiş analizleri yapılarak projenin ulaşması gereken en düşük kapasite kullanım oranı ve uygulaması gereken en düşük birim satış fiyatı belirlenir.

a) Projenin Borç Ödeme Gücünün Ölçülmesi:

Bu amaçla öncelikle bir fon akım tablosu düzenlenir. Burada, yalnızca işletmenin sağlayabileceği kullanılabilir karlar, amortismanlar, tükenme ve itfa payları fon kaynağı olarak kabul edilir. Fon kullanımları olarak da yalnızca uzun vadeli borçların ana para taksit ödemeleri düşünülür. Buna göre düzenlenen fon akım tablosundan yararlanılarak projenin borçlarını karşılama gücü hesaplanabilir. Bu borç ödemesinde kullanılabilecek fon miktarının ödenecek borçların toplamına bölünmesiyle elde edilen oranla ifade olunur.

b) Mali Kârlılığın İncelenmesi:

Yatırım projesinin yol açacağı harcamalar, bu harcamaların zaman içinde dağılımı, projenin gelirleri ve gelirlerle giderlerin zaman içinde dengesi ortaya konduktan sonra söz konusu projenin mali karlılığının hesaplanması, iç verim oranı veya net güncel değer yöntemiyle yapılabilir.

İç verim oranı yöntemi uygulandığında projenin gerektirdiği yatırım harcamaları toplamını, projenin ekonomik ömrü içinde sağlayacağı nakit akımlarının toplamının iskonto edilmiş değerine eşit kılan oran hesaplanır. Bu oran, turizm endüstrisi için normal kabul edilen düzeyde bir karlılık oranına eşit veya daha yüksek ise projenin karlı olduğu söylenebilir.

Net bugünkü değer yöntemiyle mali kârlılığın hesaplanmasında farklı yıllara yayılan nakit akımları ve yatırım harcamalarının iskonto edilmiş değerleri toplamı, yatırım harcamalarının iskonto edilmiş değerleri toplamından büyük ise proje kârlı bir yatırım olarak kabul edilir.

c) Başabaş (Kara Geçiş) Analizleri:

İşletmenin kuruluş ve gelişiminde kullanılan geleneksel yöntemlerden biri de kâra geçiş analizleridir. Bazı kaynaklarda başabaş noktası ya da ölü nokta olarak kullanılan kâra geçiş analizi işletmede elde edilen toplam gelirlerin toplam giderlere eşit olduğu noktanın araştırılmasını amaçlar. Bu noktada kar ya da zarar söz konusu değildir. Bu nedenle başabaş noktası da denilir. Böyle bir noktada toplam satış giderleri ile satılan malın toplam maliyeti birbirine eşittir. Satış gelirleri öne geçtiği zaman kar, maliyetler satış gelirlerini aştığı zaman zarar söz konusu olur. Bu nokta iki şekilde hesaplanabilir (Önal,G.,2002):

1. Satış tutarına göre kara geçiş noktasının hesaplanması;

B.B.N. = toplam değişmez giderler/1-(toplam değişir giderler/toplam satışlar),

2. Kapasite kullanım oranına göre kara geçiş noktası hesaplanması;

B.B.N. = toplam değişmez giderler/(birim satış fiyatı – birim başına değişir giderler)

3.2.4 Ekonomik İnceleme

Ekonomik fizibilite incelemesi, yapılacak yatırım ile üretilecek mal veya hizmetin arz ve talep durumunu, fiyatını, satış ve rekabet olanaklarını beklenen karlılığını, ulusal ekonomiye sağlayacağı yararları ve benzeri konuları içerir.

3.2.4.1 Arz ve Talep İncelemesi

Yatırım için yeterli bir pazarın bulunup bulunmadığını ortaya koymayı amaçlayan bu inceleme başka şu konuları kapsar;

- Bölgenin ve tesisin konum yerinin iç ve dış turizm pazarlarında tanınma durumu,
- Çevrede benzer hizmetleri sunan tesislerinin arz kapasiteleri ve nitelikleri,
- Proje veya inşa halinde bulunan yeni yatırımlar,
- Tesisin sunacağı hizmetin son beş yıl içinde o ülke veya bölgede gösterdiği gelişme ve gelecek beş yıl için beklenen gelişmenin yönü ve hızı,

- Fiili ve potansiyel olarak talep durumu, gelecek beş yıl için talep projeksiyonu ve talebin bileşimi.

3.2.4.2 Fiyatlar İncelemesi

Bu inceleme, satış fiyatı ve girdi fiyatları ile ilgili olmak üzere iki yönlüdür. Bunlardan birincisinde turizm pazarının özellikleri ve arz talep farklılıklarının oluşturacağı olumlu ve olumsuz etkiler dikkate alınarak temel ürün ve yan ürünler için satış fiyatlarının oluşumu ayrıntılı olarak incelenir.

İncelemenin ikinci yönü, yatırım aşamasındaki ve işletme aşamasındaki girdi fiyatları ile ilgilidir. Yapı, tesisat ve donatım malzemelerinin fiyatları, bunların yatırım dönemi içinde gösterebileceği gelişmeler ve işletme aşamasında hizmet arzının gerektireceği girdilerin fiyatları, bunların geçmiş ve gelecek beş. yıllık dönemler içindeki hareketleri araştırılır.

3.2.4.3 Yatırım Maliyetleri İncelenmesi

Teknik inceleme sonucunda belirlenen yatırım girdileri miktarları ve fiyatlar inceleme sonucunda elde edilen girdi fiyatları kullanılarak yatırım maliyetlerinin hesaplanmasına gidilebilir. Girdilerin sağlanabilme olanakları, geçmiş yıllardaki yurt içi ve yurt dışı maliyetleri, yatırım süresince ortaya çıkabilecek fiyat artışları bu incelemenin kapsamına alınmalıdır. Ayrıca yatırımın kredi ile finanse edilmesi durumunda kredi faizleri, stok edilmesi düşünülen maddi girdiler ve peşin ödenmesi zorunlu giderler de yatırım tutarına eklenmelidir.

3.2.4.4 Satış ve Rekabet İncelenmesi

Turizm tesisinin satışlarının hangi düzeylerde gerçekleşeceğinin, normal koşullarda ay ve yıllara göre nasıl dağılacığının araştırılması gerekir. Pazarın yapısı ve rakiplerin durumu dikkate alınarak ve kalite, üretim maliyetleri, fiyat politikası ve beklenen kar marjı göz önünde bulundurularak tesislerin gerçek satış ve rekabet olanakları ortaya konulmalıdır. Bu konularda beklenebilecek gelişmelerde de tahmin edilerek değerlendirilmelidir.

3.2.4.5 Ekonomik Karlılık İncelemesi

Turizm yatırımlarında özellikle devletin özendirici olanaklarından ve finansal desteğinden yararlanmak amacıyla tesisin ulusal ekonomi açısından beklenen yararların ve karlılığının ilgili kamu kurumlarına ve finansman kuruluşlarına açıklanması gerekmektedir. Bu inceleme özellikle ticari karlılığı düşük fakat ekonomik karlılığı yüksek projelerde devlet destek ve katkısının sağlanması açısından önem taşır .

3.3 Yatırım Projelerinin Ekonomik Değerlendirilmesi

Yatırım projesinin uygulamaya elverişli olup olmadığı, eksik veya hatalı hususların bulunup bulunmadığı, ekonomik ve teknik ömrü içerisinde kendisini ödeyip ödeyemeyeceği, veya karlılık derecesini ölçmek için yapılan çalışmalara proje değerlendirilmesi denir.

Proje değerlendirme "bir yatırımın yol açacağı masrafları ve yaratacağı faydaları karşılaştırarak bu yatırım önerisinin çekici olup olmadığının ortaya çıkarılması ve eğer çeşitli yatırım önerileri bulunuyorsa bunların arasında yine masraf ve faydaların karşılaştırılması yoluyla bir öncelik sırasının belirlenmesi çalışmaları" şeklinde tanımlanır.

3.3.1 Turizm Yatırım Projelerinin Ekonomik Değerlendirilmesinde Kullanılma Olasılığı Gösteren Yöntemler

İşletmeler, yatırım projelerini değerlendirirken cari piyasa fiyatlarını kullanırlar. Yatırım ve üretim girdilerinin sosyal fayda ve maliyetleri ile ilgilenmezler. Yatırım projelerinin aranılan en önemli niteliği ticari karlılığıdır. Bu nedenle, getiri haddi en yüksek veya diğer bir ifadeyle geri ödeme dönemi en kısa olan projelere öncelik verilir. İşletmeler açısından uygulamada en çok kullanılan dört ekonomik proje değerlendirme yöntemi bulunmaktadır.

3.3.1.1 Net Güncel (Bugünkü) Değer Yöntemi

Bu yöntemde belli bir projenin gerçekleştirilmesi için katlanılacak maliyet ile bu projeden elde edilmesi tahmin edilen olası nakit girişleri belli bir iskonto oranı ile bugünkü değere indirgenir ve yatırımın bu günkü değeri ile nakit girişlerinin bu günkü değeri karşılaştırılır.

Nakit girişlerinin bu günkü değerinin yatırım tutarının bu günkü değerinden büyük olması halinde proje gerçekleştirilir. Tersı durumunda ise proje kabul edilmez (Haftacı, 2002).

Bu yöntemin belli başlı üstünlükleri olarak;

- Paranın zaman değerini dikkate alması,
- Nakit girişlerinin olumsuz olduğu yıllarda bile proje değerlemesine olanak sağlaması,
- İskonto oranı ile nakit girişlerinin doğru tahmin edilmesi durumunda başarılı bir biçimde uygulanabilmesi sayılabilir.

Yöntemin başlıca sakıncası ise, değişken ekonomik yapı ve diğer çevre unsurlarından etkilenebilen iskonto oranı ile nakit girişleri doğru tahmin edilemezse olumsuz sonuçlar doğurmasıdır.

3.3.1.2 İç Verim Oranı Yöntemi

Yatırım projelerinin değerlendirilmesinde, zaman faktörünü ve yatırımın ekonomik ömrünü göz önünde tutan, yatırımın gerektireceği nakit çıkışları ile sağlayacağı nakit girişlerini aynı zaman düzeyine indirgeyen, homojen mukayese edilir hale getiren objektif bir esas ortaya kaymaktadır.

Bu yöntemde projenin ekonomik ömrü boyunca sağlayacağı nakit akımlarını maliyetine eşit kılan bir faiz oranı hesaplanır. Bu faiz oranı, bir yatırımın net nakit akımlarını iskonto etmekte kullanıldığında net güncel değer sıfıra inmektedir. Burada sorun, fayda akımlarının toplam bugünkü değerlerini sermaye yatırımına eşit düzeye getirecek (k) değerini bulmaktır. Bu eşitliği sağlayacak (k) değeri yatırımdan sağlanan gerçek getiri oranını temsil eder.

Bu amaçla kullanılacak formül,

$$C = A_t / (1+k)^t$$

C : Yatırımın maliyeti

A_t : t yılındaki nakit girişleri

k : İç verim oranı

şeklinde yazılabilir. Bu yöntemle bulunan değer yatırımın kısmen veya tamamen kredi ile gerçekleştirilmesi halinde kredi faiz haddini aşıyorsa yatırımın anlamlı olduğu sonucuna varılabilir.

Bu yöntemin başlıca yararı, projelerin ekonomik ömrü boyunca yaratacağı nakit giriş ve çıkışlarını aynı zaman düzeyine indirmesi ve böylece anlamlı bir karşılaştırmaya olanak sağlamasıdır.

Ancak, projenin ömrünün uzun olması ve nakit akımlarının yıllar için dalgalanmalar göstermesi gerçek karlılığın hesaplanmasını güçleştirecektir. Ayrıca, bu yöntem, projelerin faydalı ömrünü ikinci planda tutmakta; böylece yalnızca karlılık oranı daha yüksek olan kısa ömürlü projeler karlılığı biraz daha düşük ancak çok daha uzun ömürlü projelere tercih edilebilmektedir.

3.3.1.3 Geri Ödeme Süresi Yöntemi

Bir yatırım projesine bağlanacak kaynakların tümünün geri alınması için sağlanacak nakit akışının ne kadar bir süre devam etmesi gerektiğini hesaplayan bir yöntemdir. Bu yöntem;

Geri Ödeme Dönemi = sabit ve değişir sermaye yatırım toplamı / yıllık nakit girişleri

olarak ifade edilir.

Eğer, yıllık nakit girişleri (net kar + amortisman) yıldan yıla önemli değişimler gösteriyorsa, ilk işletme yılından başlanarak ileriye doğru her yılın nakit girişleri toplanır ve yatırım miktarına eşitleninceye kadar bu işlem sürdürülür.

Anlaşılması ve hesaplanması kolay olan bu yöntem, yaygın bir uygulama alanına sahiptir. Ancak değerlendirmede projenin faydalı ömrünü ve paranın zaman değerini dikkate almaması bu yöntemin iki önemli sakıncası olmaktadır.

3.3.1.4 Yıllık Nakit Akışı Analizi

Yatırımların ekonomik verimlilik analizlerinin yapılması ve birkaç seçenekten en uygun olanının seçimi için yapılan inceleme yöntemlerinden bir diğeri “Yıllık Nakit Akışı Analizi”dir.

Yatırımların ekonomik verimlilik analizleri için düzenlenen nakit akışları dikkatle incelendiğinde, yıllık eşit miktarlarda, kâr veya maliyet faktörleri de görülebilir. Bu gibi durumlarda veya istendiğinde, diğer veriler de, yıllık eşit maliyet eşdeğeri veya yıllık eşit kâr eşdeğerine dönüştürülür. Seçenekler, elde edilecek yıllık nakit akışları sonuçlarına göre karşılaştırılır.

Çeşitli olanaklar arasından, ekonomik inceleme yaparak, ekonomik verimliliği en yüksek olan seçeneği ortaya çıkarmak için, seçeneklerin verileri incelendiğinde, şu üç durumdan biriyle karşılaşılır:

- **Girdiler Sabit:** Seçeneklerin yatırım tutarları veya diğer maliyet unsurları, birbirinin aynı, başka bir deyişle birbirine eşittir. Bu gibi durumlarda, seçeneklerin sağlayacakları yıllık eşit kâr eşdeğerleri hesaplanır ve en büyük olan seçenek tercih edilir.
- **Çıktılar Sabit:** Seçeneklerin sağladıkları fayda, bu seçeneklerle yapılacak iş veya elde edilecek gelir veya kârlar aynıdır. Bu gibi durumlarda, seçeneklerin yıllık eşit maliyet eşdeğerleri hesaplanır ve en küçük olan seçenek tercih edilir.
- **Hem Girdiler, Hem de Çıktılar Farklı:** Seçeneklerin yatırım maliyetleri farklı ve aynı zamanda bu seçeneklerle elde edilecek kâr, fayda veya gelirler de farklıdır. Bu gibi durumlarda yatırım seçeneklerinin yıllık eşit kâr eşdeğerleri ve yıllık eşit maliyet eşdeğerleri hesaplanır; yıllık eşit kâr eşdeğerlerinden yıllık eşit maliyet eşdeğerleri çıkartılarak yıllık eşit net kâr eşdeğerleri hesaplanır ve en büyük olan seçenek tercih edilir.

3.3.1.5 Ortalama Kârlılık Oranı Yöntemi

Bu yöntem, ortalama yıllık karın ortalama yatırım tutarına oranı olarak tanımlanabilir ve şu formülle ifade edilebilir:

Ortalama karlılık oranı = ortalama yıllık kar / ortalama yatırım tutarı

Bu yöntem, yatırılacak kaynakların ne ölçüde değerlendirileceğini ve alternatif kullanım yerlerindeki karlılık oranlarıyla yapılacak karşılaştırmaların sonucunda bu alanın yatırım yapmaya değer olup olmadığını ortaya çıkaracaktır.

Yöntemin başlıca üstünlüğü, basit ve kolay hesaplanabilir oluşudur. En önemli sakıncası ise projenin ekonomik ömrünü ve paranın zaman değerini dikkate almamasıdır .

Bu bölümde ana hatlarıyla belirtilen proje değerlendirme yöntemlerinin her birinin kendine göre belirli üstünlük ve sakıncaları bulunmaktadır. Dolayısıyla, anlamlı ve yararlı olabilecekleri koşullar gözetilerek aralarında bir seçim yapılmalı ve uygulanmalıdır. Doğru seçilen bir yöntemle yapılan proje değerlemesi, girişimcileri daha akılcı ve gerçekçi bir yatırım kararına götürecektir, belirsizliği ve riski azaltarak başarı olasılığını arttıracaktır.

3.3.1.6 Pratikte Kullanılan Yöntemler

Bu teorik yöntemlerle beraber, pratikte kullanılan bazı yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemler kişiden kişiye veya kurumdan kuruma değişiklik gösterebildiği gibi günümüzde genel anlamda şöyledir:

1. Turizm yatırım projesinin arsa + inşaat bedeli. Örneğin bir proje için arsa 20 milyon dolara alınmış ise ve inşaat bedeli de 80 milyon dolar tutmuş ise; bu yatırımın arsa+inşaat bedeli 100 milyon dolardır.
2. İşletmeci gözünden 8 yılda kendisini geri ödeyecek bedel. Örneğin bir yatırım yılda 3 milyon dolar kâr getiriyorsa; $3 \times 8 = 24$ milyon dolar bu yatırımın bedelidir.

3. Yatırımın marka değeri. Öyle yatırımlar vardır ki, paha biçilemez. Bu yatırımların arsa+inşaat bedelleri veya getirdikleri kâr üzerinden elde edilen bedellerden başka yarattıkları markaların değerleri vardır. Örneğin, Çırağan Sarayı.

3.3.2 Yöntemlerin İrdelenmesi

Değerlendirme yöntemlerinin incelenmesi sonucunda en uygun proje değerlendirme yönteminin paranın zaman değerini ve projenin faydalı ömrünü dikkate alan, hesaplama şeklini muhasebe kavramları yerine nakit akımları esasına dayandıran nitelikte olması kabul edilmiştir. Bu durumda;

1. Bir tek projenin değerlendirilmesinde yukarıda sayılan vasıflara sahip "iç verim oranı ve net güncel değer" yöntemleri uygulanabilir. Her iki metot da doğru sonuç verecektir.
2. Proje sıralaması ve eldeki iki projeden birini seçmek zorunluluğu olan hallerde "net güncel değer" yönteminin kullanılması doğru ve daha sıhhatli sonuç verecektir.

Bu yöntemin uygulamasında en önemli olan ve kararları direkt etkileyen unsur standart iskonto oranının tespiti.

Kabul edilecek iskonto oranının tanımında aşağıdaki faktörler dikkate alınmalıdır:

1. Yatırım sahibinin, ortaklarının veya potansiyel sermayedarların yatırımdan bekledikleri karlılık,
2. Projenin risk derecesi,
3. İlgili sektöre yapılmış benzer yatırımların ortalama karlılığı,
4. Sermayenin alternatif kullanılış alanlarındaki karlılık oranı (sermayenin fırsat maliyeti)
5. Borçlanma halindeki cari faiz haddi,
6. Firmanın kaynak (sermaye) maliyeti.

Kabul edilecek iskonto oranının, firmanın sermaye maliyetinden daha düşük olması gerekir.

3.3.3 Turizm Yatırımlarının Ekonomik Sonuçları

Turizm endüstrisinde yapılan yatırımların doğrudan ve dolaylı olmak üzere ulusal ve bölgesel ekonomiye önemli etkileri olmaktadır. Bu etkiler, yatırım yapılması sırasında ve işletme hizmete açıldıktan sonra olmak üzere iki aşamada ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bu etkilerin türü ve yoğunluğu yatırımın yapıldığı yöreye bağlı olarak farklılıklar göstermektedir.

3.3.3.1 Yatırım Aşamasındaki Ekonomik Sonuçlar

Bir konaklama tesisinin kurulması amacıyla girişilen yatırım çalışmaları, doğrudan kendisinden kaynaklanan bir dizi ekonomik sonuç doğurduğu gibi, uyardığı başkaca yatırımlar nedeniyle de dolaylı ekonomik sonuçlara yol açar. Bu doğrudan ve dolaylı ekonomik sonuçların başlıcaları şunlardır:

- a) Yatırım yapıldığı bölgede arazi fiyatları yükselir. Bu gelişme, bir taraftan bölge halkının daha yüksek düzeyde bir gelire kavuşmasını sağlarken diğer bir taraftan da daha sonra yapılabilecek yatırımların maliyetini yükselterek yeni girişimleri caydırıcı bir etki yaratabilir.
- b) Yatırım aşamasında çeşitli yapı malzemelerine bunların taşınmasına ve depolanmasına gereksinim duyulur. Daha sonrada çeşitli tesisat malzemelerine ve bina donatım mallarına önemli boyutlarda bir talep doğar.
- c) Yatırım bir istihdam etkisi yaratır. Yatırım aşamasında bölgedeki vasıflı veya vasıfsız çok sayıda iş görene gereksinim duyulur ve onlara doğrudan ve dolaylı olarak yeni iş alanları sağlanır.
- d) Yatırımın dolaylı bir ekonomik sonucu, çevrede çeşitli turizm işletmelerinin ve yan hizmet tesislerinin kurulması ve gelişmesinin hızlanmasıdır.
- e) Çevredeki alt yapı tesisleri gelişir. Turizm potansiyelini arttırmak isteyen devlet ve bölgesel kamu idareleri, yol, elektrik, su, kanalizasyon, liman ve havaalanı gibi yeni yatırımlara girerler.

f) Çevrede kurulan yeni tesisler ve yan hizmet birimleri ve uyarılan yeni alt yapı yatırımları, yeni istihdam olanakları yaratır, yatırım malları talebini artırır ve kamu için yeni gelir kaynakları oluşturur.

3.3.3.2 İşletme Aşamasındaki Ekonomik Sonuçlar

Turizm alanında yapılan bir yatırımın, örneğin bir otelin tamamlanarak hizmete açılması ile ulusal ve bölgesel düzeyde doğrudan ve dolaylı bazı ekonomik sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bunların başlıcaları şu şekilde özetlenebilir:

a) Turizm işletmelerinin faaliyet gösterdiği bölgelerde yaşayan halkın bilgi, görgü, davranış ve düşünce kalıplarında önemli gelişmeler ve değişimler ortaya çıkmaktadır. Toplum, değişikliğe ve yeniliğe daha açık, özel girişim olanağını bulan kişilerin günlük olağan yaşamlarına döndüklerinde moral güçleri ve çalışmaya verimlilikleri de yükselmektedir.

b) İşletme aşamasında turizm İşletmeleri, çevreden et, süt, yumurta, meyve-sebze gibi gıda maddeleri ve çeşitli tüketim malları satın alırlar. Ayrıca turist, çevredeki bazı mal ve hizmetleri doğrudan bir tüketici olarak talep edebilir. Bunun sonucu olarak çevrede yeni iş alanları doğar ve ekonomik hayatta bir canlanma ve gelişme ortaya çıkar.

c) Turizm işletmelerinin hizmete açılmasıyla daha önceden turizmden bağımsız olarak gerçekleştirilmiş alt yapı tesislerinin ve bu arada mevcut ulaştırma sisteminin ekonomik anlamda daha etkin kullanımı sağlanır. Bu tesislerin ve sistemlerin daha fazla geliştirilmesi için uygun bir ortam doğar.

d) Turizm işletmelerinin faaliyetlerinin en önemli ekonomik sonucu ülkeye döviz getirisi sağlamalarıdır. Turizm ülke içinde perakende fiyatla yapılan bir dış satımdır. Dış satıma konu olan ürünler ise genellikle güneş, deniz, temiz hava ve kum gibi sıfır maliyetli veya meyve, sebze, balık gibi düşük maliyetli ürünlerdir. Ayrıca, turizm yoluyla alternatif maliyeti çok düşük bazı hizmetler de yüksek fiyatla satılmakta ve ekonomiye döviz girdisi sağlanmaktadır.

e) Turizm işletmelerinin faaliyete geçmesinin yaratacağı dolaylı bir ekonomik sonuç, yatırımın yapıldığı bölgede özellikle kırsal kesimde kapalı ekonomik yapıdan uzaklaşılması ve pazar ekonomisine geçişin hız kazanmasıdır. Ayrıca bu bölgelerde yaşayan halkın gelir

düzeyinin yükselmesi sonucu geniş bir potansiyel talep, fiili talebe dönüşmekte, ülke ekonomisini canlandırıcı ve üretim olanaklarını uyarıcı bir etki söz konusu olmaktadır.

Ana hatlarıyla belirtilen ekonomik sonuçların, özellikle kırsal kesimde gerçekleştirilen bir konaklama işletmesi yatırımı göz önüne bulundurularak ortaya konulmuştur. Yatırımın türü, niteliği, büyüklüğü, konumu, amaçları ve benzeri özellikleri farklılaştıkça doğabilecek ekonomik sonuçlar da şüphesiz farklılaşacaktır.

3.4 Türkiye’de Turizm Yatırımı Mevzuatları

3.4.1 Belirli Turizm Yatırımı Tanımları

- **Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri:** Tarihî ve kültürel değerlerin yoğun olarak yer aldığı ve/veya turizm potansiyelinin yüksek olduğu yöreleri korumak, kullanmak, sektörel kalkınmayı ve plânlı gelişimi sağlamak amacıyla değerlendirmek üzere sınırları Turizm Bakanlığı’nın önerisi ve Bakanlar Kurulu kararıyla tespit ve ilân edilen bölgelerdir.
- **Turizm Merkezleri:** Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri içinde veya dışında, öncelikle geliştirilmesi öngörülen; yeri, mevkii ve sınırları Turizm Bakanlığı’nın önerisi ve Bakanlar Kurulu kararıyla tespit ve ilân edilen, turizm hareketleri ve faaliyetleri yönünden önem taşıyan yerleri veya bölümlerini ifade etmektedir.
- **Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Alt Bölgesi:** 1/25.000 veya daha alt ölçekli plan ile belirlenen, içinde turizm türleri ile kültür, eğitim, eğlence, ticaret, konut ve her türlü teknik ve sosyal alt yapı alanlarından bir veya daha fazlasını kapsayan, kendi içinde alt alanlara ayrıştırılabilen arazilerdir.
- **Turizm İşletmesi:** Türk veya yabancı uyruklu, gerçek veya tüzel kişilerce, birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen ve turizm tesislerinde faaliyet gösteren ticari işletmelerdir.
- **Turizm Tesisi:** Turizm yatırımı kapsamında bulunan veya turizm işletmesi faaliyetinin yapıldığı tesisler ve bunların ayrıntıları ile tamamlayıcı unsurlarıdır.

- Turizm Belgesi: Turizm yatırımı belgesi, ana turizm yatırımı belgesi, turizm işletmesi belgesi veya kısmi turizm işletmesi belgesini ifade eder.
 - Turizm yatırımı belgesi: Yönetmelikle nitelikleri belirtilen tesis için Turizm Bakanlığı'nca yatırım aşamasında verilen belge.
 - Turizm işletmesi belgesi: Yönetmelikle nitelikleri belirtilen tesis için Turizm Bakanlığı'nca işletme aşamasında verilen belge.
 - Kısmi turizm işletmesi belgesi: Yönetmelikle nitelikleri belirtilen faaliyeti gösteren, tür ve sınıfının gerektirdiği zorunlu üniteleri yapılmış tesis için, yapılacak olan diğer üniteleri yatırım kapsamında tutularak Turizm Bakanlığı'nca verilen belge.
- İmar Planları: Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezlerinde turizm sektörünün ekolojik ve ekonomik verimliliği ve sürdürülebilir turizm ilkesi doğrultusunda kültür ve turizme dönük kullanımların ağırlıklı olduğu bölgelerdeki koruma ve gelişmeyi sağlamak, kısa ve uzun dönemli ilke ve hedefler ile mekansal stratejileri belirlemek üzere hazırlanan çeşitli ölçeklerde fiziksel planlardır.

3.4.2 Yatırım Türünün Kararı

Özellikle dış turizme dönük rantabl bir turizm yatırımı yapmak ve turizm sektörüne sağlanan teşviklerden yararlanmak için, yapılacak yatırımın mutlaka Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelenmesi gerekmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” (bkz.Ek 2) koşulları uyarınca Turizm Belgesi verilebilecek yatırım türleri şunlardır:

Çizelge 3.1 Türkiye’de turizm yatırımı türleri (Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Asli Konaklama Tesisleri	Oteller Moteller Tatil Köyleri Pansiyonlar Kampinger Apart Oteller Hosteller
Yeme – İçme ve Eğlence Tesisleri	Lokantalar Kafeteryalar Eğlence Yerleri
Sağlık ve Spor Tesisleri	Termal Turizmi Tesisleri Sağlıklı Yaşam Tesisleri Yüzme Havuzları Spor Tesisleri Golf Tesisleri
Kongre ve Sergi Merkezleri	
Rekreasyon Tesisleri	Eğlence Merkezleri Temalı Parklar Günübirlik Tesisleri Kış Sporları ve Kayak Merkezleri Mekanik Tesisleri
Kırsal Turizm Tesisleri	Çiftlik Evi-Köy Evi Yayla Evi Dağ Evi
Özel Tesisler	Özel Tesisler Butik Oteller
Bileşik Tesisler	Turizm Kentleri Turizm Kompleksleri Tatil Merkezleri Zincir Tesisler Personel Eğitim Tesisleri
Diğer Tesisler	Mola Noktaları Yüzer Tesisler Tatil Siteleri ve Villaları
Yat Turizmi Tesisleri (Yat Turizmi Kapsamında)	* Yat Yatırımı ve İşletmeciliği * Yat Limanları Yatırımı ve İşletmeciliği
Seyahat Acentaları (1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu Kapsamında)	

3.4.3 Yatırım Yeri Seçimi

Bir yatırım, özellikle bir turizm yatırımı için her şeyden önde gelen faktör yatırımın yeridir. Gerek bölgesel ölçekte, gerekse noktasal ölçekte, yatırım yerinin doğru seçilmiş olması, yatırımın karlılığını doğrudan etkilemektedir. Yatırımın yeri için 5 farklı seçenek bulunmaktadır:

1. Kendi araziniz: Öncelikle arazinizin imar planları açısından durumunu öğrenmeniz gereklidir. Bu bilgi; belediye ve mücavir alan sınırları içerisinde belediyelerden, belediye ve mücavir alan sınırları dışında İl Bayındırlık ve İskan Müdürlüklerinden elde edilebilir.

Hangi ölçekte olursa olsun imar planlarında turizm kullanımına ayrılmamış olan alanlarda turizm tesisi yapılamaz. Eğer arazi, hiç bir plan sınırına girmiyor ise, öncelikle, turizm yatırımının gerçekleştirilmesini sağlayacak imar planının yapılması şarttır.

Bunun için; eğer arazi herhangi bir Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve/veya Turizm Merkezi içerisinde kalıyor ise (arazinin herhangi bir Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve/veya Turizm Merkezi içinde kalıp kalmadığını resmi olarak öğrenmek için arazinin yerini öncelikle 1/25000 olmak üzere herhangi bir ölçekli plan veya halihazır üzerine işaretleyip Turizm Bakanlığı'na talebi içeren bir dilekçe ile iletilmesi gerekmektedir.) “Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde ve Turizm Merkezlerinde İmar Planlarının Hazırlanması ve Onaylanmasına İlişkin Yönetmelik” çerçevesinde planlama çalışmalarının başlatılması gerekmektedir.

Arazi herhangi bir Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve/veya Turizm Merkezi içerisinde kalmıyor ise tabi olduğu yürürlükteki diğer mevzuata göre işlem yürütülmesi gerekmektedir. Bu işlemler için Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'ne başvurularak görüş alınmasında yarar bulunmaktadır.

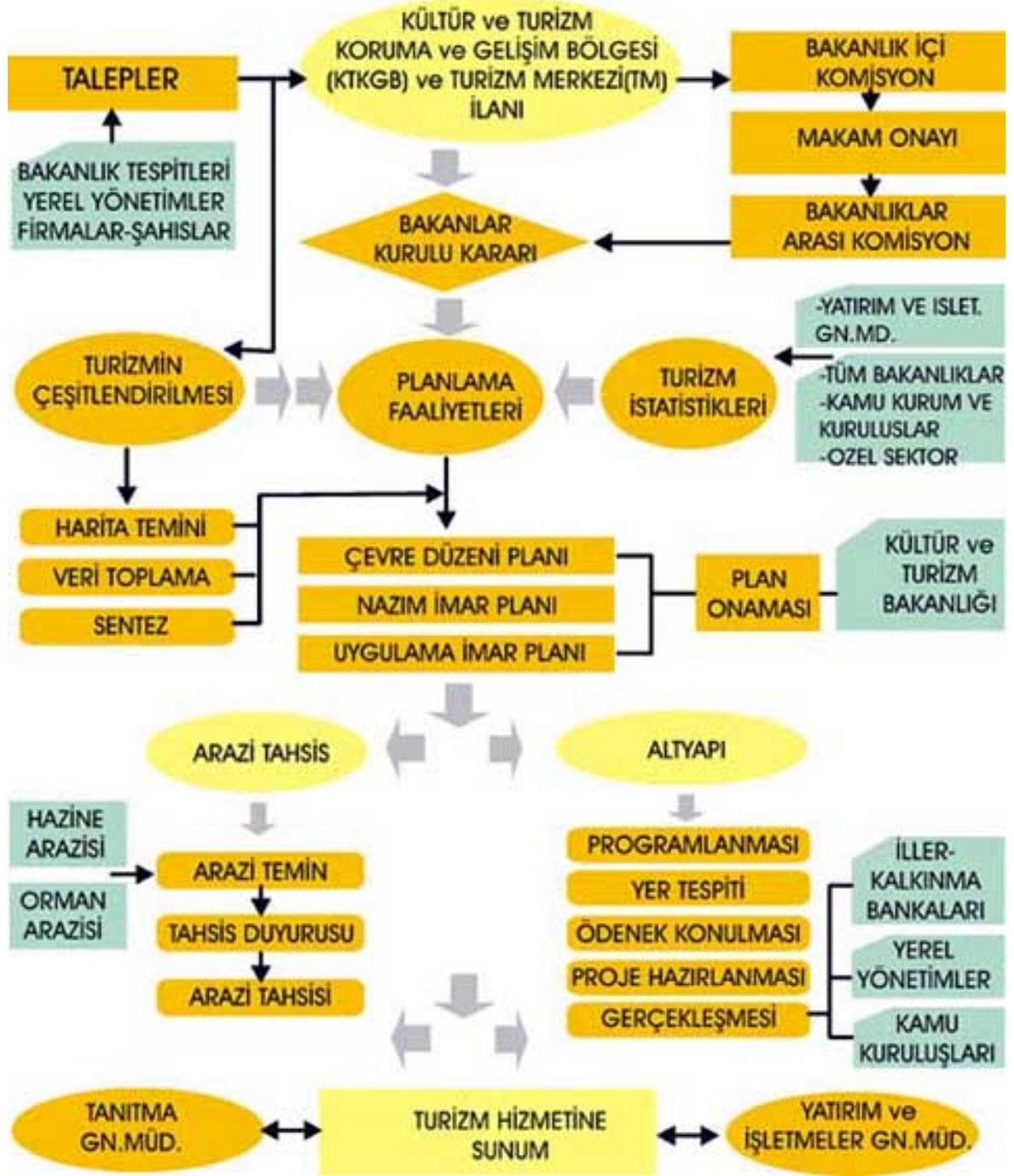
Eğer arazi, onaylı planlarda turizm kullanımına ayrılmış alanda bulunuyor ise veya hazırlanarak onaylatılan plan ile bu durum gerçekleşmiş ise turizm yatırımı için arazi hazır durumdadır. Onaylı imar planında arazi (imar parseli) için verilen yapılaşma koşulları

uyarınca (Alanı, İzin verilen inşaat alanı, Kat adedi veya yüksekliği, vb.) projelendirme faaliyetine başlanabilir.

2. Arazi satın alımı: Turizm yatırımı amacı ile özel olarak arazi satın almak, yatırımcı için üzerinde titizlikle durulması gereken bir konudur. Zira arazilerin fiziksel özelliklerinin turizm yatırımına uygun olması gerekliliğinin yanı sıra imar planında da turizm kullanımına ayrılmış olmaları gerekmektedir. Satın alınacak arazinin, konumu, büyüklüğü, ulaşım imkanları, özellikle dış turizm açısından havaalanlarına olan uzaklığı, mevcut ve geliştirilmesi gereken altyapısı, arazi seçiminde önemli faktörlerdir.

Tüm bu açılardan, arazi seçimi aşamasında arazi yerini belirleyen ölçekli halihazır harita üzerine işlenmiş kroki veya mevcut durum (ve yanında da var ise, tapu, çap, kroki... vb) ile Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'ne başvurularak görüş alınmasında yarar bulunmaktadır. Arazinin satın alınmasından sonra “kendi araziniz” kısmında açıklanan aşamaların uygulanması gerekmektedir.

3. Herhangi bir Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri (KTKGB) ve Turizm Merkezleri (TM) İçindeki Kamu Arazilerinin Tahsisinin Talebi
4. Herhangi bir Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri (KTKGB) ve Turizm Merkezleri (TM) Dışındaki Hazine Arazilerinin Tahsisinin Talebi
5. Herhangi bir Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri (KTKGB) ve Turizm Merkezleri (TM) Dışındaki Orman Arazilerinin Tahsisinin Talebi imkanları bulunmaktadır.



Şekil 3.1 Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri (KTKGB) ve Turizm Merkezleri (TM) İlanı, Planlaması ve Tahsisi (T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı, www.kultur.gov.tr).

4. BULANIK ÇOK AMAÇLI KARAR VERME

Çok amaçlı karar verme, özellikle son yıllarda en hızlı büyüyen problemlerden biridir. İş hayatında karar verme çok değişmiştir. Tek karar vericili (patron), tek amaçlı (kârın maksimizasyonu) ve sezgisel yöntemlere dayanan karar verme metotları; çok karar vericili, çok amaçlı ve analitik yöntemlerle karar vermeye doğru değişmiştir.

Çok amaçlı karar verme yöntemleri, bir amaçlar kümesi ve bir alternatifler kümesinden, en iyi alternatifi çeşitli kriterlere bağlı olarak bulmaya çalışan yöntemlerdir. Günlük hayatta amaçların, alternatiflerin ya da kriterlerin iyi tanımlanamamasına bağlı olarak pek çok problemde verilerin objektif ve doğru olarak sayısallaştırılması mümkün olmamaktadır. Aynı zamanda verilerin bir kısmının ya da tamamının stokastik, bulanık olması da sıra dışı bir durum değildir. Tüm karar verme problemlerinde olduğu gibi karar verici, her bir karar kriterine ve amacına göre her alternatif performansı hakkındaki görüşleri açıklama yetkisine sahiptir. Fakat buradaki asıl sorun tüm kriterler ve amaçlar aynı anda düşünüldüğünde alternatiflerin nasıl ağırlıklandırılacağıdır. İşte burada yer alan Çok Amaçlı Karar Verme (Multiple Objective Decision Making-MODM) metotlarında karar uzayı sürekli olup, optimal çözümü tanımlamaya çalışır. Problem genelde matematiksel programlama modeli olarak çözülür.

4.1 Genel Tanımlar Ve Terimler

Çok amaçlı karar verme yöntemleri sürekli karar uzayında karar problemlerine çözüm bulmaya çalışır. Çok amaçlı fonksiyonlarla matematiksel programlama bunun tipik bir örneğidir. Diğer taraftan, Çok kriterli karar verme/çok ölçütlü karar verme aynı zamanda kesikli karar uzayındaki problemlerinde çözümünde kullanılmaktadır. Bu problemlerde, karar alternatifleri kümesi daha önceden belirlenir (Triantaphyllou, 2000).

Çok kriterli karar vermede kullanılan genel tanımlar ve terimlerin bazıları şöyledir:

- *Alternatifler*: Alternatifler, karar verici için mümkün olan farklı hareket seçenekleridir. Alternatiflerin sayısı sonlu kabul edilirken; alternatifler denenebilir, önceliklendirilebilir ve sıralanabilirler.

- *Çok Yönlü Vasıflar:* “Hedefler” veya “karar kriteri” olarak da söz edilebilen vasıflar, alternatiflerin farklı boyutlarını temsil ederler. Kriterlerin sayılarının fazla olması durumunda kriterler arasında bir hiyerarşiden bahsetmek olasıdır. Böylece kriterler arasında ana kriter, alt kriter şeklinde bir yapılanma görülebilir.
- *Kriterler Arası Uyuşmazlık:* Farklı kriterler alternatiflerin farklı boyutlarını temsil ederler. Bu yüzden de bazen aralarında uyuşmazlık görülebilir. Örneğin maliyet ve kâr arasında bu durum çok görülür.
- *Orantısız Birimler:* Farklı kriterler farklı ölçü birimleriyle değerlendirilebilirler. Örneğin kullanılmış bir araba satın alırken bakılan en önemli kriterlerden ikisi arabanın maliyeti ve yaptığı kilometre arasında ölçü birimleri birbirinden farklıdır.
- *Karar Ağırlıkları:* Kriterler önem ağırlıklarına göre atanırlarken, genellikle bu ağırlıklar toplamı 1 olacak şekilde normalize edilirler.
- *Karar Matrisi:* Çok kriterli bir karar verme problemi, bir matris formatında kolaylıkla gösterilebilir. Bir A karar matrisinde a_{ij} , C_j karar kriterine göre değerlendirilen A_i alternatifinin performansını göstermektedir ($i=1,2,3,\dots,m$ ve $j=1,2,3,\dots,n$). Aynı zamanda, karar kriterinin bağıl performansının ağırlığının (w_j) karar verici tarafından belirlendiği kabul edilir.

	C_1	C_2	C_3	...	C_n
<i>Alternatifler</i>	w_1	w_2	w_3	...	w_n
A_1	a_{11}	a_{12}	a_{13}	...	a_{1n}
A_2	a_{21}	a_{22}	a_{23}	...	a_{2n}
..	..	..	..	...	..
A_m	a_{m1}	a_{m2}	a_{m3}	...	a_{mn}

4.1.1 Hedef Önceliklendirme Kavramı

Belirli amaçlara ulaşmada konulan hedefler gerekli olan aşamalardır. Bu kısa dönemli aşamalar ard arda geldiğinde uzun dönemli sonuçlara yani amaçlara ulaştırırlar. Hedef önceliklendirme de bu belirlenen amaçlara ulaşmak için hedeflerin kendi aralarında ağırlıklandırma ya da sıralama şeklinde önceliklendirilmesidir.

Hedef önceliklendirme problemlerinde ağırlıklandırma, karşılaştırma, puanlama, seçme, sıralama gibi yöntemler kullanılabilir. Hedef önceliklendirme için kullanılan modeller yapısal olarak şu şekilde gruplanabilir:

- Optimizasyon: Hedef programlama, doğrusal programlama, dinamik programlama vb. teknikler bu grupta yer almaktadır.
- Ağ Modelleri: Analitik Ağ Prosesi (Analytic Ağ Process-AAP), Bulanık Bilişsel Harita (Fuzzy Cognitive Map-FCM), Karşılıklı Etkileşme Analizi (Cross Impact Analysis-CIA), PERT diyagramı gibi şebeke yapısı gösteren teknikler bu grup altında incelenebilir.
- Karar Ağacı Yaklaşımları: Analitik Hiyerarşi Prosesi (Analytic Hierarchy Process-AHP) gibi ağaç yapısı gösteren teknikler bu gruptadır.
- Sıralama Metodolojileri: Sıralama yöntemleri, çok ölçütlü karar verme problemlerinde karar vericinin önceliklerine dayanarak çeşitli alternatiflerin sıralanması için kullanılır (Kandakoğlu,A.,2006).

4.2 Çok Kriterli Karar Verme Metotları

Karar metotlarının ve çeşitlerinin süregelen ani artışı ile birlikte, karşılaştırılmalı değerlerinin anlaşılması önem kazanmıştır. Metotların her biri, bir kesikli alternatif kararlar kümesinden seçimin yapılmasında karar vericiye yardım etmek üzere sayısal teknikleri kullanmaktadır. Bu, belirli bir kriter ve bu suretle karar vericilerin bütün verimi üzerinde alternatiflerin etkisinin temelinde başarılmıştır. Karar verme metotlarının kıyaslanması ve en iyisinin ortaya konulması çalışmaları sırasında zorluklar ortaya çıkmakta ve sonuçta "En iyi karar verme

metodunun seçilmesinde hangi karar verme metodunun kullanılması gerekir?" gibi çeşitli paradokslara ulaşılmaktadır (Triantaphyllou, 2000).

Karar verme metodlarının sınıflandırılmasında pek çok yol vardır. Bunlardan birincisi, kullandıkları veri tipine göre sınıflandırılmasıdır. Bunlar; deterministik, stokastik ya da bulanık çok amaçlı karar metodlarıdır. Çok amaçlı karar verme metodlarını sınıflandırmanın diğer bir yolu ise; karar verme sürecinin içinde bulunan karar verici sayısına göre sınıflandırmadır. Bunlar ise; tek karar vericili çok amaçlı karar verme metodları ve grup kararı alınan çok amaçlı karar verme metodlarıdır.

Grup karar verme, bir amaç doğrultusunda çalışan, birbirinden bağımsız davranma yeteneği belirlenmiş olan ve rollerin, sorumlulukların ve görevlerin tanımlanmış olduğu bir süreçtir. Takım performansı, doğal karar teorisi alanında geniş bir alana sahiptir. Grup performansı ise, geleneksel olarak organizasyonel davranış ve endüstriyel psikoloji alanlarında geniş bir yer alır. Grup kararı vermede, karar vericilerin grup içindeki rollerinden daha çok etik ve sosyal normlar etkilidir (Lehto ve Salvendy, 2002).

Çok boyutlu karar verme metodlarının kritiğinin yanı sıra geniş bir alanda kullanıldıkları da kaçınılmaz bir gerçektir. Ağırlıklı Toplam Metodu, en eski ve en çok kullanılan metottur. Ağırlıklı Çarpım Metodu, Ağırlıklı Toplam Metodunun bir modifikasyonu olarak karşımıza çıkmakta ve bu metodun bazı zayıf yanlarını ortadan kaldırmaktadır. Saaty tarafından tasarlanan Analitik Hiyerarşi Prosesi daha sonradan önerilmesine karşın, her geçen gün artan bir şekilde popülerlik kazanmaktadır. Geniş kullanım alanı olan diğer metodlar ise, ELECTRE ve TOPSIS metodlarıdır (Triantaphyllou, 2000).

Alternatiflerin sayısal analizini içeren herhangi bir karar verme metodunda üç adım vardır:

- İlgili alternatifleri ve kriterleri tanımla.
- Kriterlerin bağıl önemlerine ve bu kriterler üzerinde alternatiflerin etkilerine sayısal ölçütler ata.
- Her alternatifin bir sıralamasını tanımlamak üzere sayısal değerleri işlet.

Bu bölümde Ağırlıklı Toplam Modeli (WSM), Ağırlıklı Çarpım Modeli (WPM), ELECTRE, TOPSIS, Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP), Analitik Ağ Prosesi (AAP) ve bunun bulanıklaştırılmasından bahsedilecektir. Tüm bunlarda kullanılan genel karar problemi

şöyledir: $A_1, A_2, A_3, \dots, A_m$ ile gösterilen m adet alternatifin ve $C_1, C_2, C_3, \dots, C_n$ ile gösterilen n adet karar kriteri verilir. Karar vericinin her kritere göre her alternatifin performans değerini belirlediği kabul edilir, a_{ij} değerleri ve w_j , kriter ağırlıklarıyla birlikte A matrisi karar verici tarafından belirlenir.

4.2.1 Ağırlıklı Toplam Modeli

Özellikle tek boyutlu problemlerde en çok kullanılan yaklaşım olan Ağırlıklı Toplam Modeli (WSM) metodunda eğer m alternatif ve n kriter verildiğinde, en iyi alternatif aşağıdaki gibidir:

$$A^{*}_{\text{WSM-puanı}} = \max \sum_{j=1}^n a_{ij} w_j \quad i=1,2,3K,n$$

$A^{*}_{\text{WSM-puanı}}$, n karar kriteri sayısı, w_j , j . kriterinin önem ağırlığı ve a_{ij} ise j . kriterine göre i . alternatifin gerçek değeri olmak üzere, en iyi alternatifin WSM puanıdır.

Bu modeli savunan varsayım, faydaların toplanabilirliği varsayımdır. Bu, her alternatifin toplam değeri yukarıda verildiği gibi çarpımların toplamına eşittir. Bütün birimlerin aynı olduğu tek boyutlu durumlarda, WSM hiç bir zorluk olmadan kullanılabilir. Bu metodun zorluğu, çok boyutlu çok kriterli karar problemine uygulanması sırasında ortaya çıkar. Farklı boyutların ve tamamen farklı birimlerin birleştirilmesinde, faydaların toplanabilirliği varsayımı işe yaramamakta ve sonuç elma ve armutların toplanmasına benzemektedir (Triantaphyllou, 2000).

4.2.2 Ağırlıklı Çarpım Modeli Metodu

Ağırlıklı Toplam Metoduna çok benzeyen Ağırlıklı Çarpım Modeli (WPM) metodunun tek farkı modeldeki toplamın yerini çarpımın almasıdır. Her alternatif diğerleriyle her kriter için belli sayıda oranın çarpımı yoluyla kıyaslanmasıdır. Her oran karşılık gelen kriterin bağlı ağırlığına eşit güce sahiptir. Genel olarak, A_K ve A_L gibi iki alternatifi kıyaslamak için, n kriter sayısı, a_{ij} j . kritere göre i . alternatifin gerçek değeri ve w_j , j . kriterin önem ağırlığı olmak üzere, aşağıdaki çarpım hesaplanır (Triantaphyllou, 2000).

$$R(A_K/A_L) = \prod_{j=1}^n (a_{Kj} / a_{Lj})^{w_j}$$

$R(A_k/A_L)$ terimi birden-büyük ya da bire eşit olması, maksimizasyon durumunda A_k alternatifinin A_L alternatifine göre çok daha cazip olduğunu gösterir. En iyi alternatif diğerlerinden daha iyi olan alternatiftir. Herhangi bir ölçü birimini kendi yapısından dolayı elimine etmesinden dolayı bazı kaynaklarda boyutsuz analiz olarak adlandırılan Ağırlıklı Çarpım Modeli Metodunun diğer bir avantajı, gerçek veriler yerine bağıl verileri kullanmasıdır.

4.2.3 ELECTRE Metodu

İlk olarak 1966'da Benayoun ve arkadaşları tarafından tanıtılan ELECTRE (for Elimination and Choice Translating Reality) Metodunun temel prensibi, her kritere göre ayrı ayrı alternatiflerin ikili karşılaştırılmasını kullanarak "öncelik ilişkileri" ile ilgilenir. A_i ve A_j alternatiflerinin öncelik ilişkisi, sayısal olarak i. "alternatif j. alternatife baskın değilse $A_i \rightarrow A_j$ şeklinde gösterilir ve sonra karar verici hala A_j alternatifinden daha iyi olan A_i alternatifinin riskini üstlenebilir (Pomerol ve Barba-Romero, 2000). Bir alternatif, bir ya da daha fazla kritere göre değerlendirildiğinde diğerlerinden daha iyiye ve kalan kriterlere göre de hesaplandığında diğerlerine eşitse, diğer alternatiflere baskındır (Triantaphyllou, 2000).

ELECTRE Metodu, her kriter için alternatiflerin ikili karşılaştırılmalarıyla başlar. A_j ve A_k alternatiflerini ve bu alternatiflerin sırasıyla $g_i(A_j)$ ve $g_i(A_k)$ olarak gösterilen fiziksel veya parasal değerlerini kullanmasından dolayı ELECTRE metodu Uyumluluk İndeksi sağlar. Uyumluluk indeksi, A_j alternatifinin A_k alternatifine önceliğini veya baskınlığını gösteren neticeyi destekleyen kanıtların miktarı olarak ifade edilir. Aynı şekilde, Uyumsuzluk İndeksi de Uyumluluk İndeksinin tam tersidir.

Sonuç olarak, ELECTRE metodu alternatifler arasında ikili öncelik sıralama ilişkilerinin bir sistemini getirmektedir. Çünkü bu sistem, muhakkak tam değildir, ELECTRE metodu bazen en iyi alternatifi belirlemekte yetersiz kalmaktadır. Sadece önde gelen alternatiflerin özünü vermektedir. Bu metot, az tercih edilecekleri eleyerek karar vericiye alternatifleri incelerken daha açık bir görüş kazandırmaktadır. Ayrıca bu metot, çok sayıda alternatifin ve az sayıda kriterin bulunduğu karar problemlerini çözmek için güvenlidir (Triantaphyllou, 2000).

4.2.4 TOPSIS Metodu

1980 yılında Yoon ve Hwang tarafından ELECTRE'ye alternatif olarak geliştirilen TOPSIS (far the Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) Metodu, ELECTRE'nin en çok kabul gören çeşididir. Bu metodun temel prensibi, geometrik anlamda seçilen alternatifin ideal çözüme en yakın mesafesi olan ve negatif ideal çözüme en uzak mesafesi olan alternatif olması gerektiğidir (Triantaphyllou, 2000).

TOPSIS metodu tek düze artan ya da azalan kullanım eğilimi olduğunu farz eder. Bu nedenle, ideal ve negatif ideal çözümleri tanımlamak kolaydır, öklid mesafe yaklaşımı, alternatiflerin ideal çözüme göreli yakınlığını değerlendirmek için tasarlanmıştır. Böylece, alternatiflerin tercih sırası, bu göreli mesafelerin karşılaştırılma serisiyle elde edilebilir (Triantaphyllou, 2000).

4.2.5 Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) Metodu

Saaty tarafından ortaya atılan Analitik Hiyerarşi Prosesi Metodu, kişileri nasıl karar vermeleri konusunda bir yöntem kullanmaya zorunlu kılmak yerine, onlara kendi karar verme mekanizmalarını tanıma olanağı sağlayıp bu şekilde daha iyi kararlar vermelerini amaçlamaktadır.

Sürecin ilk adımı, karar verme probleminin olabildiğince ayrıntılı olarak ortaya konması ve daha sonra her bir ögenin hiyerarşi ağacındaki hangi dallara yerleştirilecek olduğunun saptanmasıdır. Bundan sonra yapılacak olan işlem, en alt düzeydeki hiyerarşinin kapsamındaki öğelerin, en üst düzeyde bulunan ve ana amacı ortaya koyan öge üzerindeki göreli etkilerinin ortaya çıkarılmasıdır. Bunun belirlenmesi ise, problemin her hiyerarşi düzeyi için bir dizi ikili karşılaştırma yapılmasına ve göreli ağırlıklarının bulunmasına dayanır (Evren ve Ülengin, 1992).

AHP, karar analizi yöntemlerinden gerçek hayata en çok uyarlanıp başarılı sonuçlar vermiş olanıdır. Yöntemin kullanım alanı bulunduğu uygulama alanlarından bazıları şunlardır: Eğitim, sağlık, çevre problemleri, veri tabanı seçimi, mimarî tasarım, finans, makro ekonomik tahminler, pazarlama, planlama, portföy seçimi, kaynak atama, taşımacılık, teknoloji transferi, silahlanmanın kontrolü, politikada adayların seçimi, harp oyunları vb. (Vargas, 1990).

AHP, dikkat gerektiren matematik hesaplamalarına rağmen, profesyonel çalışanlar ve akademisyenler arasında sıkça kullanılmaktadır. Böyle yoğun kullanılır olmasının nedenleri şöyle sıralanabilir (Ayyıldız, 2003):

- İnsanlar AHP'yi doğal ve ilgi çekici olarak görmektedirler.
- İnsanların düşünceleri kadar duygu ve heyecanlarına dayalı bir yargı içermektedir.
- İleri düzeyde teknik bilgi gerektirmemekte ve hemen hemen herkes tarafından kullanılabilir.
- Nitel kriterlerle birlikte nicel kriterleri de birlikte değerlendirme imkanı sağlamaktadır.
- Simetrik ögenin eşlenik olma özelliği ile ölçüm kolaylığı sağlanmıştır.
- Problem amaçlarına göre ölçek değerleri yeniden yorumlanabilmektedir.
- Karar problemlerini tanımlamak için ayrıntılı hiyerarşik yapısını kurmak çok basittir. Uygun gösterimlerle risk, çatışma ve tahmin problemleri çözülebilmektedir.
- Kaynak tahsisi, fayda/maliyet analizi, karar çatışmaları, tasarım ve sistem optimizasyonlarına direkt olarak uygulanabilmektedir.
- Grup kararlarında farklı uzmanlık ve tercihler söz konusu olsa da, basit ve etkili bir yol ile çözüme ulaşmayı sağlamaktadır (Saaty, 1994).

AHP metodu uygulanması, hiyerarşilerin oluşturulması, ikili karşılaştırmaların yapılması, sonuçların hesaplanması adımlarından oluşur.

4.2.5.1 Hiyerarşik Yapı

Karar verme işleminde en önemli alt aşamalardan biri kararı etkileyecek tüm faktörlerin belirlenmesi ve bir hiyerarşik yapıda temsil edilmesidir. AHP'nin ilk aşaması olan hiyerarşik yapı oluşturulurken tüm bu faktörler genel hedeften kriterlere daha sonra alt kriterlere ve en sonunda alternatiflere kadar uzanan bir hiyerarşik yapıda yer alırlar.

Hiyerarşik yapının oluşturulmasında dikkat edilmesi gereken en önemli hususlar şunlardır (Saaty, 1990):

1. Hiyerarşik yapı, problemi en iyi şekilde temsil etmelidir.
2. Problemi etkileyen tüm yan faktörler göz önüne alınmalıdır.
3. Çözüme ışık tutabilecek tüm yayın ve belgeler dikkate alınmalıdır.
4. Problemin içerisinde rol alacak katılımcılar belirlenmelidir.

Bir sistemin en iyi şekilde ifade edilmesi için, bu sistemi oluşturan tüm faktör ve alt faktörler açıkça belirlenmeli ve aralarındaki etkileşim analiz edilmelidir. Hiyerarşik yapı, sistemi oluşturan tüm seviye veya bileşenlerin aralarındaki fonksiyonel bağımlılığın sistem geneli üzerindeki etkisini ifade eden bir yapıdır. Bu sayede karmaşık problemler basitleştirilebilmekte ve neden-sonuç ilişkisi ortaya konabilmektedir. Ayrıca hiyerarşi sayesinde üst seviye ile alt seviye arasındaki bağımsızlık da belirlenebilmektedir.

Hiyerarşilerin oluşturulmalarından sonra karar verici, her düzeydeki öğelerin göreceli üstünlüklerini belirlemek için önceliklendirme işlemine başlar. Her düzeydeki öğeler, bir üst seviyedeki öğeye karşı önem derecelerine göre ikili olarak karşılaştırılır. Hiyerarşinin en tepesinden başlayan ve her düzeydeki ikili karşılaştırmalarla kare matrisler oluşturulur.

Hiyerarşi tasarımı, problem alanıyla ilgili bilgi ve tecrübe gerektirir. İki karar vericinin aynı problem için iki farklı hiyerarşi yapısı kurması normaldir. Hiyerarşi tek bir yapı değildir, kişiden kişiye değişir. Diğer yandan eğer iki kişi aynı problem için aynı yapıyı kursalar bile, tercihlerinde farklılıklar olabilecektir. Bu nedenle bir problemle karşılaşıldığında insanlar yargılarda, değerlendirmelerde, hiyerarşi yapısında fikir birliği oluşturmak için bir arada çalışmalıdır (Vargas, 1990).

Problemin hiyerarşik yapıya dönüştürülerek çözülmesinin avantajlarını şu şekilde sıralayabiliriz (Çakır, 2001):

- Sistemin hiyerarşik olarak gösterimi, alt düzeydeki bir öğenin önceliğinde olacak değişimin, üst düzeylerdeki öğelerin önceliklerini nasıl etkileyeceğini görmemizi sağlar.
- Alt düzeyler sistemin yapısı ve işleyişi hakkında büyük oranda detaylı bilgi verirken, üst düzeylerde problemin bir bütün olarak görülüp, ele alınmasına olanak tanır. Düzeyler içindeki öğelere ait kısıtların tatmin edilmesini garantileyerek, kısıtın bir üst düzeyde en iyi şekilde temsil edilmesini sağlar.
- Hiyerarşi, doğal sistemlerin temsil edilmesi ve geliştirilmesi için çok uygundur.

- Hem katı, hem de esnektir. Katıdır; çünkü yapı içinde yapılacak küçük değişiklikler, hiyerarşide ancak küçük etkiler yapabilir. Esnektir; çünkü iyi oluşturulmuş bir yapıya daha sonradan yapılacak eklemeler, hiyerarşinin performansını bozmaz.
- Hedefle ilgili en alt faktörün önceliklerinin tarifi yapılması ve neler gerektirdiğinin bilinmesi, derecelendirme problemlerinde karşılaşılan bir dizi öncelik problemlerini azaltmaktadır. Çeşitli faktör ve derecelendirmedeki geri besleme ilişkisinden kaynaklanan karışıklıkları gidermek üzere hiyerarşik bir yapı içerisinde karşılaştırmalar yaparak problemleri çözme işi, analitik hiyerarşi prosesinin varoluşunun ana sebebidir.

4.2.5.2 İkili Karşılaştırmalar

Analitik Hiyerarşi Prosesinde değerlendirmeler ikili karşılaştırmalar yardımıyla yapılır. Hiyerarşide yer alan öğeler, bir üst düzeydeki öğelere katkısı ve önem derecesine göre birbirleriyle ikili olarak karşılaştırılırlar. Bir düzeydeki öğelerin bir üst seviyedeki tüm öğelere göre karşılaştırılmaları sonucu bulunan ağırlıkların toplamı ile hiyerarşinin en alt seviyesindeki öğelerin toplam ağırlığı elde edilir.

İkili karşılaştırmaların kullanılmasının ana amacı, değerlendirmeler sırasında nasıl sayısallaştırılacağına karar verici tarafından seçilmesidir. İkili karşılaştırma yaklaşımı kullanan bütün metotlar karar vericinin nicel yanıtlarını ifade etmek için kullanılır.

AHP, problemin hiyerarşik olarak gösterimi sayesinde karar alınması açısından etkili olabilecek tüm faktörler üzerinde ayrı ayrı yargı sahibi olmamızı sağlar. Söz konusu yargı yoğunlaştırmasının en etkin yolu ise, öğeleri ikiye ikiye ele alıp onları sadece bir kritere göre değerlendirmek ve bu işlemi yaparken diğer kriterler ile ilgilenmemektir (Tekeş, 2002).

4.2.5.3 Çok Amaçlı Karar Verme Problemleri için Nitel Verilerin Sayısallaştırılması

Çok amaçlı karar verme problemlerinde ilk adım alternatifler kümesinin ve alternatiflerin değerlendirileceği karar kriterleri kümesinin belirlenmesidir. Bu, kritik bir adım olmasına rağmen, formülasyonu standart bir modelleme prosedürü ile kolayca yapılamaz (Triantaphyllou, 2000).

Hiyerarşinin bir düzeyini oluşturan öğelerin birbirlerine göre göreceli önemleri ikili karşılaştırmalar sonucu belirli bir ölçeğe göre puanlandırılıp matristeki yerine yazılır. İkili karşılaştırmalar bir ölçek kullanılarak sayısallaştırılır. Bu ölçeklerin kullanımında iki ana yaklaşım vardır. İlki, Saaty'nin AHP'nin bir parçası olarak tanımlanan lineer ölçek; diğeri de Lootsma tarafından tasarlanan üssel ölçektir.

Çizelge 4.1 Saaty'nin bağıl önemler ölçeği (Saaty, 1980)

Değer	Tanım	Açıklama
1	Eşit önemli	İki seçenekte eşit derecede öneme sahip
3	Biraz önemli	Tecrübe ve yargı bir kriteri diğerine karşı biraz üstün kılmakta
5	Fazla önemli	Tecrübe ve yargı bir kriteri diğerine karşı oldukça üstün kılmakta
7	Çok fazla önemli	Bir kriter diğerine göre üstün sayılmıştır
9	Aşırı derece önemli	Bir kriterin diğerine üstün olduğunu gösteren kanıt çok büyük güvenilirliğe sahiptir
2,4,6,8	Ara değerler	Uzlaşma gerektiğinde kullanılmak üzere iki ardışık yargı arasındaki değerler

Saaty tarafından tanımlanan bu lineer ölçeğe göre ikili karşılaştırmalar için mümkün değerler, $\{9,8,7,6,5,4,3,2,1,1/2,1/3,1/4,1/5,1/6,1/7,1/8,1/9\}$ kümesinin elemanlarıdır. Eğer ikili karşılaştırma sırasında satırdaki faaliyet sütundaki faaliyetten daha az tercih ediliyorsa, yani sütundaki faaliyet satırdakinden daha önemli ise, iki taraflı uygun sayılar olan $1/3, 1/5, 1/7$ ve $1/9$ matristeki yerine yazılır.

AHP yönteminde daha az kullanılan diğer ölçek ise, Lootsma tarafından tasarlanan Üssel Ölçeklerdir. Bu ölçeklerin geliştirilmesi, uyarıcı sezgiler (e_i) ile ilgili çeşitli psikolojik

gözlemlere dayanır. Bu gözleme göre, Robert'in teorisi doğrultusunda, $e_{n+1} - e_n$ farkının e_n ile orantılı olan algılanabilir en küçük farktan büyük veya bu farka eşit olması şarttır. Karar verici tarafından kabul edilebilir seçenekler Tablo 10'da özetlenmiştir. Bu dilsel ifadelerin sayısal karşılıkları aşağıdaki ilişkiyi sağlamalıdır (Triantaphyllou, 2000):

$$e_{n+1} - e_n = \varepsilon \cdot e_n, (\varepsilon > 0) \text{ veya,}$$

$$e_{n+1} = (1 + \varepsilon)e_n = (1 + \varepsilon)^2 \cdot e_{n-1} = \dots = (1 + \varepsilon)^{n+1} \cdot e_0, (e_0 = 1) \text{ veya } e_n = e^{\varepsilon n}$$

Bu eşitliklerde γ parametresi aynı ε parametresi gibi bilinmemektedir. $\gamma = \ln(1 + \varepsilon)$ olmak üzere, e doğal logaritmanın tabanıdır (e , logaritma tabanından farklı olup, sadece bir değişkeni göstermektedir.). Tablo 11, γ parametresinin iki değişik değerine karşılık gelmek üzere, iki üssel ölçeğin değerlerini sunmaktadır. Görüldüğü gibi, γ parametresine değişik değerler atanarak, farklı üssel ölçekler elde edilebilir.

Çizelge 4.2 Lootsma'nın önem ağırlıkları (Triantaphyllou, 2000)

Önem Şiddeti	Açıklama
e_0	A_i ile A_j arasında kesin ilgisizlik
e_1	A_i 'ye ilgisizlik eşiği
e_2	A_i için zayıf öncelik
e_3	A_i için uyum eşiği
e_4	A_i için güçlü öncelik
e_5	A_i 'ye baskınlık eşiği
e_6	A_i için çok güçlü öncelik
Yukarıdaki değerlerin tersleri	i üyesi j üyesiyle kıyaslandığında yukarıdaki değerlerden birine sahipse, j üyesi i üyesiyle karşılaştırıldığında bu değer

Çizelge 4.3 Lootsma (1998) tarafından tanımlanan bağıl önemler ölçeği (Triantaphyllou, 2000)

Normal ($\gamma=1/2$)	Genişletilmiş ($\gamma=1$)	Tanımı
$e^{\gamma x_0}=1.00$	=1.00	e_0
$e^{\gamma x_1}=1.65$	=2.72	e_1
$e^{\gamma x_2}=2.72$	=7.39	e_2
$e^{\gamma x_3}=4.48$	=20.09	e_3
$e^{\gamma x_4}=7.39$	=54.60	e_4
$e^{\gamma x_5}=12.18$	=148.41	e_5
$e^{\gamma x_6}=20.09$	=403.43	e_6

4.2.6 Çok Kriterli Karar Verme Problemlerinde Bulanık Mantık Kullanılması

Uzun zamandan beri pek çok fiziksel gerçek hayat durumlarının tam olarak tanımlanmasının mümkün olmadığı kabul edilmiştir. Bunun nedeni gerçek dünya durumlarında yüksek derecede baskı olmasıdır. Zadeh 1965 ve 1978 deki makalelerinde, doğal bulanıklığı ölçmek için bulanık küme teorisini tasarlamıştır. Bulanıklık, üyelikten üye olmayana keskin bir geçiş olmayan birbirine kümelerle birleşmiş bir etki tipidir. Bulanık kümeler örnekler, varlıkların sınıflarının sıfatlarla oluşturulmasıdır. Büyüklük, küçüklük, basitlik, yakınlık...vs (Triantaphyllou, 2000).

Hala, büyük sayıda araştırmacı, verilerinin ya da eski bilgilerin bulanık olduğu problemlerle karşı karşıya gelmektedirler. Bu durum kısmen belirsiz kavramlar ve yargı kurallarıyla sürekli süzgeçten geçirilen bilgi için, karar destek sistemleri ve uzman sistemler oluşturan insanlar için kritik hale gelmiştir. Bulanık küme teorisinin herhangi bir uygulamasındaki en kritik adımı, ilgili veriyi etkin bir şekilde tahmin etmektir (ör. üyelik değerleri). Bu temel problem olmasına rağmen, bir bulanık kümede üyelik değerlerini tanımlamak için tek bir yol yoktur. Bunun ana nedeni, araştırmacıların problemi farklı şekillerde algılamasından kaynaklanmaktadır (Triantaphyllou, 2000).

Çok sık olarak, çok kriterli karar verme problemlerinde veri eksik ve bulanıktır. Mesela, bir çevresel etki kriterine göre j. alternatifin değeri nedir? Bir karar verici, böyle dilsel ifadeleri kantitatif hale getirmekte zorlukla karşılaşabilir ve bu nedenle deterministik karar verme kullanılabilir. Bu nedenle, bir karar verilmesinde bulanık veri kullanan karar verme metodlarının geliştirilmesi ve kıyaslanması arzu edilebilir bir şeydir. Aynı zamanda bu bulanık çok kriterli karar verme metodlarının performanslarının değerlendirilmesi de oldukça önemlidir. Lootsma, 1989/1997 de Saaty'nin AHP metodunun bulanık versiyonunu sunmuştur. Yaklaşımında, karar kriterinin önem ağırlığını hesaplamak için, ikili karşılaştırmalarla birlikte üçgensel bulanık sayıları kullanmıştır. Benzer şekilde, her karar kriterine göre alternatiflerin bulanık performans değerleri de aynı şekilde üçgensel bulanık sayılar kullanılarak hesaplanmıştır (Triantaphyllou, 2000).

4.2.7 Bulanık Analitik Hiyerarşi Prosesi

Çoğu karar verme ve problem çözme işleri kantitatif olarak anlaşılamayacak kadar karışıktır. Karar verme konusunda çoğu araştırmalara göre bulanıklık ve belirsizlik, bir çok karar verme probleminde en sık karşılaşılan karakteristiklerdir. Nitel değerlerin hesaplanması zor olduğundan ikili karşılaştırmaların bir kısmının ya da tamamının bir belirsizlik derecesiyle ifade edilerek, öncelik vektörünün bu belirsizlik ortamında tanımlanmasına bulanık AHP problemi denir.

Örnek olarak dört bulanık alternatifli olan ve üç bulanık kritere sahip bir karar problemi düşünüldüğünde ikili karşılaştırmalar, bulanık üçgensel sayıların oranları şeklinde ifade edilir. Karar verici, ilk karar kriterine göre alternatifleri bulanık olarak ikili karşılaştırır ve ilk değerlendirme kriteri ($\hat{C}_1$) altında elde edilen karar matrisi şöyle olur:

	$\tilde{A}_1$	$\tilde{A}_2$	$\tilde{A}_3$
$\tilde{A}_1$	(1,1,1)	(1/6,1/2,2)	(1/10,1/4,2/3)
$\tilde{A}_2$	(1/2,2,6)	(1,1,1)	(1/8,1/3,1)
$\tilde{A}_3$	(3/2,4,10)	(1,3,8)	(1,1,1)

Klasik çok kriterli karar verme metotlarında kendisiyle karşılaştırılan alternatif 1 değerini alırken, burada bulanıklık nedeniyle (1,1,1) bulanık sayısı kullanılır. Ardından, yukarıdaki matrisin bulanık öz vektörü hesaplanır. Klasik bir karşılaştırmalı matris verildiğinde, Saaty'ye göre matrisin doğru en önemli öz vektörü alternatiflerin önemini belirler. Saaty'nin öz vektör yakınsama metodu ile bulanık aritmetik işlemler birleştirildiğinde, alternatiflerin aşağıdaki gibi önem sıralamaları ortaya çıkar (Triantaphyllou, 2000).

$$\hat{v}_1 = [(1,1,1) \times (1/6,1/2,2) \times (1/10,1/4,2/3)]^{1/3} = (0.25, 0.50, 1.10),$$

$$\hat{v}_2 = [(1/2,2,6) \times (1,1,1) \times (1/8,1/3,1)]^{1/3} = (0.40, 0.87, 1.82),$$

$$\hat{v}_3 = [(3/2,4,10) \times (1,3,8) \times (1,1,1)]^{1/3} = (1.14, 2.29, 4.31).$$

Daha sonra normal AHP'de olduğu gibi vektörlerin normalizasyonu yapılır ve daha sonra kalan karar kriterinin her birine göre üç alternatif kıyaslanır. Ve aynısı dört bulanık kriterin önem ağırlıkları için de yapılır ve bu veriler karar matrisini oluşturmak için kullanılabilir.

Kriterler				
	$\hat{C}_1$	$\hat{C}_2$	$\hat{C}_3$	$\hat{C}_4$
<u>Alternatifler</u>	<u>(0.08,0.18,0.46)</u>	<u>(0.08,0.16,0.39)</u>	<u>(0.17,0.40,0.86)</u>	<u>(0.11,0.26,0.61)</u>
$\hat{A}_1$	(0.02,0.14,0.99)	(0.18,0.44,0.95)	(0.22,0.37,0.64)	(0.12,0.23,0.55)
$\hat{A}_2$	(0.06,0.24,1.02)	(0.14,0.35,0.83)	(0.07,0.10,0.15)	(0.13,0.30,0.69)
$\hat{A}_3$	(0.16,0.62,2.41)	(0.11,0.21,0.53)	(0.30,0.53,0.91)	(0.19,0.47,1.00)

Daha sonra bulanık ağırlıklı toplam metodundaki formül kullanılarak üç bulanık alternatifin son bulanık öncelik puanları hesaplanır.

$$\hat{P}_1 = (0.02,0.14,0.99) \times (0.08,0.18,0.46) + (0.18,0.44,0.95) \times (0.08,0.16,0.39) + (0.22,0.37,0.64) \times (0.17,0.40,0.86) + (0.12,0.23,0.55) \times (0.11,0.26,0.61) = (0.068,0.474,1.887)$$

Benzer şekilde, diğer iki bulanık öncelik puanları da hesaplanır:

$$\hat{P}_2 = (0.772,0.208,1.908),$$

$$\hat{P}_3 = (0.897,0.480,2.696).$$

Bulanık sayıların sıralanmasıyla ilgili olarak anlatılan prosedür $\hat{P}_1, \hat{P}_2, \hat{P}_3$ 'e uygulandığında, en iyi alternatif bulanık $\hat{A}_3$ alternatifi olur.

4.2.8 Chang Yaklaşımı

$M_{g_i}^j$ ($j = 1, 2, \dots, m$) değerlerinin parametreleriyle ve 1, m, u üçgen bulanık sayılarıyla ifade edilen Chang'ın genişletilmiş algoritmasının adımları şöyledir:

- **Adım 1:** Bulanık yapay büyüklük değeri, i. nesneye göre şöyle tanımlanır:

$$S_i = \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \otimes \left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \right]^{-1} \quad (4.1)$$

$\sum_{j=1}^m M_{g_i}^j$ ifadesini elde etmek için, m değerleri üzerinde bulanık toplama işlemini belirli bir matris için aşağıdaki gibi gerçekleştirmek,

$$\sum_{j=1}^m M_{g_i}^j = \left(\sum_{j=1}^m l_j, \sum_{j=1}^m m_j, \sum_{j=1}^m u_j \right) \quad (4.2)$$

ve $\left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \right]^{-1}$ ifadesini elde etmek için $M_{g_i}^j (j = 1, 2, \dots, m)$ değerleri üzerinde bulanık toplama işlemini yapmak,

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j = \left(\sum_{i=1}^n l_i, \sum_{i=1}^n m_i, \sum_{i=1}^n u_i \right) \quad (4.3)$$

ve daha sonra (4.4) denklemindeki vektörün tersini hesaplamak gerekir.

$$\left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \right]^{-1} = \left(\frac{1}{\sum_{i=1}^n u_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n m_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n l_i} \right) \quad (4.4)$$

- **Adım 2:** $M_2 = (l_2, m_2, u_2) \geq M_1 = (l_1, m_1, u_1)$ ifadesinin olasılık derecesi şu şekilde tanımlanır:

$$V(M_2 \geq M_1) = \sup_{y \geq x} [\min(\mu_{M_1}(x), \mu_{M_2}(y))] \quad (4.5)$$

veya diğer bir ifade ile

$$V(M_i > M_j) = \begin{cases} 1 & ; m_i \geq m_j \\ 0 & ; l_j \geq u_i \\ \frac{(l_j - u_i)}{(m_i - u_i) - (m_j - l_j)} & ; \text{aksihalde} \end{cases} \quad (4.6)$$

- **Adım 3:** Konveks bir bulanık sayının olasılık derecesinin k konveks bulanık sayıdan $M_i (i = 1, 2, \dots, k)$ daha büyük olması şu şekilde tanımlanabilir:

$$V(M \geq M_1, M_2, \dots, M_k) = V[(M \geq M_1) \text{ve} (M \geq M_2) \text{ve} \dots \text{ve} (M \geq M_k)] \quad (4.7)$$

$$= \min V(M \geq M_i), i = 1, 2, \dots, k$$

Burada $k=1, 2, \dots, n$; $k \neq i$ için

$$d'(A_i) = \min V(S_i \geq S_k) \quad (4.8)$$

olduğu düşünülürse ağırlık vektörü şu şekilde bulunur:

$$W' = (d'(A_1), d'(A_2), \dots, d'(A_n))^T \quad (4.9)$$

- **Adım 4:** Normalize edilmiş ağırlık vektörleri

$$W = (d(A_1), d(A_2), \dots, d(A_n))^T \quad (4.10)$$

olarak bulunur. Burada bahsi geçen W ağırlık vektörü bulanık bir sayı değildir, bulanıklıktan kurtarılarak durulaştırılmıştır (Chang, 1996).

Uygulama kısmında yapılan çalışmanın aşamaları şöyledir:

- İlk olarak amaç belirlenir.
- Alternatifler belirlenir.
- Kriterler belirlenir.
- İkili karşılaştırmalar yapılır.
- İkili karşılaştırmalardaki bulanıklık Chang'ın algoritması kullanılarak giderilir.
- Bulanıklık giderildikten sonra elde edilen değerler Super Decisions paket programına girilir.
- Programdan her bir alternatifin ağırlığı bulunur.
- Bu bulunan ağırlıklar problemin bir sonraki aşamasının verilerini oluşturur.

4.2.9 Analitik Ağ Prosesi (AAP)

Son yıllarda karar verme problemlerinde önemli ölçüde kullanılan yöntemlerden biri de Thomas L. Saaty tarafından geliştirilip literatüre kazandırılan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP)

yöntemidir (Saaty, 1980). AHP, karar verme problemlerini hiyerarşik bir yapıda tek yönlü olarak modellemekte ve en iyi kararın verilmesine etki eden faktörleri sistematik bir şekilde değerlendirmekte ve faktörlere ilişkin öncelik sıralarını belirlemektedir. Bu süreçte AHP'nin en önemli varsayımlarından biri faktörlerin birbirlerine olan etkilerinin dikkate alınmaması ve aynı seviyede bulunan faktörlerin birbirinden bağımsız olmasıdır. Halbuki gerçek hayatta karar verme problemlerini etkileyen birçok faktör birbiriyle etkileşim halindedir. En iyi kararın verilebilmesi için faktörler arasındaki bu ilişkilerin dikkate alınması gerekmektedir. Karar verme sürecinde faktörler arasındaki ilişkileri dikkate alan ve problemin tek bir yöne bağlı kalarak modelleme zorunluluğunu ortadan kaldıran yöntem yine Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen Analitik Ağ Prosesi (AAP) yöntemi (Saaty, 1996).

Literatürde Analitik Ağ Süreci, Analitik Şebeke (Serim) Süreci, Analitik Ağ Prosesi olarak da geçen Analitik Ağ Process yönteminde karar verme problemi bir ağ yapısı ile modellenmekte ve modelleme aşamasında faktörler arasındaki bağımlılıklar ve faktör içindeki iç bağımlılıklar dikkate alınmaktadır. AAP yöntemi bu yapıyla karar verme problemlerinin daha etkin ve gerçekçi bir şekilde çözülmesini sağlamaktadır.

Bu yöntem tüm kriterleri ve faktörleri dikkate alarak bunlar arasındaki ilişkileri tanımlayıp en iyi kararı verme konusunda geliştirilmiştir. AAP kriterler ve alt kriterler arasındaki ilişkilere ve geri bildirimlere olanak sağlar. Bir problemde yer alan bileşenler arasındaki ilişkiler tek yönlü değil karşılıklı olduğu zaman, hiyerarşik tanımlamalar yeterli olmaz. Bu durumda seviyeler ortadan kalkar ve bileşenlerin ağırlıklarını bulmak daha karmaşık bir sürecin analizini gerektirir. AAP, problemleri, bileşenler arasındaki ilişkileri ve yönlerini tanımlayarak bir ağ şeklinde ifade eder. Bu yapı sayesinde, doğrudan ilişkilendirilmemiş bileşenler arasında olabilecek dolaylı etkileşimler ve geribildirimler de dikkate alınmaktadır (Özdemir, 2004).

4.2.9.1 AAP Aşamaları

AAP genel yapı olarak karar öğeleri ve bunlardan oluşmuş kümelerden ve bu kümelerin birbirleriyle ilişkilerinden oluşur. Kriterler, alternatifler ve amaç ögesi bu kümeler içerisinde yer alır. Birden fazla küme kullanılmasının amacı, benzer kriterleri bir çatı altında toplamak ve gerektiğinde ağırlıklandırmaktır. Tek tek öğeler ağırlıklandırılabilirdiği gibi kümeler de ikili karşılaştırmalar ile ağırlıklandırılabilir. Tüm kümeler oluşturulduktan sonra bunlar

arasındaki ilişkiler belirlenir ve bu ilişkinin derecesi anketlerden sağlanan verilerle belirlendikten sonra alternatiflerden hangisinin seçilmesi gerektiği bulunur.

Analitik Ağ Prosesi'ndeki temel adımlar şöyle izah edilebilir:

- **Amacın Belirlenmesi:** AAP'de ağ yapısının neden kurulmak istendiği açıkça belirtilmelidir. Bir karar yapısı için öncelikle alternatiflerden bir tanesinin seçilmesi gerekmektedir ve amaç bu alternatiflerden hangisinin seçilmesi gerektiğini göstermektedir. Amaç belirlenirken en önemli konulardan biri yeterince açık bir şekilde ifade edilmesidir. Amaç açık bir şekilde ortaya konulduktan sonra alternatifler belirlenmelidir.
- **Alternatiflerin Belirlenmesi:** AAP'de amaç belirlendikten sonra hangi alternatifin sisteme gireceği ve seçileceği belirlenmelidir. Seçilecek alternatifler mantıklı bir eleme sonucunda sisteme dahil edilmeli, daha baştan en iyi olarak seçilmesi mümkün olmayan alternatifler sisteme dahil edilmemelidir. Karmaşıklık düzeyi yüksek ağ yapıları çok fazla kriter içerir ve çok önemli kararlar için geliştirilmektedir. Bu durumda ankete katılan uzmanların geçmiş deneyimleri, konu hakkında teknik bilgileri ve çalıştıkları bölümler çok önemlidir. Mümkün olduğunca fazla sayıda uzman görüşü almak önemlidir. Ancak bunu belirli sınırlar içinde tutmak faydalıdır.
- **Küme Karşılaştırmalarının Yapılması:** Kümelerdeki elemanlar birbirleriyle ilişkilerine göre ağırlıklarının belirlenmesi amacıyla küme karşılaştırmaları yapılır. Küme karşılaştırmaları yapılırken her bir küme bazında, bu kümenin etkilediği kümelerin karşılaştırıldığı ikili karşılaştırma matrisleri oluşturulur. Dolayısıyla bir küme bazında küme karşılaştırmaları yapılması için, bu kümenin en az iki kümeyi etkilemesi gerekmektedir. AAP yapısı gereği bu kümelerden biri kendisi de olabilir.
- **Eleman Karşılaştırmalarının Yapılması:** Tüm elemanlar göz önünde bulundurularak, her bir eleman bazında diğer elemanların bu belirlenen elemana göre etkilerinin kıyaslanacağı ikili karşılaştırma matrisleri oluşturularak eleman karşılaştırmaları yapılır.
- **Süpermatrislerin Oluşturulması:** Bir kümedeki elemanların diğer kümelerdeki elemanlara etkisini ya da aynı kümedeki diğer elemanlara etkisini göstermek için bu

vektörler süpermatris adı verilen bir matrise sütun olarak yerleştirilirler. Her süpermatristeki nispi öncelikler, içinde bulundukları kümenin önceliğiyle çarpılarak ağırlıklandırılmış süpermatris elde edilir. Daha sonra elemanların birbirleri üzerindeki uzun dönemli etkileri süpermatrisin sütun ve satırları durağanlaşana kadar yüksek bir kuvveti alarak belirlenir ve oluşturulan bu yeni matrise “limit süpermatris” adı verilir. Limit süpermatristeki her sütun normalleştirilerek alternatiflere ilişkin son öncelikler elde edilir ve en yüksek önem ağırlığına sahip olan alternatif en iyi alternatif olarak seçilir.

4.3 Bulanık Doğrusal Programlama Modeli

Geleneksel bir doğrusal programlama modeli, amaç fonksiyonu ve kısıtlayıcı kümesi şeklinde iki kısımda ele alınır. Geleneksel doğrusal programlama modelinde, kısıtlayıcılardan hareketle uygun çözüm alanı veya olası çözümler kümesi oluşturulur. Uygun çözüm alanı oluşturulurken temel olarak yapılan işlem, kısıtlayıcıların kesişim kümesinin belirlenmesidir. Belirlenen bu kesişim kümesinde yer alan olası seçenekler, amaç fonksiyonunda değerlendirilir. Doğrusal programlama modellerinde maksimizasyon veya minimizasyon şeklinde oluşturulan amaç fonksiyonları, kısıtlayıcı kümesine göre en uygun kılınır. Bu uygulama sürecinde, amaç fonksiyonlarının olabildiğince iyi değerler alması istenir. Diğer bir deyişle, belirli bir seçenekler kümesinin sağlayacağı fayda (maksimum kâr, minimum maliyet vb.) olabildiğince artırılmaya çalışılır. Bu nedenle, geleneksel doğrusal programlama problemlerinde amaç fonksiyonları, olası seçenekleri en iyiden en kötüye doğru sıralayan bir fayda fonksiyonu olarak kabul edilebilir. Bu bakış açısından, doğrusal programlama modellerindeki amaç fonksiyonlarının sınırlandırılmamış olduğu ifade edilebilir.

Geleneksel doğrusal programlama modellerinde, deterministik olarak ifade edilen problemler için en iyi çözüm araştırılır. Bu çözümün, karar vericiyi doyurup doyurmadığı doğrusal programlama modellerinde ele alınmaz. Geleneksel doğrusal programlama modellerinde doğrusallık, toplanabilirlik, sınırlılık ve negatif olmama varsayımlarına ek olarak, kapalı bir şekilde geçerli olan bazı varsayımlar vardır (Öztürk, 2002). Bunlar, her bir kısıtlayıcının önem (ağırlık) derecesinin eşit olması; kısıtlayıcılarda matematiksel anlamda herhangi bir ihlale izin verilmemesi; sağ taraf sabitleri, teknoloji katsayıları ve amaç fonksiyonu katsayılarının kesin olarak bilinmesi; maksimizasyonun (veya minimizasyonun) tam zorunluluk olması şeklinde ifade edilebilir.

Bulanık doğrusal programlama problemleri, bulanıklık kavramının ele alınış şekline göre birçok sınıfa ayrılmıştır. Bu sınıflamalarda ilki Zimmermann tarafından yapılmıştır. Zimmermann, bulanık doğrusal programlama problemlerini simetrik modeller ve simetrik olmayan modeller şeklinde bir ayrıma tabii tutmuştur. Zimmermann'a göre, amaç ve kısıtlayıcıların bulanık olması halinde simetrik bir model söz konusudur.

Literatürde bulanık hedef programlama problemlerinin çözümü için geliştirilen birçok yaklaşım bulunmaktadır. Fakat bu yaklaşımların bir çoğunda Zimmermann yaklaşımı temel olarak alınmıştır. Dolayısıyla, bulanık hedef programlama problemlerinin çözümüne bir zemin hazırlamak için Zimmermann yaklaşımının açıklanması gerekir. Zira, çalışmamızın uygulama kısmında da Zimmermann yaklaşımı kullanılarak bulanık hedef programlama problemi çözülmüştür.

Zimmermann, bulanık amaç ve bulanık kısıtlayıcı doğrusal programlama problemleri için simetrik bir yaklaşım önermiştir. Zimmermann'a göre, bulanık amaç fonksiyonu, karar vericiden sağlanan bulanık bir erişim düzeyi ile bulanık bir kısıtlayıcı olarak ifade edilebilir. Bu durumda, bulanık karar kümesi belirlenirken bulanık amaç ve bulanık kısıtlayıcılar birbirlerinden farksız olarak ele alınır.

$$\underset{\sim}{Max}(Z = c^T x)$$

$$\text{Kısıtlayıcılar} \tag{4.11}$$

$$(\underset{\sim}{Ax})_i \leq b_i \quad i = 1, 2, \dots, m$$

$$x \geq 0$$

(4.11) numaralı model ile gösterilen bulanık amaç ve bulanık kısıtlayıcı bir doğrusal programlama problemi, aşağıda verilen kısıtlayıcı kümesinden çözüm vektörü x 'in bulunması şeklinde ifade edilir (Zimmermann, 1983).

$$\underset{\sim}{c}^T x \geq b_0$$

$$(\underset{\sim}{Ax})_i \leq b_i \quad i = 1, 2, \dots, m \tag{4.12}$$

$$x \geq 0$$

Burada $\leq$ işareti $\leq$ işaretinin bulanıklaştırılmış halidir. $\leq$ işareti, “ $(Ax)_i$ kısıtlayıcısı b_i civarında veya daha azdır” şeklinde yorumlanır. Benzer olarak, $\geq$ işareti de $\geq$ işaretinin bulanıklaştırılmış halidir. Bulanık amaç fonksiyonunun her iki tarafı da (-1) ile çarpılırsa, bulanık doğrusal programlama problemi aşağıda verildiği gibi tamamen simetrik olarak ifade edilir:

$$\begin{aligned} -c^T x &\leq -b_0 \\ (Ax)_i &\leq b_i \quad i = 1, 2, \dots, m \\ x &\geq 0 \end{aligned} \quad (4.13)$$

Burada, $B = \begin{bmatrix} -c^T \\ A_i \end{bmatrix}$ ve $e = \begin{bmatrix} -b_0 \\ b_i \end{bmatrix}$ sütun vektörleri tanımlanırsa, bulanık doğrusal programlama problemi aşağıdaki gibi düzenlenir:

$$\begin{aligned} Bx &\leq e \\ x &\geq 0 \end{aligned} \quad (4.14)$$

Bulanık amaç ve bulanık kısıtlayıcılar seçenekler kümesindeki bulanık kümeler olarak tanımlandığı için, bunlara ilişkin üyelik fonksiyonlarının belirlenmesi gerekir. (4.14) numaralı modelin i . satırı için, üyelik fonksiyonunun tek düze olarak artmayan bir yapıda olması gerekir. Yani, i . bulanık eşitsizlik tamamen doyuruluyorsa, üyelik derecesi 1 olmalı; i . bulanık eşitsizlik tamamen doyurulmuyorsa, üyelik derecesi 0 olmalı ve $[b_i, b_i + d_i]$ aralığında üyelik derecesi 1’den 0’a doğru tek düze olarak azalmalıdır. Burada, $e_i = b_i$ ($i = 0, 1, 2, \dots, m$) terimi i . bulanık eşitsizlik için karar vericinin ulaşmak istediği erişim düzeyini, d_i terimi ise i . erişim düzeyi için karar vericinin belirlediği maksimum tolerans miktarını gösterir. Diğer bir ifadeyle, d_i ’ler amaç fonksiyonu ve kısıtlayıcılardaki kabul edilebilir toleransları gösteren ve karar verici tarafından belirlenen sabitlerdir. Bu durumda i . bulanık eşitsizliğin üyelik fonksiyonu matematiksel olarak aşağıdaki gibi ifade edilir (Lin ve Lee, 1996):

$$\mu_i[(Bx)_i] = \begin{cases} 0 & ; eger \quad (Bx)_i \geq b_i + d_i \quad ise \\ \in [0,1] & ; eger \quad b_i \leq (Bx)_i \leq b_i + d_i \quad ise \\ 1 & ; eger \quad (Bx)_i \leq b_i \quad ise \end{cases} \quad (4.15)$$

Buradan hareketle, bulanık amaç fonksiyonu ve bulanık kısıtlayıcıların parçalı doğrusal üyelik fonksiyonları sırasıyla aşağıda verildiği gibi tanımlanır (Dyson, 1980):

$$\mu_0(x) = \begin{cases} 0 & ; eger \quad c^T x \leq b_0 - d_0 \quad ise \\ 1 - \frac{b_0 - c^T x}{d_0} & ; eger \quad b_0 - d_0 \leq c^T x \leq b_0 \quad ise \\ 1 & ; eger \quad c^T x \geq b_0 \quad ise \end{cases} \quad (4.16)$$

$$\mu_1(x) = \begin{cases} 0 & ; eger \quad (Ax)_i \geq b_i + d_i \quad ise \\ 1 - \frac{(Ax)_i - b_i}{d_i} & ; eger \quad b_i \leq (Ax)_i \leq b_i + d_i \quad ise \\ 1 & ; eger \quad (Ax)_i \leq b_i \quad ise \end{cases} \quad (4.17)$$

Bulanık amaç ve bulanık kısıtlayıcıların üyelik fonksiyonları belirlendiği için, bulanık karar kümesi aşağıda verilen ifadeden oluşturulabilir:

$$\mu_{\tilde{D}}(x) = \min[\mu_0(x), \mu_1(x)] \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (4.18)$$

Bulanık karar kümesinin en yüksek üyelik dereceli elemanı ise,

$$\mu_{\tilde{D}}(x^M) = \max_{x \geq 0} (\min[\mu_0(x), \mu_1(x)]) \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (4.19)$$

veya,

$$\mu_{\tilde{D}}(x^M) = \max_{x \geq 0} \left(\min \left[\left(1 - \frac{b_0 - c^T x}{d_0} \right), \left(1 - \frac{(Ax)_i - b_i}{d_i} \right) \right] \right) \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (4.20)$$

eşitliklerinden belirlenir.

Bulanık amaç ve bulanık kısıtlayıcılar için tolerans betimlemesi kullanıldığı zaman, bir maksimizasyon kararı olan $\mu_{\tilde{D}}(x^M)$, geleneksel bir doğrusal programlama modelinin kurulması ile belirlenebilir. Diğer bir ifadeyle, simetrik bulanık doğrusal programlama problemleri, ek bir değişken olan λ 'nın kullanılması ile geleneksel bir doğrusal programlama

modeli olarak ifade edilebilir. Bunun için, bulanık karar kümesinin λ değişkeni ile gösterilmesi gerekir.

$$\min_i [\mu_0(x), \mu_1(x)] = \mu_0(x) \wedge \mu_1(x) = \lambda \quad (4.21)$$

Burada λ değişkeni, bulanık amaç ve bulanık kısıtlayıcıların çözüm vektörü x tarafından eşanlı olarak doyurulma derecesini gösterir. λ değişkeni, $\lambda \in [0,1]$ aralığında tanımlanır. Bu durumda, bulanık karar kümesinin eşitlik (4.18) ile verilen tanımı, aşağıdaki ifadeye denktir (Zhao vd., 1992):

$$\begin{aligned} \mu_0(x) &\geq \lambda \\ \mu_1(x) &\geq \lambda \end{aligned} \quad (4.22)$$

Buradan $\mu_D(x^M)$ 'i belirleme problemi geleneksel bir doğrusal programlama problemi olarak aşağıda verildiği gibi ifade edilir:

Max λ

Kısıtlayıcılar

$$\begin{aligned} \mu_0(x) &\geq \lambda \\ \mu_1(x) &\geq \lambda \\ \lambda &\in [0,1] \end{aligned} \quad (4.23)$$

Bulanık amaç ve bulanık kısıtlayıcıların üyelik fonksiyonları, (4.23) numaralı modelde yerine konulduğu zaman, aşağıdaki doğrusal programlama modeline ulaşılır.

Max λ

Kısıtlayıcılar

$$\begin{aligned} 1 - \frac{b_0 - c^T x}{d_0} &\geq \lambda \\ 1 - \frac{(Ax)_i - b_i}{d_i} &\geq \lambda \quad ; \quad \forall i \\ \lambda &\in [0,1] \\ x &\geq 0 \end{aligned} \quad (4.24)$$

Bu model, $c^T x$ ve $(Ax)_i$ terimlerine göre düzenlendiğinde,

$$\begin{array}{ll}
 \text{Max } \lambda & \text{Max } \lambda \\
 \text{Kısıtlayıcılar} & \text{Kısıtlayıcılar} \\
 \left. \begin{array}{l} c^T x \geq b_0 - (1 - \lambda)d_0 \\ (Ax)_i \leq b_i + (1 - \lambda)d_i \\ \lambda \in [0,1] \\ x \geq 0 \end{array} \right\} ; \quad \forall i & \equiv \left\{ \begin{array}{l} c^T x - \lambda d_0 \geq b_0 - d_0 \\ (Ax)_i + \lambda d_i \leq b_i + d_i \\ \lambda \in [0,1] \\ x \geq 0 \end{array} \right. ; \quad \forall i
 \end{array} \quad (4.25)$$

modeli elde edilir. Burada c_j , a_{ij} , b_0 , d_0 , b_i ve d_i parametrelerinin problemin çözümünden önce, karar verici tarafından belirlenmesi gerekmektedir.

Bulanık amaç ve bulanık kısıtlayıcılı doğrusal programlama modellerinde bazı kısıtlayıcılar bulanıklık içermeyebilir. Bu durumda, ilgili kısıtlayıcıların, maksimum toleransları sıfır olarak kabul edilir. Diğer bir ifadeyle, bulanık olmayan kısıtlayıcılar herhangi bir dönüşüm işlemi yapılmadan, ilgili modele ilave edilir (Zimmermann, 1993).

Bulanık doğrusal programlama modellerinin çözümü için Zimmermann'ın sunduğu yöntemin az sayıda varsayım ve işlemsel kolaylık sağlama gibi avantajları vardır. Bununla birlikte, Zimmermann'ın sunduğu yaklaşım literatürde genel olarak iki açıdan eleştirilmektedir. Bunlardan ilki, amaç fonksiyonunun erişim düzeyi ile maksimum tolerans miktarının karar vericiden başlangıçta istenmesidir. Bu durumda, karar verici söz konusu değerleri doğru olarak belirleyemeyebilir veya karar vericinin bu değerler hakkında herhangi bir bilgisi olmayabilir. Ayrıca amaç fonksiyonunun erişim düzeyi olan b_0 çok küçük verilirse, bulanık doğrusal programlama probleminin çözümü belirlenemeyebilir. Diğer taraftan, p_0 çok büyük verilirse, bu durumda üyelik fonksiyonu anlamını yitirir (Lai ve Hwang, 1992). Bulanık doğrusal programlama modellerinin geleneksel bir çözümünün araştırılması, Zimmermann yaklaşımına getirilen ikinci bir eleştiridir. Çünkü Zimmermann yaklaşımı ile bulanık karar kümesi tamamen belirlenmemektedir. Bunun yerine, bulanık karar kümesinin en büyük üyelik dereceli elemanı belirlenmektedir (Özkan, 2003).

Bu çalışmada uygulamanın ilk kısmında Chang'ın algoritması ile bulanıklık giderilerek Analitik Ağ Prosesi ile ağırlıklandırılan alternatifler, bulanık çok amaçlı doğrusal

programlama problemine dönüştürülmüştür. Daha sonra bu problem Zimmermann metoduyla doğrusal hale getirilip WINQSB paket programı yardımıyla çözülmüştür.

5. UYGULAMA

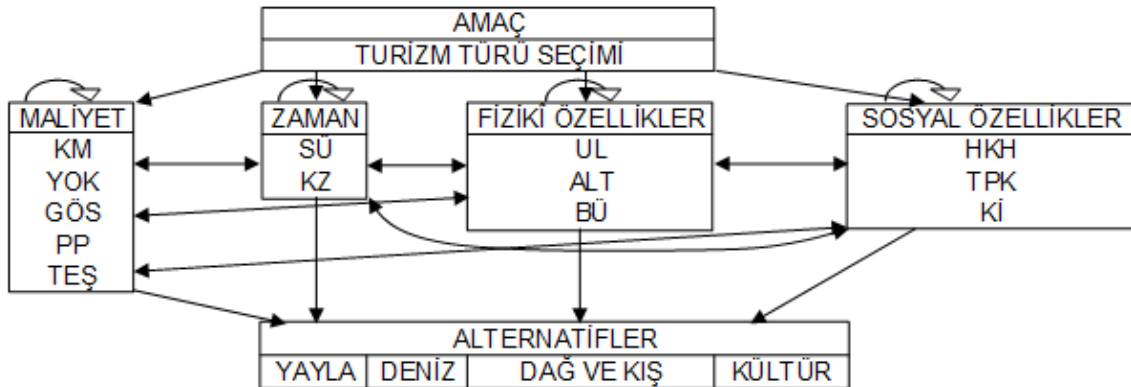
Yaptığımız uygulama kısmında ilk olarak Türkiye için yatırım yapılması planlanan turizm türüne bulanık Analitik Ağ Prosesi ile karar verilmiş; daha sonra da bu turizm türüne ait 3 reel yatırım ortaya konularak ağırlıklandırılmış ve gerçek finansal verilerle birlikte bu ağırlıklar da kullanılarak bulanık çok amaçlı olarak hangi yatırımın yapılmasının daha fizibil olacağına karar verilmiştir.

Uygulamamızda ilk olarak Türkiye için katılanların amaçlarına göre turizm türüne karar verme problemi ele alınmış ve turizm başlığı altında bahsettiğimiz turizm türlerinden en uygun olan 4 tanesi, konusunda uzman kişilerle görüşülerek seçilmiştir. Seçilen bu 4 turizm türü olan “yayla”, “deniz”, “dağ ve kış” ve “kültür” turizmleri; “turizm türleri” problemi için alternatifler olmuştur.

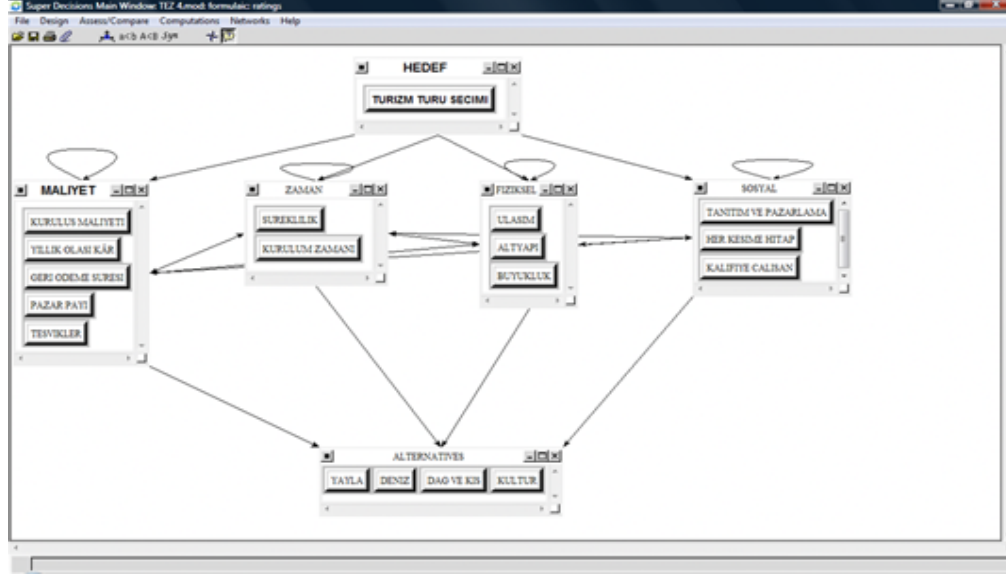
Turizm türüne karar vermede kullanılan kriterler ise 4 ana kriter altında bulunmaktadır. Bunlar; “maliyet”, “zaman”, “fizikî özellikler” ve “sosyal özellikler”dir. Maliyet ana kriterinin altında, yatırımların ilk “kuruluş maliyeti” (KM), “yıllık olası kâr”ları (YOK), “geri ödeme süresi” (GÖS), “pazar payı” (PP) ve “teşvik”ler (TEŞ) yer almaktadır. Zaman ana kriterinin altında ise “süreklilik” (SÜ) yani yaz-kış, 4 mevsim ve aylar bazında sürekli olması ve tesisin “kurulum zamanı” (KZ) yer almaktadır.

Fiziki özellikler ana kriterinde “ulaşım” (UL), “altyapı” (ALT) ve potansiyel “büyüklük” (BÜ) yer alır. Sosyal özellikler ana kriterinde ise “her kesime hitap edebilme” (HKH), “tanıtım ve pazarlama kabiliyeti” (TPK) ve gereken “kalifiye iş gören” (Kİ) yer almaktadır.

Çizelge 5.1 Turizm türü seçimi için problemin ağ yapısı



Daha sonra amacımız, kriterlerimiz ve alternatiflerimize göre ikili karşılaştırma matrisleri oluşturulmuştur. Konusunda deneyimli uzman 3 kişinin doldurduğu anketler neticesinde çözüm bulanık AAP kullanılarak Super Decisions paket programıyla bulunmuştur.



Şekil 5.1 Turizm türü seçimi için kurulan ağ yapısının Super Decisions paket programında gösterimi

Bulanık işlemlerin durulaştırılmasında Chang'ın algoritması kullanılmış ve bu sayılar direk Super Decisions (SD) paket programına girilmiştir. Örnek olarak tanıtım ve pazarlama kriterine göre alternatiflerin ikili karşılaştırmalarını ele alırsak;

Çizelge 5.2 Tanıtım ve pazarlamaya göre alternatiflerin 1. anket matrisi

	Yayla l	Yayla m	Yayla u	Deniz l	Deniz m	Deniz u	Dağ ve Kış l	Dağ ve Kış m	Dağ ve Kış u	Kültür l	Kültür m	Kültür u
Yayla	1,000	1,000	1,000	0,400	0,500	0,667	0,400	0,500	0,667	1,000	1,000	1,000
Deniz	1,500	2,000	2,500	1,000	1,000	1,000	0,667	1,000	1,500	1,500	2,000	2,500
Dağ ve Kış	1,500	2,000	2,500	0,667	1,000	1,500	1,000	1,000	1,000	0,667	1,000	1,500
Kültür	1,000	1,000	1,000	0,400	0,500	0,667	0,667	1,000	1,500	1,000	1,000	1,000

Çizelge 5.3 Tanıtım ve pazarlamaya göre alternatiflerin 2. anket matrisi

	Yayla l	Yayla m	Yayla u	Deniz l	Deniz m	Deniz u	Dağ ve Kış l	Dağ ve Kış m	Dağ ve Kış u	Kültür l	Kültür m	Kültür u
Yayla	1,000	1,000	1,000	0,286	0,330	0,400	0,400	0,500	0,667	0,667	1,000	1,500
Deniz	2,500	3,000	3,500	1,000	1,000	1,000	1,500	2,000	2,500	1,500	2,000	2,500
Dağ ve Kış	1,500	2,000	2,500	0,400	0,500	0,667	1,000	1,000	1,000	1,500	2,000	2,500
Kültür	0,667	1,000	1,500	0,400	0,500	0,667	0,400	0,500	0,667	1,000	1,000	1,000

Çizelge 5.4 Tanıtım ve pazarlamaya göre alternatiflerin 3. anket matrisi

	Yayla l	Yayla m	Yayla u	Deniz l	Deniz m	Deniz u	Dağ ve Kış l	Dağ ve Kış m	Dağ ve Kış u	Kültür l	Kültür m	Kültür u
Yayla	1,000	1,000	1,000	0,667	1,000	1,500	0,667	1,000	1,500	0,667	1,000	1,500
Deniz	0,667	1,000	1,500	1,000	1,000	1,000	0,667	1,000	1,500	0,667	1,000	1,500
Dağ ve Kış	0,667	1,000	1,500	0,667	1,000	1,500	1,000	1,000	1,000	0,667	1,000	1,500
Kültür	0,667	1,000	1,500	0,667	1,000	1,500	0,667	1,000	1,500	1,000	1,000	1,000

Bu 3 anket matrisi 3 farklı kişi tarafından oluşturulmuştur. Birim değerleri $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ gibi gösterilirse geometrik ortalama $\sqrt[n]{x_1 \cdot x_2 \cdot x_3 \cdot \dots \cdot x_n}$ olur. Bu 3 matrisin geometrik ortalaması alınarak 3 uzmanın verdiği sonuçlar tek bir sonuç haline dönüştürülmüştür. Bu sonuçlarla Chang'ın algoritmasına göre yapay büyüklük değerleri Eşitlik (4.2)'deki gibi hesaplanır:

$$\text{Hücre (1,1)} = \sqrt[3]{1.1.1} + \sqrt[3]{0.4.0.286.0.667} + \sqrt[3]{0.4.0.4.0.667} + \sqrt[3]{1.0.667.0.667} = 2,661$$

$$\text{Hücre (1,2)} = \sqrt[3]{1.5.2.5.0.667} + \sqrt[3]{1.1.1} + \sqrt[3]{0.667.1.5.0.667} + \sqrt[3]{1.5.1.5.0.667} = 4,376$$

$$\text{Hücre (1,3)} = \sqrt[3]{1.5.1.5.0.667} + \sqrt[3]{0.667.0.4.0.667} + \sqrt[3]{1.1.1} + \sqrt[3]{0.667.1.5.0.667} = 3,581$$

$$\text{Hücre (1,4)} = \sqrt[3]{1.0.667.0.667} + \sqrt[3]{0.4.0.4.0.667} + \sqrt[3]{0.667.0.4.0.667} + \sqrt[3]{1.1.1} = 2,800$$

$$\text{Hücre (2,1)} = \sqrt[3]{1.1.1} + \sqrt[3]{0.5.0.33.1} + \sqrt[3]{0.5.0.5.1} + \sqrt[3]{1.1.1} = 3,180$$

$$\text{Hücre (2,2)} = \sqrt[3]{2.3.1} + \sqrt[3]{1.1.1} + \sqrt[3]{1.2.1} + \sqrt[3]{2.2.1} = 5,664$$

Çizelge 5.5 Yapay Büyüklük Değerleri

Yayla	2,661	3,180	3,921
Deniz	4,376	5,664	7,246
Dağ ve Kış	3,581	4,641	6,032
Kültür	2,800	3,424	4,329
TOPLAM	13,418	16,909	21,528

Bu tablo yardımıyla bulanık toplama işlemi şöyle gerçekleştirilir (4.1):

$$\text{Hücre (1,1)} = 2,661/21,528=0,124$$

$$\text{Hücre (1,2)} = 4,376/21,528=0,203$$

$$\text{Hücre (1,3)} = 3,581/21,528=0,166$$

$$\text{Hücre (1,4)} = 2,800/21,528=0,130$$

$$\text{Hücre (2,1)} = 3,180/16,909=0,188$$

$$\text{Hücre (2,2)} = 5,664/16,909=0,335 \text{ ve benzer şekilde,}$$

$$\text{Hücre (3,1)} = 3,921/13,418=0,292$$

$$\text{Hücre (3,2)} = 7,246/13,418=0,540$$

Çizelge 5.6 Bulanık Toplamlar

	l	m	u
Yayla	0,124	0,188	0,292
Deniz	0,203	0,335	0,540
Dağ ve Kış	0,166	0,274	0,450
Kültür	0,130	0,202	0,323

$$V(M_i > M_j) = \begin{cases} 1 & ; m_i \geq m_j \\ 0 & ; l_j \geq u_i \\ \frac{(l_j - u_i)}{(m_i - u_i) - (m_j - l_j)} & ; \text{aksihalde} \end{cases} \quad (3.6)$$

Denklemden yararlanılarak bulanık toplamlar kullanılarak alternatiflerin önem ağırlıkları hesaplanarak bir alternatifin diğerine tercih edilme olasılığı bulunur. Bu olasılıkların birleşimiyle ağırlıklar vektörü bulunur. Ağırlıklar vektörünün normalize edilmiş hali de alternatifleri seçmede kullanılacak değerlerdir. Ağırlıklar vektörleri şu şekilde hesaplanır:

$$\text{Hücre (1,1)} = (0,188 \geq 0,188) = \text{Doğru} = 1$$

$$\text{Hücre (1,2)} = (0,188 \geq 0,335) = \text{Yanlış}; (0,203 \geq 0,292) = \text{Yanlış};$$

$$\frac{(0,203 - 0,292)}{(0,188 - 0,292) - (0,335 - 0,203)} = 0,337$$

$$\text{Hücre (1,3)} = (0,188 \geq 0,274) = \text{Yanlış}; (0,166 \geq 0,292) = \text{Yanlış};$$

$$\frac{(0,166 - 0,292)}{(0,188 - 0,292) - (0,274 - 0,166)} = 0,593$$

$$\text{Hücre (1,4)} = (0,188 \geq 0,202) = \text{Yanlış}; (0,130 \geq 0,292) = \text{Yanlış};$$

$$\frac{(0,130 - 0,292)}{(0,188 - 0,292) - (0,202 - 0,130)} = 0,918$$

$$\text{Hücre (2,1)} = (0,335 \geq 0,188) = \text{Doğru} = 1$$

$$\text{Hücre (2,2)} = (0,335 \geq 0,335) = \text{Doğru} = 1$$

$$\text{Hücre (2,3)} = (0,335 \geq 0,274) = \text{Doğru} = 1$$

$$\text{Hücre (2,4)} = (0,335 \geq 0,202) = \text{Doğru} = 1$$

$$\text{Hücre (3,1)} = (0,274 \geq 0,188) = \text{Doğru} = 1$$

Hücre (3,2) = $(0,274 \geq 0,335)$ =Yanlış; $(0,203 \geq 0,450)$ =Yanlış;

$$\frac{(0,203 - 0,450)}{(0,274 - 0,450) - (0,335 - 0,203)} = 0,803$$

Hücre (3,3) = $(0,274 \geq 0,274)$ =Doğru=1

Hücre (3,4) = $(0,274 \geq 0,202)$ =Doğru=1

Hücre (4,1) = $(0,202 \geq 0,188)$ =Doğru=1

Hücre (4,2) = $(0,202 \geq 0,335)$ =Yanlış; $(0,203 \geq 0,323)$ =Yanlış;

$$\frac{(0,203 - 0,323)}{(0,202 - 0,323) - (0,335 - 0,203)} = 0,474$$

Hücre (4,3) = $(0,202 \geq 0,274)$ =Yanlış; $(0,166 \geq 0,323)$ =Yanlış;

$$\frac{(0,166 - 0,323)}{(0,202 - 0,323) - (0,274 - 0,166)} = 0,685$$

Hücre (4,4) = $(0,202 \geq 0,202)$ =Doğru=1

Çizelge 5.7 Ağırlık Vektörleri

	Yayla	Deniz	Dağ ve Kış	Kültür
Yayla	1,000	1,000	1,000	1,000
Deniz	0,377	1,000	0,803	0,474
Dağ ve Kış	0,593	1,000	1,000	0,685
Kültür	0,918	1,000	1,000	1,000

Bundan sonra her bir kolonun minimumu alınır (3.7) ve normalize öncesi veriler elde edilir.

Çizelge 5.8 Normalize Öncesi Veriler

Yayla	Deniz	Dağ ve Kış	Kültür	Toplam
0,377	1,000	0,803	0,474	2,654

Bu veriler toplanarak her bir ağırlık bu toplama bölünür ve böylece normalize edilmiş olur (3.10).

$$\text{Yayla} = 0,377/2,654 = 0,142$$

$$\text{Deniz} = 1,000/2,654 = 0,337$$

$$\text{Dağ ve Kış} = 0,803/2,654 = 0,302$$

$$\text{Kültür} = 0,474/2,654 = 0,179$$

Bu sonuçlardan sonra alternatiflerin tanıtım ve pazarlama açısından ağırlıkları şöyle olur:

Çizelge 5.9 Alternatiflerin tanıtım ve pazarlama açısından ağırlıkları

Yayla	0,142
Deniz	0,337
Dağ ve Kış	0,302
Kültür	0,179

Çizelge 5.10 Kriterlere göre alternatiflerin ağırlıkları

	Dağ ve Kış	Deniz	Kültür	Yayla
Kuruluş Maliyeti	0,120	0,328	0,383	0,168
Yıllık Olası Kâr	0,105	0,676	0,114	0,105
Geri Ödeme Süresi	0,079	0,691	0,178	0,051
Pazar Payı	0,142	0,662	0,125	0,071
Teşvikler	0,232	0,138	0,546	0,084
Süreklilik	0,077	0,185	0,497	0,241
Kurulum Zamanı	0,084	0,546	0,232	0,138
Ulaşım	0,138	0,546	0,232	0,084
Altyapı	0,467	0,160	0,277	0,095
Büyüklik	0,122	0,704	0,122	0,052
Tanıtım ve Pazarlama	0,302	0,337	0,179	0,142
Her Kesime Hitap	0,095	0,277	0,467	0,160
Kalifiye Çalışan	0,160	0,277	0,467	0,095

Çizelge 5.11 Maliyet ana kriterinin altındaki kriterlerin ağırlıkları

Kuruluş Maliyeti	0,120
Yıllık Olası Kâr	0,142
Geri Ödeme Süresi	0,239
Pazar Payı	0,145
Teşvikler	0,354

Çizelge 5.12 Zaman ana kriterinin altındaki kriterlerin ağırlıkları

Süreklilik	0,667
Kurulum Zamanı	0,333

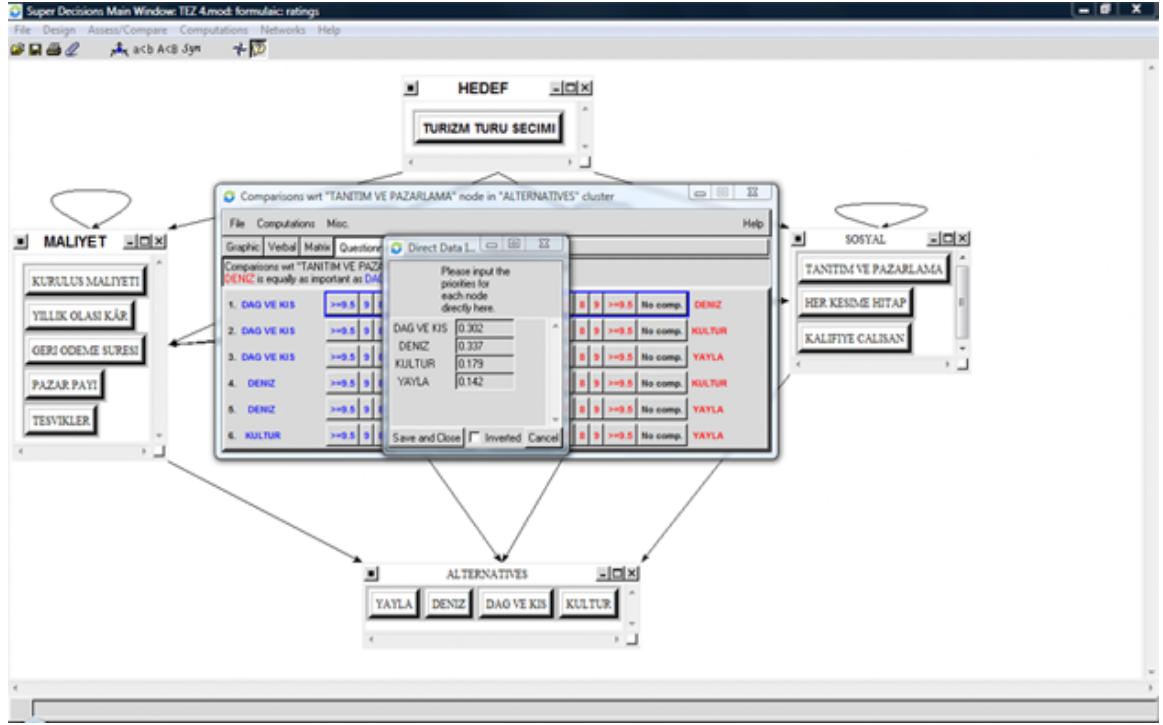
Çizelge 5.13 Fiziksel özellikler ana kriterinin altındaki kriterlerin ağırlıkları

Ulaşım	0,413
Altyapı	0,327
Büyüklik	0,260

Çizelge 5.14 Sosyal özellikler ana kriterinin altındaki kriterlerin ağırlıkları

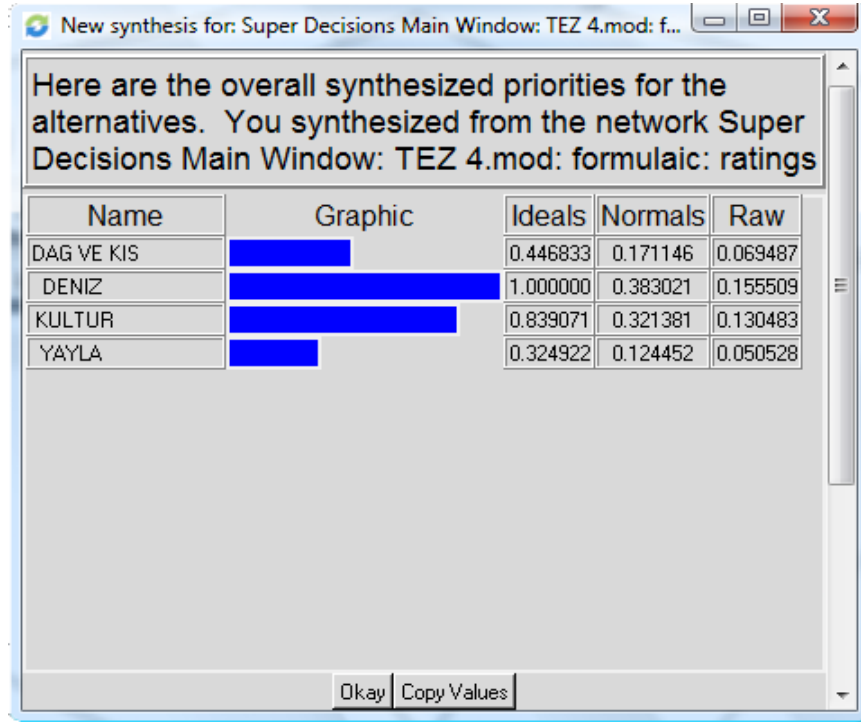
Tanıtım ve Pazarlama	0,327
Her Kesime Hitap	0,413
Kalifiye Çalışan	0,260

Bu ağırlıklar SD paket programına şöyle girilmektedir:



Şekil 5.2 Tanıtım ve pazarlama açısından ağırlıkların Super Decisions paket programına girilmesi

Tüm ikili karşılaştırmalar bu şekilde tamamlandıktan ve paket programa girildikten sonra sonuç 0,383 ağırlığıyla Deniz Turizmi, 0,321 ağırlığıyla Kültür Turizmi, 0,171 ağırlığıyla Dağ ve Kış Turizmi ve 0,124 ağırlığıyla Yayla Turizmi olarak bulunur. Yani sonuç olarak Türkiye için turizm türü seçiminde Deniz Turizmi en fazla öneme sahiptir ve Deniz Turizmine yatırım yapmak daha fizibil olacaktır.



Şekil 5.3 Türkiye için turizm türü yatırımlarının ağırlıkları

Bu sonuç elde edildikten sonra Super Decisions paket programından elde edilen ağırlıklandırılmamış süper matris, ağırlıklandırılmış süper matris ve limit süper matris şu şekildedir:

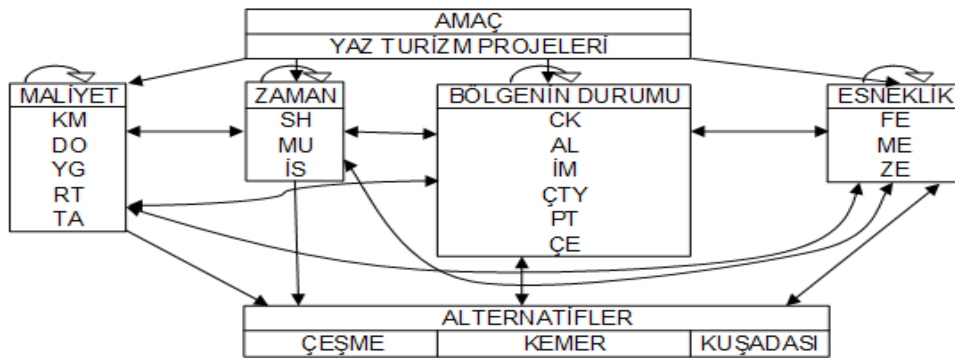
Türkiye için turizm türlerinin ağırlıklandırılıp yaz turizminin seçilmesinden sonra; yaz turizmi yatırımları için uygun kriterler tanımlanmış ve 3 tane gerçek yatırım projesi ele alınarak bunlar arasında hangi yatırımın yapılmasına karar verilmiştir. Bu yatırımlardan ilki Çeşme’de, ikincisi Kemer’de ve üçüncüsü de Kuşadası’nda bulunmaktadır.

Uygulamanın bu aşamasında bu 3 yatırım yine bulanık AAP kullanılarak ilk önce ağırlıklandırılmış, daha sonrada bu ağırlıkları maksimize edecek bulanık çok amaçlı modellenmiştir. Uygulamadaki bu bulanıklık giderilerek de en fizibil çözüme ulaşılmıştır.

Bu 3 yatırıma karar vermede kriterler 4 ana kriter altında ele alınmıştır. Bunlar; “Maliyet”, “Zaman”, “Bölgenin Durumu” ve “Esneklik”tir. Maliyet ana kriterinin altında “Kuruluş Maliyeti” (KM), “Doluluk Oranı” (DO), tahminen “Yıllık Getiri” (YG), “Rekabet/Rakip Tesisler” (RT) ve “Talep” (TA) yer almaktadır.

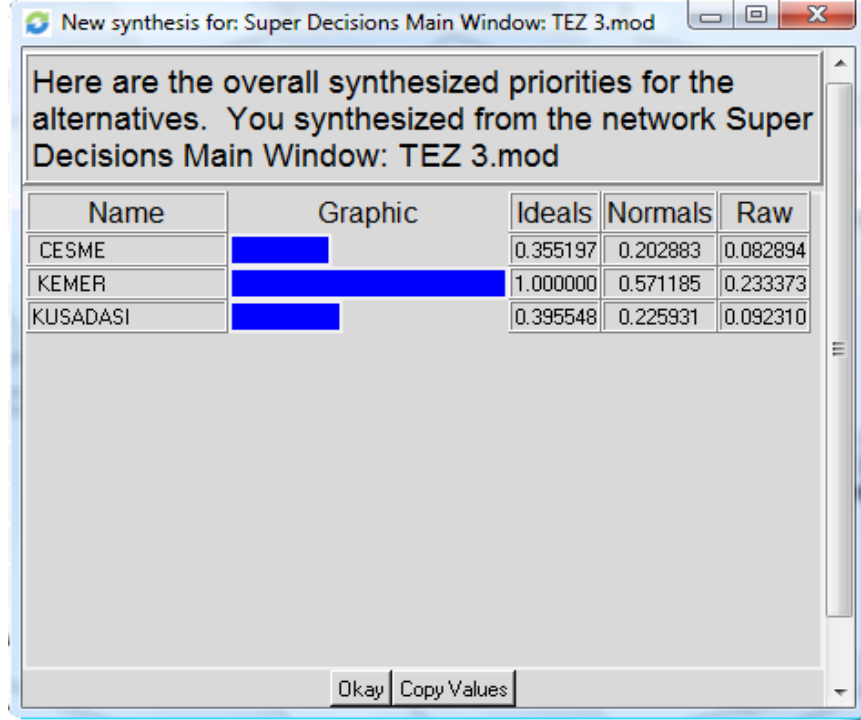
Zaman ana kriterinin altında tedarikçiler için “Sevkiyat Hızı” (SH), “Müşteri Ulaşımı” (MU) ve “İnşaat Süresi” (İS) yer almaktadır. Bölgenin Durumu ana kriterinin altında “Coğrafi Konum” (CK), “Altyapı” (AL), “İmar” (İM), müzeler, ören yerleri gibi “Çevredeki Turistik Yerler” (ÇTY), “Personel Temini” (PT) ve bölgenin turist “Çekicilik”i (ÇE) bulunmaktadır. Esneklik ana kriterinde ise rekabet edebilme gücü olarak tanımladığımız “Finansal Esneklik” (FE), istenilen miktarda odayı veya hizmeti verebilme kabiliyeti olan “Miktar Esnekliği” (ME) ve istenilen hizmeti istenilen zamanda verebilme esnekliği olan “Zaman Esnekliği” (ZE) yer almaktadır.

Çizelge 5.19 Yaz turizmi projeleri için problemin ağ yapısı



Türkiye için turizm türü seçimi aşamasında olduğu gibi bu aşamada da Chang’ın algoritması kullanılarak bulanıklık giderilir ve değerler Super Decisions paket programına girilerek alternatiflerimiz olan Çeşme, Kemer ve Kuşadası için ağırlıklar elde edilmiş olur. Buna göre

Kemer'in ağırlığı 0,571 ile birinci; Kuşadası 0,226 ile ikinci ve de Çeşme 0,203 ile üçüncü ağırlığa sahip olarak bulunur. Bunlar bir sonraki aşamada bulanık çok amaçlı karar verirken maksimizasyonu istenilen amaçlardan bir tanesi olacaktır.



Şekil 5.4 Yaz turizmi projelerinin ağırlıkları

Ele aldığımız bu 3 turizm yatırım projesi 5 yıldızlı oteller olup, her şey dahil sistemiyle çalışacaklardır. Denize sıfır araziye kurulacak bu oteller için yaklaşık olarak 30 000 m² alana gereksinim vardır, bunun da yaklaşık olarak yarısı yani 15 000 m²'si kapalı alan olmalıdır. Tesisler 400 odalı ve her odanın da 2 yataklı yani 2 kişilik olduğu varsayılarak, otellerin 800 kişilik olduğu varsayılacak ve buna göre hesaplamalar yapılacaktır.

Tesislerin kuruluş maliyetleri olarak arsa ve inşaat maliyetleri ele alınmıştır. Kurulacak olan bu tesislerin sektör ve bölge incelemeleri sonucunda arsa maliyetleri çıkarılmış ve inşaat maliyetleri de inşaat sektöründeki uzmanlarla görüşülerek 2000 \$/kapalı alan m² olarak ele alınmıştır. Bu yüzden tüm bu 3 bölge için de gereken alan ve yapılacak tesis aynı olduğundan inşaat maliyetleri birbirinin aynı çıkacaktır.

$$15\,000\text{ m}^2 \times 2000\$/\text{m}^2 = 30\,000\,000\ \$ \text{ inşaat maliyeti}$$

GENEL ALAN	30000 m ²
KAPALI ALAN	15000 m ²

YATIRIM MALİYETİ	ÇEŞME	KEMER	KUŞADASI
ARSA MALİYETİ	10 milyon \$	18 milyon \$	8 milyon \$
İNŞAAT MALİYETİ	30 milyon \$	30 milyon \$	30 milyon \$
TOPLAM	40 milyon \$	48 milyon \$	38 milyon \$

Tesislerimiz yüksek sezon ve düşük sezon olmak üzere yılda 2 sezonda çalışmakta ve stratejilerini, fiyatlandırmalarını ve hizmetlerini buna göre belirlemektedir. Tesislerimiz yaz turizmi ağırlıklı çalıştıkları için bu 2 sezon haricinde kalan kış sezonunda işletmeyi kapalı tutmaktadırlar. Yani böylelikle otellerimiz 2 sezonda gelir elde etmektedirler ve giderleri de kapalı olduğu zamanlarda sadece sabit maliyetler olmak üzere; ağırlıklı olarak 2 sezona yayılmaktadır. Ayrıca düşük ve yüksek sezonlarda yatak ücretleri de farklıdır.

Hiçbir şirket gelir ve gider miktarlarını her bir gelir ve gider kalemine göre net olarak vermemekle birlikte yapılan sektör incelemesinde ve konusunda uzman kişilerle görüşmeler sonucunda 1 kişinin günlük giderinin 12~15 \$ arasında olduğu saptanmıştır. Bu gidere tüm yıl boyunca oluşacak sabit maliyetler ve otelin açık olduğu sürece oluşan değişken maliyetler ilave edilerek bulunmuştur. Bu günlük giderin içerisinde misafirin günlük yeme, içme, konaklama ve tesisi kullanma maliyeti; işletmenin yıllık yönetim ve işçi maliyeti (kapalı olduğu zamanlarda bile yönetim ve güvenlik maliyeti); yakıt, su, bakım-onarım maliyeti; yıllık tesis renovasyon maliyeti; reklam ve pazarlama maliyetleri ve genel giderler dahil edilerek yıllık toplam giderler bulunmuş ve bu, yıllık toplam gelen misafir sayısına bölünerek bir kişinin her şey dahil maliyeti hesaplanmıştır.

Son 3 senelik Turizm Bakanlığı'nın doluluk oranları verilerinin ortalamaları ve sektörel incelemeler sonucu elde edilmiş kişi başı yatak fiyatları verileri kullanılarak aşağıdaki tablolar elde edilmiştir. Bu tablolardaki rakamlar elbette kesin olmamakla birlikte yaklaşık değerlerdir; ki örneğin 30 Haziran için % 40 olan doluluk oranı 1 Temmuz itibarıyla bir anda % 80 olmayacağı aşıkardır. Pratik hayatta da eğer kesin ve tam veriler elde etmek istiyorsak bu oranlarda da bulanık mantık kullanılması gerekecektir.

Çeşme, Kemer ve Kuşadası için finansal veriler tablosu oluşturulduktan sonra, hangi yatırımın yapılmasının daha fizibil olacağını saptayabilmek için bulanık çok amaçlı model kurulmuştur. Bu model Zimmermann yöntemiyle durulaştırıldıktan sonra WINQSB programı yardımıyla çözülmüş ve hangi yatırımın yapılması gerektiğine karar verilmiştir.

Modelin amaçları belirlenirken Super Decisions paket programıyla elde etmiş olduğumuz yatırım türü ağırlıklarını maksimize etmeyi, her 3 yatırım için yıllık ortalama doluluk oranlarını maksimize etmeyi, yıllık toplam geliri maksimize etmeyi ve de yıllık toplam gideri minimize etmeyi amaçladık. Şöyle ki;

$$\begin{aligned}
 \text{Ağırlıklar için} & \rightarrow \max z_1 = 0,203 x_1 + 0,571 x_2 + 0,226 x_3 \\
 \text{Doluluk oranı için} & \rightarrow \max z_2 = 0,23 x_1 + 0,52 x_2 + 0,42 x_3 \\
 \text{Yıllık gelir için} & \rightarrow \max z_3 = 4560\ 000 x_1 + 13680\ 000 x_2 + 7296\ 000 x_3 \\
 \text{Yıllık gider için} & \rightarrow \min z_4 = 1008\ 000 x_1 + 2250\ 000 x_2 + 1800\ 000 x_3
 \end{aligned}$$

Modelimizde 1 indisi ile gösterilen yatırım Çeşme, 2 indisi ile gösterilen yatırım Kemer ve de 3 indisi ile gösterilen yatırım Kuşadası'dır.

Bu amaçları sağlamak için yatırımın finansal boyutunun 50 milyon doları aşmaması, fakat tolerans olarak ± 5 milyon dolara izin verileceğini; yatırımın ± 2 yıl olmak üzere 8 yıl geri ödeme süresine sahip olacağını ve de bu 3 yatırımdan birinin mutlaka yapılacağını varsaydık. Bu varsayımlar modelin kriterleri arasında şöyle yer almaktadırlar:

$$\text{Yatırım maliyeti} \rightarrow 40000\ 000 x_1 + 48000\ 000 x_2 + 38000\ 000 x_3 \leq 50000\ 000$$

$$\text{Geri ödeme süreleri} \rightarrow \frac{40.000.000}{3.552.000} x_1 \leq 8$$

$$\frac{48.000.000}{11.430.000} x_2 \leq 8$$

$$\frac{38.000.000}{5.496.000} x_3 \leq 8$$

$$\begin{aligned}
 \text{Ayrıca,} \quad & x_1 + x_2 + x_3 = 1 \quad \text{ve,} \\
 & x_1, x_2, x_3 \geq 0 \text{ ve tamsayı.}
 \end{aligned}$$

Bu modeli şu şekilde ifade etmek mümkündür:

$$\max z_1 = 0,203 x_1 + 0,571 x_2 + 0,226 x_3$$

$$\max z_2 = 0,23 x_1 + 0,52 x_2 + 0,42 x_3$$

$$\max z_3 = 4560\ 000 x_1 + 13680\ 000 x_2 + 7296\ 000 x_3$$

$$\min z_4 = 1008\ 000 x_1 + 2250\ 000 x_2 + 1800\ 000 x_3$$

şkg

$$40000\ 000 x_1 + 48000\ 000 x_2 + 38000\ 000 x_3 \leq 50000\ 000 \quad (\pm 5000\ 000)$$

$$11,26 x_1 \leq 8 \quad (\pm 2)$$

$$4,20 x_2 \leq 8 \quad (\pm 2)$$

$$6,91 x_3 \leq 8 \quad (\pm 2)$$

$$x_1 + x_2 + x_3 = 1$$

$x_1, x_2, x_3 \geq 0$ ve tamsayı.

Bu bilgilere göre bulanık kısıtların üyelik fonksiyonları aşağıdaki gibidir:

$$\mu_1(x) = \begin{cases} 0 & ; eger\ g_1(x) \geq 55000000 ise \\ 1 - \frac{(40000000x_1 + 48000000x_2 + 38000000x_3) - 50000000}{5000000} & ; eger\ 50000000 \leq g_1(x) \leq 55000000 ise \\ 1 & ; eger\ g_1(x) \leq 50000000 ise \end{cases}$$

$$\mu_2(x) = \begin{cases} 0 & ; eger\ g_2(x) \geq 10 ise \\ 1 - \frac{(11,26x_1) - 8}{2} & ; eger\ 8 \leq g_2(x) \leq 10 ise \\ 1 & ; eger\ g_2(x) \leq 8 ise \end{cases}$$

$$\mu_3(x) = \begin{cases} 0 & ; eger\ g_3(x) \geq 10 ise \\ 1 - \frac{(4,20x_2) - 8}{2} & ; eger\ 8 \leq g_3(x) \leq 10 ise \\ 1 & ; eger\ g_3(x) \leq 8 ise \end{cases}$$

$$\mu_4(x) = \begin{cases} 0 & ; eger\ g_4(x) \geq 10 ise \\ 1 - \frac{(6,91x_3) - 8}{2} & ; eger\ 8 \leq g_4(x) \leq 10 ise \\ 1 & ; eger\ g_4(x) \leq 8 ise \end{cases}$$

Bu üyelik fonksiyonları yardımıyla aşağıda verilen doğrusal programlama modeli oluştururuz:

$$\max z_1 = 0,203 x_1 + 0,571 x_2 + 0,226 x_3$$

$$\max z_2 = 0,23 x_1 + 0,52 x_2 + 0,42 x_3$$

$$\max z_3 = 4560\ 000 x_1 + 13680\ 000 x_2 + 7296\ 000 x_3$$

$$\min z_4 = 1008\ 000 x_1 + 2250\ 000 x_2 + 1800\ 000 x_3$$

$$\max z_5 = \lambda$$

şkg.

$$\mu_1 \geq \lambda$$

$$\mu_2 \geq \lambda$$

$$\mu_3 \geq \lambda$$

$$\mu_4 \geq \lambda$$

$$x_1 + x_2 + x_3 = 1$$

$$\lambda \in [0,1]$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0 \text{ ve tamsayı}$$

Bu model daha genişletilmiş halde şu şekilde de ifade edilebilir:

$$\max z_1 = 0,203 x_1 + 0,571 x_2 + 0,226 x_3$$

$$\max z_2 = 0,23 x_1 + 0,52 x_2 + 0,42 x_3$$

$$\max z_3 = 4560\ 000 x_1 + 13680\ 000 x_2 + 7296\ 000 x_3$$

$$\min z_4 = 1008\ 000 x_1 + 2250\ 000 x_2 + 1800\ 000 x_3$$

$$\max z_5 = \lambda$$

şkg.

$$1 - \frac{(40000000x_1 + 480000000x_2 + 380000000x_3) - 50000000}{5000000} \geq \lambda$$

$$1 - \frac{(11,26x_1) - 8}{2} \geq \lambda$$

$$1 - \frac{(4,20x_2) - 8}{2} \geq \lambda$$

$$1 - \frac{(6,91x_3) - 8}{2} \geq \lambda$$

$$x_1 + x_2 + x_3 = 1$$

$$\lambda \in [0,1]$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0 \text{ ve } tamsayı$$

Bu modeli simplex yöntemiyle çözülebilir bir halde ifade etmek için kısıtlayıcıların sağ taraf sabitlerini yalnız bırakmamız gerekir. Bu işlem sonucunda modelimiz şu hale gelir:

$$\max z_1 = 0,203 x_1 + 0,571 x_2 + 0,226 x_3$$

$$\max z_2 = 0,23 x_1 + 0,52 x_2 + 0,42 x_3$$

$$\max z_3 = 4560\,000 x_1 + 13680\,000 x_2 + 7296\,000 x_3$$

$$\min z_4 = 1008\,000 x_1 + 2250\,000 x_2 + 1800\,000 x_3$$

$$\max z_5 = \lambda$$

şkg.

$$40000000 x_1 + 48000000 x_2 + 38000000 x_3 + 5000000 \lambda \leq 55000000$$

$$11,26 x_1 + 2 \lambda \leq 10$$

$$4,20 x_2 + 2 \lambda \leq 10$$

$$6,91 x_3 + 2 \lambda \leq 10$$

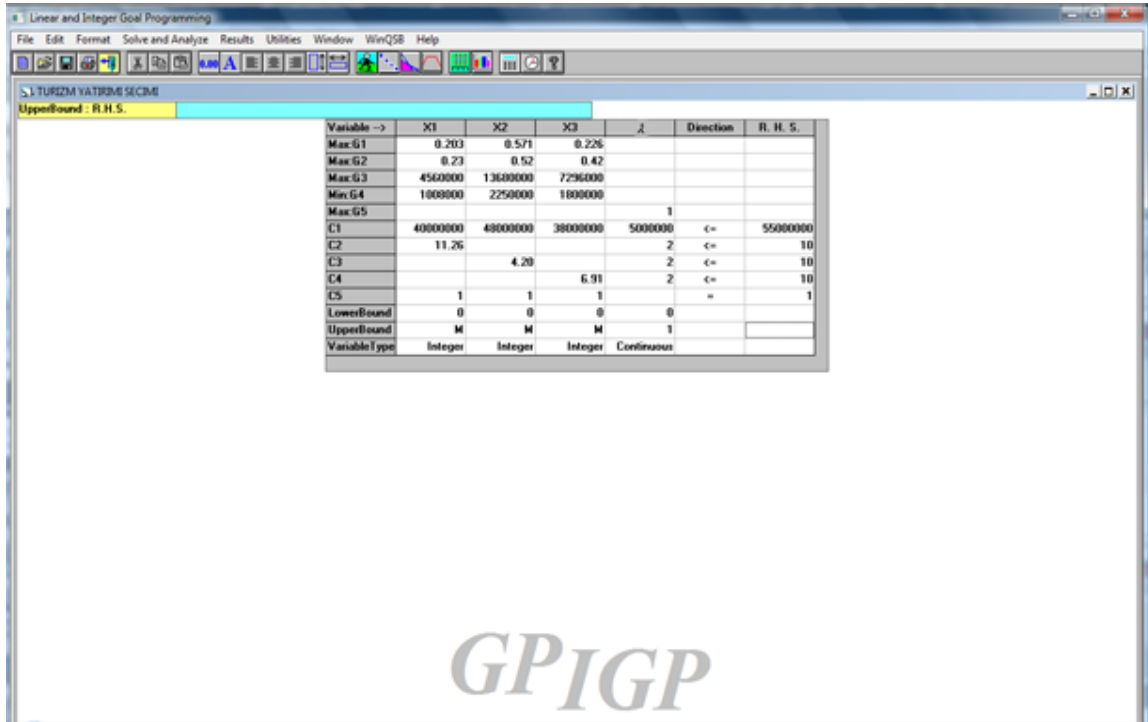
$$x_1 + x_2 + x_3 = 1$$

$$\lambda \leq 1$$

$$\lambda \geq 0$$

$$x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

Bu modelin WINQSB programına girilmesi şöyledir:



Şekil 5.5 Modelin WINQSB programına girilmesi

Model, programa girildikten sonra optimal çözüm program yardımıyla şöyle bulunur:

Linear and Integer Goal Programming

FileFormatResultsUtilitiesWindowHelp

Combined Report for TURIZM YATIRIM SECIMI

	14.29.29		Saturday	May	23	2009				
	Goal Level	Decision Variable	Solution Value	Unit Cost or Profit c _{ij}	Total Contribution	Reduced Cost				
1	G1	X1	0	0,20	0	-0,37				
2	G1	X2	1,00	0,57	0,57	0				
3	G1	X3	0	0,23	0	-0,34				
4	G1	A	1,00	0	0	0				
5	G2	X1	0	0,23	0	-0,29				
6	G2	X2	1,00	0,52	0,52	0				
7	G2	X3	0	0,42	0	-0,10				
8	G2	A	1,00	0	0	0				
9	G3	X1	0	4.560.000,00	0	-9.120.000,00				
10	G3	X2	1,00	13.680.000,00	13.680.000,00	0				
11	G3	X3	0	7.296.000,00	0	-6.384.000,00				
12	G3	A	1,00	0	0	0				
13	G4	X1	0	1.008.000,00	0	-1.242.000,00				
14	G4	X2	1,00	2.250.000,00	2.250.000,00	0				
15	G4	X3	0	1.808.000,00	0	-450.000,00				
16	G4	A	1,00	0	0	0				
17	G5	X1	0	0	0	0				
18	G5	X2	1,00	0	0	0				
19	G5	X3	0	0	0	0				
20	G5	A	1,00	1,00	1,00	0				
	G1	Goal	Value	(Max.) =	0,57					
	G2	Goal	Value	(Max.) =	0,52					
	G3	Goal	Value	(Max.) =	13.680.000,00					
	G4	Goal	Value	(Max.) =	2.250.000,00					
	G5	Goal	Value	(Max.) =	1,00					
	Constraint	Left Hand Side	Direction	Right Hand Side	Slack or Surplus	ShadowPrice Goal 1	ShadowPrice Goal 2	ShadowPrice Goal 3	ShadowPrice Goal 4	ShadowPrice Goal 5
1	C1	53.000.000,00	<=	55.000.000,00	2.000.000,00	0	0	0	0	0
2	C2	2,00	<=	10,00	8,00	0	0	0	0	0
3	C3	6,20	<=	10,00	3,80	0	0	0	0	0
4	C4	2,00	<=	10,00	8,00	0	0	0	0	0
5	C5	1,00	=	1,00	0	0,57	0,52	13.680.000,00	2.250.000,00	0

Şekil 5.6 WINQSB programı yardımıyla optimal çözümün bulunması

Çizelge 5.23 Yaz turizmi projeleri için optimal çözüm

Goal Level	Decision Variable	Solution Value	Unit Cost or profit c(j)	Total Contribution	Reduced Cost
G1	X1	0	0,20	0	-0,37
G1	X2	1,00	0,57	0,57	0
G1	X3	0	0,23	0	-0,34
G1	λ	1,00	0	0	0
G2	X1	0	0,23	0	-0,29
G2	X2	1,00	0,52	0,52	0
G2	X3	0	0,42	0	-0,10
G2	λ	1,00	0	0	0
G3	X1	0	4.560.000,00	0	-9.120.000,00
G3	X2	1,00	13.680.000,00	13.680.000,00	0
G3	X3	0	7.296.000,00	0	-6.384.000,00
G3	λ	1,00	0	0	0
G4	X1	0	1.008.000,00	0	-1.242.000,00
G4	X2	1,00	2.250.000,00	2.250.000,00	0
G4	X3	0	1.800.000,00	0	-450.000,00
G4	λ	1,00	0	0	0
G5	X1	0	0	0	0
G5	X2	1,00	0	0	0
G5	X3	0	0	0	0
G5	λ	1,00	1,00	1,00	0

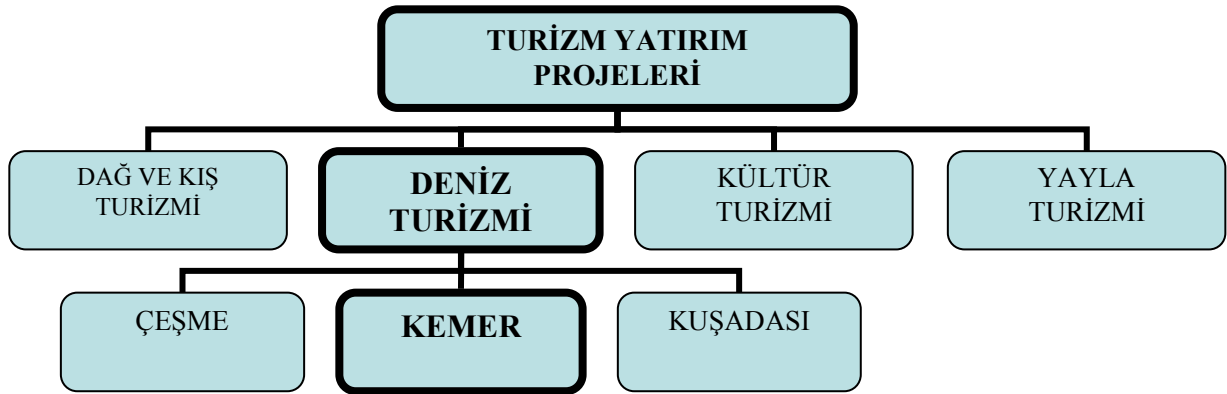
G1	Goal	Value	(Max.)=	0,57
G2	Goal	Value	(Max.)=	0,52
G3	Goal	Value	(Max.)=	13.680.000,00
G4	Goal	Value	(Min.)=	2.250.000,00
G5	Goal	Value	(Max.)=	1

Constraint	Left Hand Side	Direction	Right Hand Side	Slack or Surplus	ShadowPrice Goal 1	ShadowPrice Goal 2	ShadowPrice Goal 3	ShadowPrice Goal 4	ShadowPrice Goal 5
C1	53.000.000,00	$\leq$	55.000.000,00	2.000.000,00	0	0	0	0	0
C2	2,00	$\leq$	10,00	8,00	0	0	0	0	0
C3	6,20	$\leq$	10,00	3,80	0	0	0	0	0
C4	2,00	$\leq$	10,00	8,00	0	0	0	0	0
C5	1,00	=	1,00	0	0,57	0,52	13.680.000,00	2.250.000,00	0

Bu çözüm değerlerine göre $x = (0, 1, 0)$ çözüm vektörü bulanık kısıtlayıcıları eşanlı olarak $\lambda = 1$ düzeyinde doyurur. Diğer bir ifadeyle bulanık hedef ve bulanık kısıtlayıcılar için optimal uzlaşma düzeyi $\lambda = 1$ 'dir. Bu halde elde edilen sonuca göre x_2 yatırımını yapmak yani Kemer'e tesis kurmak en fizibil olacak çözümdür.

Bu sonuca göre ilk amacımız olan ağırlıkların maksimizasyonu 0,571 oranında sağlanacak; doluluk oranı 0,52 oranında sağlanacak; yıllık gelir miktarı 13 680 000 \$ ile maksimize edilmiş olacaktır. Yıllık giderin minimizasyonu eşanlı olarak sağlanamamıştır. Fakat diğer amaçların ve kriterlerin aynı anda ve de en fizibil şekilde sağlanabilmesi ancak bu şekilde mümkün olabilmektedir.

Ele aldığımız kriterler olarak da yatırım maliyeti kriteri sağlanmış ve 2 milyon dolarlık bir bolluk meydana gelmiştir. Geri ödeme süresi olarak da Kemer yatırımı 3,8 yıllık bir bolluğa sahiptir. Diğer kullanılmayan kısıtlar olarak 2. ve 4. kısıtta ise 8'er yıl bolluk mevcuttur.



Şekil 5.7 Turizm yatırımları seçimi

Sonuç olarak yaptığımız uygulamada Türkiye için turizm türüne “yaz turizmi” olarak karar verilmiş; yaz turizmi altında 3 tane gerçek proje ağırlıklandırılmış ve de son olarak bu projeler ağırlıkları ve diğer amaçları tatmin edecek ve aynı zamanda kısıtları da sağlayacak şekilde bulanık çok amaçlı olarak değerlendirilip Kemer’de 5 yıldızlı 400 yataklı tesis kurulmasına karar verilmiştir.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de büyük bir hızla gelişim gösteren ve buna bağlı olarak diğer sektörleri de etkileyerek gelişmelerine öncülük yapan turizm sektörü, ülkemizde otomotivden sonra en fazla yatırım çeken 2. sektör durumuna gelmiştir. Gerek yerli yatırımcıların, gerekse dünyadaki büyük otel zincirlerinin ilgisini çeken ülkemizdeki potansiyel sayesinde her yıl, bir önceki yıla göre daha büyük ve daha gelişmiş yatırımlar yapılmakta; bu sayede de ekonomiye katkısı, açtığı pazarlar ve sağlanan istihdam ile gelecek için de umut vaat etmektedir.

Sektöre, diğer sektörlerde yaşanan olağanüstü belirsizlikler ve uluslar arası rekabet sebebiyle bilinen yatırımcılar dışında, değişik sektörlerden ve yeni firmalardan da sermaye akışı söz konusudur.

Turizm sektöründeki bu gelişmeler ve ekonomiye olumlu katkılarının yanı sıra sektörel bazı sorunlarda mevcuttur. Türkiye için hızla artan turizm arzına rağmen, etkin bir tanıtım ve pazarlama stratejisi belirlenememiştir. Rakibimiz konumundaki diğer bütün Avrupa ülkelerinde yapılan teşvikler, ülkemiz için henüz yeterli değildir. Ayrıca tesisler bakımından doyum noktasına ulaşmış bölgelere yatırım yapmak, altyapı sorunları nedeniyle mevcut kaliteyi de günden güne düşürme tehdidi taşımaktadır.

Her şey dahil sistemiyle çalışan tesis sayılarındaki artış da; bir yandan fiyatların düşmesine sebep olurken, gelen turist profilini olumsuz yönde etkilemekte, diğer sektörlerle sağlanan gelir yaratıcı etki azalmakta, ayrıca tesislerde çalışan eğitimli personel sayısı da azalarak beklenen hizmet kalitesi düşmektedir.

Türkiye’nin önemli bir turizm potansiyeline sahip olduğu düşünülürse, bu potansiyelin en iyi şekilde değerlendirilebilmesi için öncelikli olarak ülkemizin tanıtımına ağırlık verilmelidir. Bu sayede ülkemize olan talep artacağı gibi, ülkemizdeki yaz turizmi haricindeki turizm türleri de bir canlılık kazanacaktır. Geniş bir turizm yelpazesine sahip olan ülkemiz için farklı turizm türleri desteklenmeli ve farklı alanlara yönelinmelidir.

Farklı turizm türlerinin değerlendirildiği bu çalışmada, turizm sektörü bu şekilde detaylı olarak incelenmiştir. Ayrıca son yılların temel sorunlarından biri olan karar verme problemleri

üzerinde durularak, temel mühendislik yaklaşımlarıyla fizibilite raporları dışında sektörün ihtiyacı olan nümerik analizler yapılmıştır. Dağ ve kış, deniz, kültür ve yayla turizm türlerinin ele alınıp ağırlıklandırıldığı bu çalışmada Türkiye için en önemli turizm türünün deniz turizmi olduğu bulunmuş, daha sonra da Çeşme, Kemer ve Kuşadası'nda yapılması planlanan 3 yatırım projesi arasından Kemer'e yatırım yapmanın daha fizibil olacağı bulanık çok amaçlı model kurularak belirlenmiştir.

Uygulama kısmında çıkan sonuç üzerine yaz turizmine yatırım yapmak ve/veya Kemer bölgesine yatırım yapmak en fizibil sonuçtur. Fakat sadece bu alanla kısıtlı kalınması gelecek için ülkemiz turizm sektörü açısından risk taşımaktadır. Bu sebeple gelecekte böyle bir riskle karşı karşıya kalmamak adına bugünden itibaren ülke olarak tanıtım ve pazarlamaya önem verilmesi, yaz turizmi hariç diğer alanlara verilecek teşviklerin arttırılması, bu alanlarda vergi oranlarının düşürülmesi gibi alınabilecek önlemler için devlet ve bu alanda faaliyet gösteren özel kesim temsilcilerinin bir araya gelerek gelecek için bir strateji hazırlamaları önerilir.

Bu sayede hem Türkiye turizm türleri çeşitlenmiş, yılın sadece yaz mevsimine bağlı kalınmamış, gelen turist sayısı artmış ve profilleri yükselmiş ve de ülkemiz ekonomisine çok büyük olumlu katkılar sağlanmış olacaktır.

KAYNAKLAR

- Ağaoğlu, O. K., (1992), İşgücünü Verimli Kullanma Tekniklerinin Turizm Sektörüne Uygulanması, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları:457, Ankara
- Archer, B.H., (1976), “Uses and Abuses of Multipliers”, Planning for Tourism Development: Quantitative Approaches, New York:Praeger
- Archer,B. ve Cooper,C., (1994), “The Positive and Negative Impacts of Tourism”, Global Tourism The Next Decade, W. F. Theobald (Ed.), Oxford: Butterworth & Heinemann
- Ataer, M. U., Erdemli, S. ve Varış, A., (2003), “Turizm Sektörüne Sağlanan Devlet Yardımları”, Hazine Dergisi No:16
- Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliği, (2001), <http://www.deltur.cec.eu.int> (19 Aralık 2001)
- Aydoğuş, İ., Soybalı, H. ve Baytok, A., (2006), “Yunanistan ile Türkiye’de Uygulanan Turizm Yatırım Teşviklerinin Karşılaştırılması”, Afyon
- Ayyıldız, G., (2003), “CIM Yatırımlarının Bulanık AHP Yöntemi ile Değerlendirilmesi”, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Bahar, O. ve Kozak, M., (2005), " Potential Impacts of Euro on Tourists' Destination Choice", International Tourism Conference: "Perspectives in Tourism Marketing", Muğla, 20-22 Mayıs
- Barutcugil, İ. S., (1989), Turizm İşletmeciliği, İstanbul: Beta Yayıncılık
- Begg, D., Fischer, S. ve Dornbusch, R., (2000), Economics, England
- Boxill,I., (2004), “Towards an Alternative Tourism for Jamaica”, Journal of Contemporary Hospitality Management
- Boz, N., (2002), Turizm Hukuku, Ankara
- Brealey, R.A., Stewart C. Myers ve Alan J. Marcus, (1997), İşletme Finansının Temelleri, McGraw-Hill-Literatür
- Buckley, R., (1994), “A Frame Work for Ecotourism” ,Vol.21 ,No.3
- Burkart, A.J. ve Medlik, S., (1981), Tourism, Past, Present and Future., London: Heinemann Professional Publishing.
- Cabrini, L., (2004), Global Tourism Trends, WTO Seminar on “Destination Marketing for the 21st Century”, Moscow
- Callaghan,P., Long,P. ve Robinson,M., (1994), Travel and Tourism, Business Education Publishers Ltd:England
- Chang, D. Y., (1996), “Applications of the Extent Analysis Method on Fuzzy AHP”, European Journal of Operational Research 95, 649–655.

- Cleverdon, R., (1982), "International Tourism to 1990", Abt.Books, EIU Ltd., Special Series, No:4, Cambridge
- Coltman, M. M., (1989), Introduction to Travel and Tourism: an International Approach, New York:John Wiley
- Croes, R. R., (2006), "A Paradigm Shift to a New Strategy for Small Island Economies: Embracing Demand Side Economics for Value Enhancement and Long Term Economic Stability", Tourism Management
- Çakır, P., (1999), "Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi", Anadolu Üniversitesi Yayınları:Eskişehir, Yayın No:1119
- Çakır, S., (2001), "Türk Kara Kuvvetleri Ana Muharebe Tankı Seçiminde Analitik Hiyerarşi Metodu ve Bulanık Kümeler", Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çalıköğlu, M., (2001), "Sürdürülebilir Turizm"
- Çeken, H., (2003), Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi, İstanbul
- Çiloğlu, İ., (1997), "Teşvik Sistemlerinin Değerlendirilmesi", Hazine Dergisi, Ekim 1997
- Dallı,Ö., (1974), Turizm Talebi ve Gelirleri, Ankara
- Dedeman, M., (2007), "Türkiye Turizmi Teşvikte Sınıfta Kaldı", Referans Gazetesi, 18.10.2007
- Dieke, P. U. C., (2000), "Developing tourism in africa: issues for policy consideration", Development Policy Management Bulletin
- Dinçer, M. Z., (1993), Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm, İstanbul
- Dinler, Z., (1998), Mikro Ekonomi, Bursa
- Dokuzuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, (2006):12
- DPT, (2006), Dokuzuncu Kalkınma Planı, Ankara
- Duran, M., (2003), Teşvik Politikaları ve Doğrudan Sermaye Yatırımları, Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü Dizisi, No:33, Hazine Müsteşarlığı, Ankara
- Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, (1987), "Ortak Geleceğimiz" Türkiye Çevre Sorunları Vakfı
- Dyson, R.G., (1980), "Maximizing Programming, Fuzzy Linear Programming and Multi-Criteria Decision Making", Journal of Operational Research Society, Vol.31, s.264
- Emsen, Ö. S. ve Değer, M. K., (2004), "Turizm Üzerine Terörizmin Etkileri: 1984-2001 Türkiye Deneyimi", Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 4(7)
- Eralp, Z., (1970), Turizm Ekonomisi ve Politikası, Ankara

- Erdoğan, H., (1995), Uluslararası Turizm, Uludağ Üniversitesi Yayını, Bursa
- Erkal, M. E., (1990), 101 Soru 101 Cevap Bölge Açısından Azgelişmişlik, İstanbul: Der Yayınları
- Evren,R. ve Ülengin, F., (1992), “Yönetimde Karar Verme”, İTÜ Yayını, No.1478, İstanbul
- Foster, D., (1985), Travel and Tourism Management, The Macmillan Press:London
- Froyen, R. T., (1990), Macroeconomics Theories and Policies, New York:Macmillan
- Gee,C.Y. ve Fayos-Sola,E., (1997), International Tourism: A Global Perspective, Madrid: World Tourism Organization.
- Gezici, F., (1998), “Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma Amacında Turizm Eylemlerinin Etkisi”, Şehir ve Bölge Planlama Mühendisliği Anabilim Dalı Doktora Tezi, İTÜ
- Göymen, K., (2000), “Tourism and Governance in Turkey”, Annals of Tourism Research, 27 (4)
- Gürkan, Ö., (1997), İktisada Giriş, Ankara
- Haftacı,V., (2002), Sanayi İşletmelerinde Yatırım ve Proje Değerlendirmesi, Kocaeli Üniversitesi Yayınları
- Han, E. ve Kaya, A. A., (2002), Kalkınma Ekonomisi Teori ve Politika, Eskişehir
- Harrison, H., (2004), “Tourism Zones”, FDI Magazine
- İçöz, O., (2001), Turizm işletmelerinde Pazarlama, Ankara
- İçöz, O. ve Kozak, M., (2002), Turizm Ekonomisi, Ankara
- Jafary,J., Study of Tourism: Choices of Discipline and Approach
- Jafari, J., (1983), “Anatomy of the Travel Industry”, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 24
- Jagoret, P. ve Theveaud, J.M., (1985), Holidays and retirement, Leisure, Recreation and Tourism Abstracts
- Jayawardena,C. ve Ramajeessingh,D., (2003), “Performance and Tourism Analysis: a Caribbean Perspective”, International Journal of Contemporary Hospitality Management
- Kahraman, N. ve Türkay,O., (2006), Turizm ve Çevre, Ankara
- Kandakoğlu, A., (2006), “Strateji Geliştirme ve Değerlendirme Yaklaşımı ve Uygulaması”, Yüksek Lisans Tezi, YTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M., (2004), “Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme”, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, c.8

- Karauçak O., Karauçak, Ş., (1991), Avrupa Topluluğunun Turizm Politikası, İKV: 108, İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları
- Kazdağlı, H., (1995), Türkiye'de Turizm Talebi ve Talebi Etkileyen Faktörlerin Analizi, Ankara:Turizm Bakanlığı Yayını
- Kozak,R. ve Evren,N., (1997), “Şile’nin Turizm Arz ve Talebinin Değerlendirilmesi”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 8 (1-2)
- Kozak,M. ve Rimmington,M., (2000), “Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season Holiday Destination”, Journal of Travel Research, 39(3)
- Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak M.A., (2006), Genel Turizm, Ankara
- Küçüktopuzlu,F., (1991), “Türkiye’ye Olan Turistik Talebin Yapısal Analizi”, Turizm Yıllığı 1991, Ankara: Sinaî Kalkınma Bankası Yayınları
- Lai, Y. J. ve Hwang C. L., (1992), “A New Approach to Some Possibilistic Linear Programming Problems”, Fuzzy Sets And Systems 49, 121-133.
- Lanza,A., Temple,P. ve Urga,G., (2003), “The Implications of Tourism Specialisation in the Long Run: An Econometric Analysis for 13 OECD Economies”, Tourism Management, 24
- Law, R., (2000), "Back-Propagation Learning in Improving the Accuracy of Neural Network-Based Tourism Demand Forecasting", Tourism Management 21
- Lea, J., (1988), Tourism and Development in The Third World, London:Routledge
- Lehto, M. R. ve Salvendy, G., (2002), “Decision Making Models”, Handbook of Industrial Engineering-Technology and Operations Management, Wiley Interscience Publication, Third Edition, New York
- Lickorish, L. ve Jenkins, L. C., (1997), An Introduction to Tourism, Oxford: Butterworth&Heinemann
- Lim,C., (1997), “Review of International Tourism Demand Models”, Annals of Tourism Research, 24 (4)
- Lin, C.T. ve Lee, C.S.G, (1996), Neural Fuzzy Systems: A Neuro-Fuzzy Synergism to Intelligent Systems, New Jersey: Prentice Hall
- Lootsma, F. A., (1989), “Stochastic and Fuzzy Pert”, European Journal of Operational Research, 43, pp.174-183.
- Lootsma, F. A., (1997), "Fuzzy Logic for Planning and Decision Making". Kluwer Academic Publishers, Boston/London/Dordrecht.
- Marcouiller,D.W., Kim,K.K. ve Deller,S.C., (2004), “Natural Amenities, Tourism and Income Distribution”, Annals of Tourism Research, 31 (4)

Maviş, F., Ahipaşaoğlu, H. S. ve Kozak, N., (2002), Genel Turizm Bilgisi, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları, Eskişehir

May, V., (1991), "Tourism and Environment Development"

McCool, S., (2001), "Linking Tourism", The environment and concepts of sustainable tourism

Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M., (2007), Türkiye’de Turizm Ekonomisi, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, No:2007-69

Olalı, H., (1983), Turizm Dersleri, İzmir: İstiklal Matbaası

Olalı,H., Nazilli, S.S., Kırıcıoğlu,E.N., ve Sümer,M., (1984), Dış Tanıtım ve Turizm, İş Bankası Yayınları

Olalı, H., Timur, A., (1988), Turizm Ekonomisi, İzmir

Olalı, H., (1990), Turizm Politikası ve Planlaması, İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul

Önal,G., (2002), Temel İşletmecilik Bilgisi, İstanbul

Özkan, M. M., (2003), Bulanık Hedef Programlama, Bursa

Özdemir, M. S., (2004), "Analitik Serim Süreci ve EM’deki Uygulamaları", Osmangazi Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Eskişehir.

Özgüç, N., (1998), Turizm Coğrafyası Özellikler Bölgeler, İstanbul

Öztürk, A., (2002), Yöneylem Araştırması, s.23-26, Genişletilmiş 9.Basım, Bursa

Papatheodorou,A., (1999), "The Demand for International Tourism in the Mediterranean Region", Journal of Applied Economics, 31

Pils, M., (2004), Workshop 3: New Trends in Tourism Results, 15-16 October 2004, European Tourism Forum, Hungary

Pomerol, J. ve Barba-Romero,S., (2000), Multicriterion Decision in Management- Principles and Practice, Kluwer Academic Publishers, Massachusetts

Saaty, T. L., (1980), "The Analytic Hierarchy Process", McGraw-Hill, New York, ABD

Saaty, T.L., (1990), "How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process", European Journal of Operational Research, Vol.48, pp.9-26.

Saaty, T. L., (1994), "Fundamentals of Decision Making and Priority Theory with the Analytic Hierarchy Process", RWS Publications, Pittsburgh.

Saaty, T. L., (1996), "The Analytic Network Process: Decision Making with Dependence and Feedback", RWS Publ., Pittsburg, ABD

Serdengeçti, T., (2000), Türkiye’de Yatırım Teşvik Uygulamaları, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara

Sezgin, O. M., Acar, Y., (1991), Turizm, Ankara

Song, H., Wong, K. K. F. ve Chon K. K. S., (2003), "Modelling and Forecasting the Demand for Hong Kong Tourism", International Journal of Hospitality Management, 22

Şahin, A., (1990), İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, Ankara

Şen, M. L., (1998), “Kamu Yönetiminde Yozlaşmanın Önlenmesinde Yönetmelik Etik Yaklaşımı”, Dokuz Eylül Üniversitesi Doktora Tezi, İzmir

TC Başbakanlık DPT, (2001), Çevre Özel İhtisas Komisyonu , “Uzun Dönem Stratejileri Plan Araştırma ve Uygulama Kapsamı”

Tekeş, M., (2002), “Çok Ölçütlü Karar Verme Yöntemleri ve Türk Silahlı Kuvvetlerinde Kullanılan Tabancaların Bulanık Uygunluk İndeksli Analitik Hiyerarşi Prosesi ile Karşılaştırılması”, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Triantaphyllou, E., (2000), Multi-Criteria Decision Making Methods: A Comparative Study, Kluwer Academic Publishers, Netherlands

Tunç, A. ve Saç, F., (1998), Genel Turizm Gelişimi-Geleceği, Ankara

Türkiye’de Uygulanan Teşvikler, (2000), Ankara Ticaret Odası Yayınları, No:14, Ankara

Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. Sektör Araştırmaları Serisi, (2004):23

Unur, K., (2000), 'Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi', Dokuz Eylül Üniversitesi S.B.E. Dergisi, 2(3)

Unur, K., (2004), “Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi”, Dokuz Eylül Üniversitesi S.B.E Dergisi, 6(4)

Usta, Ö., (1988), Turizm, Sümül Basımevi, İstanbul

Usta,Ö., (2001), Genel Turizm, İzmir

Uysal, M. ve El Roubi, M. S., (1999), “Artificial Neural Networks versus Multiple Regression in Tourism Demand Analysis”, Journal of Travel Research, 38 (November)

Ünalın, D., (1995), “Sürdürülebilir Turizm ve Çevre ile İlişkisi”

Vargas, L. G., (1990), “An Overview of the Analytic Hierarchy Process and Its Applications”, European Journal of Operational Research, Vol.48, pp.2-8.

Varlıer, O., (2002), “Türkiye’de Turizm Yatırımlarının Dünü, Bugünü, Geleceği”, 2.Turizm Şurası Bildirileri

WTO, (2005), Tourism Highlights, Madrid, Spain

Yarcan, Ş., (1994), Turizm Endüstrisinin Yapısı, Boğaziçi Üniversitesi Yayını:İstanbul

Zadeh, L., (1965), “Fuzzy Sets”, Information and Control, 8(3):338-353.

Zadeh, L., (1978), “Fuzzy Sets as a Basis for a Theory of Possibility”, Fuzzy Sets and Systems, 1:3-28.

Zimmermann, H. J., (1983), “Fuzzy Mathematical Programming”, Computers and Operations Research, Vol.10, No.4, s.292.

Zimmermann, H. J., (1993), Fuzzy Sets, Decision Making and Expert Systems, Boston; Kluwer Academic Publishers, s.75

Zhao, R., Govind, R., Fan, G., (1992), “The Complete Decision Set of the Generalized Symmetrical Fuzzy Linear Programming Problem”, Fuzzy Sets and Systems 51, s.57

INTERNET KAYNAKLARI

www.bized.ac.uk/learn/economics/internationalbop/notes.htm

www.kultur.gov.tr

www.kulturturizmhaber.com

www.soymen.com.tr/dosyalar/TURIZM_SEKTORU.doc

www.turizmforumu.net

www.turizmhabercisi.com

www.vizyon2023.tubitak.gov.tr

EKLER

Ek 1 Turizm Teşvik Kanunu ve Mevzuatlar

Turizm Teşvik Kanunu

Kanun Numarası : 2634

Yayımlandığı R. Gazete : Tarih : 16/3/1982 Sayı : 17635

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam ve Tanımlar

Amaç:

Madde 1 – Bu Kanunun amacı; turizm sektörünü düzenleyecek, geliştirecek, dinamik bir yapı ve işleyişe kavuşturacak tertip ve tedbirlerin alınmasını sağlamaktır.

Kapsam:

Madde 2 – Bu Kanun, turizm hizmeti ile bu hizmetin gereği kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinin tespiti ile geliştirilmelerine, turizm yatırım ve işletmelerinin teşvik edilmesine, düzenlenmesine ve denetlenmesine ilişkin hükümleri kapsar.

Tanımlar:

Madde 3 – Bu Kanunda yer alan;

a) Bakanlık: Kültür ve Turizm Bakanlığını,

b) **(Değişik: 24/7/2003-4957/1 md.)** Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri: Tarihî ve kültürel değerlerin yoğun olarak yer aldığı ve/veya turizm potansiyelinin yüksek olduğu yöreleri korumak, kullanmak, sektörel kalkınmayı ve plânlı gelişimi sağlamak amacıyla değerlendirmek üzere sınırları Bakanlığın önerisi ve Bakanlar Kurulu kararıyla tespit ve ilân edilen bölgeleri,

c) **(Mülga: 24/7/2003-4957/1 md.)**

d) **(Değişik: 24/7/2003-4957/1 md.)** Turizm Merkezleri: Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri içinde veya dışında, öncelikle geliştirilmesi öngörülen; yeri, mevki ve sınırları Bakanlığın önerisi ve Bakanlar Kurulu kararıyla tespit ve ilân edilen, turizm hareketleri ve faaliyetleri yönünden önem taşıyan yerleri veya bölümlerini,

e) Turizm İşletmeleri: Türk veya yabancı uyruklu, gerçek veya tüzel kişilerce birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen ve turizm sektöründe faaliyet gösteren ticari işletmeleri,

f) Turizm Yatırım Belgesi: Turizm sektöründe yatırım yapana tespit edilen yatırım dönemi için Bakanlıkça verilen belgeyi,

g) Turizm İşletmesi Belgesi: Turizm sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmelerine Bakanlıkça verilen belgeyi,

h) Belgeli Turizm Yatırım veya İşletmeleri: Bakanlıkça belgelendirilmiş yatırım veya işletmeleri,

i) **(Değişik: 28/12/2006-5571/13 md.)** Deniz turizmi araçları: Gezi, spor, eğlence ve turizm amaçlı olarak, denize elverişlilik belgesine sahip gerçek ve tüzel kişilere ait özel ve ticarî yatları, kruvaziyer gemileri ve dalabilir deniz araçlarını,

1) Yat: Kamarası, tuvaleti, lavabosu, mutfağı olan, ticarî olarak veya ticarî olmadan gezi ve spor amacıyla kullanılan, yük, yolcu ve balıkçı gemisi niteliğinde olmayan, taşıdığı yolcu sayısı onikiyi geçmeyen veya kabotaj seferinde yüz mille sınırlı, en yakın karadan yirmi milden fazla uzaklaşmamak şartıyla taşıdığı yolcu sayısı otuzaltıyı geçmeyen ve tonilato belgesinde yat olduğu belirtilen gemiyi,

2) Kruvaziyer gemi: Gezi, eğlence ve spor amacı ile önceden belirlenmiş program ve rotada seyreden, deniz

turizmi ticaretinde kullanılmaya uygun, içerisinde lüks kamaralar, yüzme havuzları bulunan, kıtalararası seyahate elverişli, yüksek yolcu kapasitesine sahip ve denize elverişli olan gemiyi,

3) Dalabilir deniz aracı: İnsan taşıyan, fiziksel olarak su altında ve su üstünde seyir esnasında bir desteğe bağlı olmadan hareket edebilen veya her durumda su üstü desteği ile su altında çalışan deniz aracını,

4) Günübirlik gezi teknesi: Gezi, spor, eğlence ve turizm amacı ile limandan aldığı yolcuyu aynı gün aynı limanda indiren Denize Elverişlilik Belgesine sahip tekneleri,

j) (Ek: 24/7/2003-4957/1. md.) Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Alt Bölgesi: 1/25.000 veya daha alt ölçekli plân ile belirlenen, içinde turizm türleri ile kültür, eğitim, eğlence, ticaret, konut ve her türlü teknik ve sosyal alt yapı alanlarından bir veya daha fazlasını kapsayan, kendi içinde alt alanlara ayrıştırılabilen arazileri, ifade eder.

k) (Ek: 28/12/2006-5571/13. md.) Deniz turizmi tesisleri: Münhasıran deniz turizmi araçlarına güvenli bağlama, karaya çekme, bakım, onarım ve sosyal hizmetlerden birkaçını veya tamamını sunan turizm tesislerini,

l) (Değişik: 07/05/2008-5761/1. md.) Sınıflandırma: Turizm işletme belgeli tesislerin asgari nitelikler, kapasite, fizikî özellikler, kullanılan malzeme standardı, işletme ve hizmet kalitesi ile personelinin nitelikleri ve eğitim düzeyi gibi ölçütlerinin, iki Bakanlık kontrolörü ile bir sektör temsilcisinin, sektör temsilcisinin bulunmadığı hallerde üç Bakanlık kontrolörünün yer aldığı Sınıflandırma Komisyonunca değerlendirilerek sınıfının Bakanlıkça belirlenmesini, ifade eder.

İKİNCİ BÖLÜM

Genel Hükümler

Turizm bölge, alan ve merkezlerinin tespiti:

Madde 4 – Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinin tespitinde; ülkenin doğal, tarihi, arkeolojik ve sosyo-kültürel turizm değerleri, kış, av ve su sporları ve sağlık turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyeli dikkate alınır.

Belge alınması:

Madde 5 – a) Turizm sektöründe; bu Kanun ve diğer mevzuatta yer alan teşvik tedbirleri ile istisna, muafiyet ve haklardan yararlanabilmek için Bakanlıktan, turizm yatırımı belgesi veya turizm işletmesi belgesi alınması zorunludur.

b) Belgeli yatırımlara, Bakanlıkça belirlenen süreler içinde başlanması ve yatırımın tamamlanarak işletmeye açılması zorunludur. Ancak, Bakanlıkça kabul edilen zorunlu sebeplerle bu süre uzatılabilir.

Doğal turizm kaynaklarının korunması ve kullanılması:

Madde 6 – Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde ve turizm merkezlerinde; Devletin hüküm ve tasarrufu altındaki yerlerin kamu yararına korunmasına veya kamu yararına kullanılmasına katkıda bulunacak yapı ve tesisler, bu Kanunun 3 üncü maddesindeki belgelere sahip olmak kaydıyla, tapu kaydı aranmaksızın 8 inci maddedeki koşullara uygun olarak, imar planlarına göre yapılabilir ve işletilebilir.

Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde ve turizm merkezlerinde Devletin hüküm ve tasarrufu altındaki yerlerde, bölgenin doğal ve kültürel özelliklerini bozmamak, turizm işletmelerine zarar vermemek ve imar planlarına uygun olmak ve Bakanlıktan izin almak kaydıyla kamuya yararlı diğer yapı ve tesisler yapılabilir ve işletilebilir.

Deniz, göl ve akarsular ile kıyıları, özelliklerini bozucu ve yıpratıcı şekilde kullanılamaz. Bu yerlerden kum, çakıl ve taş alınması gibi çeşitli şekillerde yararlanma 1738 sayılı Seyir ve Hidrografi Hizmetleri Kanununa göre Deniz Kuvvetleri Komutanlığının görüşü alınmak kaydıyla Bakanlığın iznine bağlıdır.

Planlar:

Madde 7 – (Değişik: 24/7/2003-4957/2 md.) Bakanlık; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri içinde her ölçekteki plânları yapmaya, yaptırmaya, re'sen onaylamaya ve tadil etmeye yetkilidir.

Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinde Bakanlıkça yapılacak alt yapı ve plânlama işlemlerine esas olmak üzere diğer kamu kurum ve kuruluşlarından istenilen bilgi, belge ve görüş 3 ay içinde verilir. Bu süre sonunda istenilen bilgi, belge ve görüşün verilmemesi durumunda ilgili iş ve işlemler Bakanlıkça re'sen tesis edilebilir.

Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinde diğer kamu kurum ve kuruluşlarınca yapılacak satış, tahsis, kiralama, sınır ilânı ve değişikliği işlemleri ile çevresel etki yaratacak alt yapı ve üst yapı projelerinden önce Bakanlığın olumlu görüşünün alınması gereklidir.

Bu maddenin uygulanması ile ilgili usul ve esaslar Bakanlıkça çıkarılacak **yönetmelikle** düzenlenir.

Taşınmaz malların turizm amaçlı kullanımı:

Madde 8 – A. Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde ve turizm merkezlerinde Bakanlığın talebi üzerine, imar planları yapılmış ve turizme ayrılmış yerlerdeki taşınmaz mallardan;

(Değişik: 07/05/2008-5761/2. md.)(1) Hazineye ait olan yerler Maliye Bakanlığınca, Bakanlığa tahsis edilir. Hazine adına tescilli yapılmamış Devletin hüküm ve tasarrufu altındaki yerlerle, kapanan yollar ve yol fazlalarının resen tescilli, talep tarihinden başlayarak en geç bir ay içinde tamamlanır. Hazine mülkiyetinde yeterli alanın bulunmadığı durumlarda, 6831 sayılı Orman Kanununa göre orman sayılan yerlerden;

a) Sağlık turizmine yönelik fizik tedavi tesisi veya rehabilitasyon merkezi tesislerini kapsayan konaklamalı tesisler yapılabilmesi için iklimsel ve çevresel zorunluluk bulunan,

b) Termal turizmine yönelik jeotermal kaynakları bulunan,

c) Kış turizmi kapsamında uygun yapı ve tesislerin yapılabileceği yeterli pist uzunluğunu ve gerekli rakımı sağlayan,

d) Eko-turizm kapsamında yer alan yayla turizmi, kırsal turizm ve benzeri turizm türlerine yönelik tesislerin yer alabileceği çevresel ve sosyal anlamda imkan sağlayan,

e) Golf turizmine yönelik olarak uygun iklim yapısı ve topografik özellikler dikkate alınarak uluslararası standartlara uygun tesisler gerçekleştirilmesine imkan sağlayan,

f) Kıyıların coğrafi ve fiziksel yapısı nedeniyle kumsallardan, doğal manzaradan, çevresel zenginlikten, biyolojik çeşitlilikten yararlanma bakımından alt yapı ve üst yapı tesisi konusunda kolaylık sağlayan,

g) Kruvaziyer ve yat gibi deniz turizmine yönelik olarak kıyidan başka bir yerde gerçekleştirilmesi mümkün olmayan,

h) Uluslararası yarışmaların yapılabileceği turizm amaçlı spor tesisleri yapılabilmesi için uygun iklim yapısı veya coğrafi özellikler sağlayan,

yerler talep tarihinden başlayarak en geç bir ay içerisinde Çevre ve Orman Bakanlığınca, Bakanlığa tahsis edilir.

Bu Kanuna göre tahsis edilecek orman sayılan yerlerde;

a) Turizme tahsis edilecek alan, il genelindeki toplam orman sayılan yerlerin binde 5'ini geçemez.

b) Yapılaşmaya esas inşaat hakkı, emsal (E) 0.30'u geçemez.

c) Turizm yatırımı için tahsis edilen orman alanının üç katı kadar alanın ağaçlandırma bedeli ve ağaçlandırılan bu alanın üç yıllık bakım bedeli, yatırımcı tarafından Orman Genel Müdürlüğü hesabına, doğrudan belirtilen ağaçlandırma ve bakım işlerinde kullanılmak şartıyla gelir olarak kaydedilir ve kaydedilen tutar karşılığı ödenek öngörülür. Belirtilen bedelin yatırılmadığının tespiti halinde, yatırımcıya turizm yatırımı veya işletmesi belgesi verilmez.

(2) Kamu kuruluşlarına ait olanlar, talep tarihinden başlayarak en geç 2 ay içinde Hazine adına tapuya tescil ve Bakanlığa tahsis edilir. Devre ilişkin şartlar ve bedel, ilgili kuruluşlar ile Hazine arasında 6830 sayılı İstimlak Kanununun 30 uncu maddesine göre çözümlenir.

(3) Diğer gerçek ve tüzel kişiler ile vakıflara ait olup turizm işletmesi belgesine sahip olmayanlar, Bakanlıkça kamulaştırılarak, Hazine adına tapuya tescil ve tescil tarihinden başlayarak en geç 1 ay içinde Bakanlığa tahsis edilir. Uyuşmazlıklarda dava ve takipler kamulaştırma kararına değil, bedeline ilişkin olarak yürütülür ve sonuçlandırılır. Uyuşmazlıkların çözümlenmemiş olması, arazinin turizm amaçlı kullanıma tahsisine engel sayılmaz.

B. (A) fıkrasına göre tahsis edilen taşınmaz mallar yatırımcıya intikal ettirilinceye kadar, Hazinece Bakanlıktan bir ödeme talep edilmez.

C.(Değişik: 07/05/2008-5761/2. md.) Bakanlığın tasarrufuna geçen taşınmazların yatırımcılara tahsisi, kiralanması ve bunlar üzerinde irtifak hakkı tesisine ilişkin esaslar ile süreler, bedeller, hakların sona ermesi ve diğer şartlar, saydamlık, güvenilirlik, eşit muamele, kamu kaynaklarının etkin ve verimli kullanımı ilkeleri doğrultusunda Bakanlık, Maliye Bakanlığı ve Çevre ve Orman Bakanlığı tarafından 8/9/1983 tarihli ve 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu ile 31/8/1956 tarihli ve 6831 sayılı Orman Kanunu hükümlerine bağlı olmaksızın müştereken tespit edilir.

D. (Değişik: 07/05/2008-5761/2. md.) Bakanlığın tasarrufuna geçen taşınmazları (C) fıkrası uyarınca tespit edilmiş olan şartlarla Türk ve yabancı uyruklu gerçek ve tüzel kişilere tahsis etmeye Bakanlık yetkilidir. Bu taşınmazlar üzerinde bağımsız ve sürekli nitelikli üst hakları dahil olmak üzere irtifak hakkı tesisi ve bunlardan alt yapı için gerekli olanlar üzerinde, alt yapıyı gerçekleştirecek kamu kurumu lehine bedelsiz irtifak hakkı tesisi, Bakanlığın uygun görüşü üzerine, Maliye Bakanlığınca belirlenen koşullarla ve bu Bakanlık tarafından yapılır.

E. Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde ve turizm merkezlerindeki taşınmaz malların iktisabı, 442 sayılı Köy Kanunu ile, 2644 sayılı Tapu Kanununda yer alan yabancı uyruklularla ilgili tahditlerden Bakanlar Kurulu kararı ile istisna edilebilir.

F. Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde ve turizm merkezleri dışında kalan ve imar planları ile turizme ayrılan yerlerdeki taşınmaz mallara da, Bakanlığa bu bölgelerde yatırım yapmak maksadıyla müracaat vaki olduğunda, Bakanlığın talebi üzerine bu madde hükümleri uygulanır.

G. (Değişik: 24/7/2003-4957/3 md.) Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinde kamu kuruluşlarına ait turizm, eğitim ve dinlenme maksatlı tesisler ile araziler üzerindeki tahsisler, Bakanlığın teklifi ve Maliye Bakanlığının uygun görüşü üzerine tahsisi yapan idarece kaldırılır ve tasarruf hakları Bakanlığa verilir.

H. (Ek: 24/7/2003-4957/3 md.) Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgesinin tamamı veya plânlarla belirlenmiş alt bölgeleri veya bir veya birden fazla parselleri, plân amaçlarına uygun olarak Bakanlıkça tahsis edilebilir. **(Değişik ikinci cümle: 28/12/2006-5571/14 md.)** Bölgenin tamamının veya alt bölgenin tek bir ana yatırımcıya tahsisi için yapılan başvuruların tamamı Bakanlar Kurulu tarafından değerlendirilerek seçilen yatırımcıya ön izin verilmesine ve ön izin koşullarına karar verilir. İşlemler, ön izin koşullarına göre Bakanlıkça yürütülür. Yatırımcının projelerinin Bakanlıkça uygun görülmesi halinde, yatırım belgesinin düzenlenmesini takiben, ön izin Bakanlıkça kesin izne dönüştürülür. Bu taşınmaz mallar üzerinde ana yatırımcı lehine bağımsız ve sürekli nitelikli üst hakları dahil olmak üzere irtifak hakkı tesisi, Bakanlığın uygun görüşü üzerine, Maliye Bakanlığınca belirlenen koşullarla ve bu Bakanlık tarafından yapılır.

Bölgenin tamamı veya alt bölgeleri için imar plânları Bakanlıkça yapılır/yaptırılır ve onaylanır. Bu plânlar ile oluşan parseller, tahsis sözleşmesinde öngörülmüş olmak ve tahsis süresini aşmamak koşuluyla, adına tahsis yapılan ve lehine bağımsız ve sürekli nitelikli üst hakkı tesis edilen yatırımcı tarafından üçüncü şahıslara kiralanabilir, işlettirilebilir veya lehine tapuda tesis edilen üst hakkı devredilebilir. Bu şekilde tahsis edilen alanlarda gerçekleştirilen her türlü bina, tesis ve bağımsız bölümleri de aynı usule tâbidir. Bu alanlarda Bakanlıkça belgelendirilebilecek tür ve tesisler için yatırım ve işletme belgesi alınması zorunludur.

Ana yatırımcı, üçüncü şahısların tahsis sözleşmesi ve koşullarından doğan yükümlülükleri yerine getirmesinden Bakanlığa karşı sorumludur. Ana yatırımcı ve üçüncü şahıslarca yapılacak iş ve işlemlerin, Bakanlık ve ilgili kamu kurum/kuruluşlarıyla yapılacak sözleşmede zikredilen tahsis iptaline ilişkin hükümlere aykırı olması halinde, ana yatırımcıya ve/veya üçüncü şahıslara yapılan tahsis, tahsis edildiği yöntemle iptal edilir. Ana yatırımcıya yapılan tahsisin iptal edilmesi durumunda, tahsis sözleşmesine uygun olarak yükümlülüklerini yerine getiren üçüncü şahısların hakları korunur. Kesin tahsisten önce proje bedelinin tahsis sözleşmesinde belirlenen oranında teminat, ana yatırımcı tarafından Bakanlığa verilir. Ana yatırımcının tahsis sözleşmesindeki sosyal ve teknik alt yapı taahhütlerini yerine getirememesi halinde, Bakanlık; bu yükümlülükleri, teminatı paraya çevirerek kendi belirleyeceği usulle yerine getirir. Ancak Bakanlığın üçüncü şahıslara karşı sorumluluğu, bu teminatla sınırlıdır.

(Ek fıkra: 28/12/2006-5571/14 md.) Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde yeni işe başlayan ana yatırımcı, alt yatırımcı ve yatırımcıların bu bölgelerde yapacakları yatırımlara yatırım teşvik kararnameşi çerçevesinde hangi teşviklerin verileceği ve verilecek teşviklerin hangi yatırımlara ne şekilde ve ne ölçüde uygulanacağı hususlarında Bakanlar Kurulu yetkilidir.

(Ek fıkra: 28/12/2006-5571/14 md.) Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde yatırım yapmak isteyen ana yatırımcı, alt yatırımcı veya yatırımcılar, 2872 sayılı Çevre Kanununun 10 uncu maddesi uyarınca yükümlülüklerini yerine getirmekle mükellefler. Ancak, bu yatırımlar yer tetkiki kararından muaftır. ÇED raporunun sunulması üzerine Çevre ve Orman Bakanlığınca, yatırımın niteliğine bağlı olarak, ÇED mevzuatında belirtilen kuruluşların temsilcilerinden oluşan inceleme ve değerlendirme komisyonu kurulur. Raporun Çevre ve Orman Bakanlığına intikali tarihinden itibaren inceleme, değerlendirme ve nihai karar verme süreci en geç iki aydır. Bu süreye, ana yatırımcı, alt yatırımcı veya yatırımcının raporu düzeltmesi için tanınan süre dahil değildir. Ana yatırımcı, alt yatırımcı veya yatırımcı, düzeltilmek üzere kendisine geri verilen raporunu onbeş gün içinde düzeltmek zorundadır.

(Ek fıkra: 28/12/2006-5571/14 md.) Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde; ÇED olumlu kararı veya ÇED gerekli değildir kararı verilen yatırımlar hakkında, yukarıda sayılan işlemlerin tamamlanmasının ardından, yatırımın gerçekleşmesi için alınması gereken tüm izin, onay ve ruhsatlar, ilgili kurumlarca başkaca hiçbir işleme gerek kalmaksızın on beş gün içinde verilir. İrtifak hakkı dahil diğer bütün işlemler ise en geç üç ay içerisinde tamamlanır. Yatırımın tamamlanıp tesisin işletmeye geçebilmesi için alınması gereken izin ve ruhsatlar da ilgili kurumlarca onbeş gün içinde verilir.

I. (Ek: 24/7/2003-4957/3 md.) Tahsisi iptal edilen veya tahsis süresi sona eren araziler üzerinde bulunan yapı, tesis ve müstemilatlar bedelsiz olarak Hazineye intikal eder. Yatırımcı, bunlar için herhangi bir hak ve bedel talep edemez.

Bakanlık, tahsis edilen alanlarda gerçekleştirilecek sosyal ve teknik alt yapı hizmetlerinin tamamının veya bir kısmının yapımını ya da maliyetinin karşılanmasını yatırımcıdan tahsis koşulu olarak isteyebilir.

J. (Ek: 24/7/2003-4957/3 md.) Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri içinde kalan özel mülkiyet konusu arazi ve arsaların turizm yatırımlarına tahsisi amacıyla, 2942 sayılı Kamulaştırma Kanununun 27 nci maddesi hükümlerine göre acele kamulaştırma yapılabilir. Bu şekilde kamulaştırılan taşınmaz mallar, tapuda Hazine adına tescil edilir. Kamulaştırılan bu taşınmaz mallar üzerinde sözleşmesinde belirtilen süre kadar yatırımcılar lehine, kamulaştırma bedelleri Bakanlık bütçesinden karşılanmış ise bedeli karşılığında, yatırımcılar tarafından karşılanmış ise yönetmelikte belirlenen esaslara göre tespit edilecek bedelle bağımsız ve sürekli nitelikli üst hakları dahil olmak üzere irtifak hakkı tesisi, Bakanlığın uygun görüşü üzerine, Maliye Bakanlığınca belirlenen koşullarla ve bu Bakanlık tarafından yapılır.

K. (Ek: 24/7/2003-4957/3 md.) Aynı yatırımcıya veya işletmeye ait veya aynı işletmenin markasını kullanan ve Bakanlıkça belgelendirilebilen turizm türlerini yapmak amacıyla, adına birden fazla tahsis yapılan ve lehine bağımsız ve sürekli nitelikli üst hakkı tesis edilen yatırımcı tarafından, her bir tahsisi işletme zincirinde kalmak koşuluyla, bu yerler üçüncü şahıslara kiralanabilir, işlettirilebilir veya lehine tapuda tesis edilen üst hakkı devredilebilir.

L. (Ek: 24/7/2003-4957/3 md.) Bu maddenin uygulanması ile ilgili usul ve esaslar (C) fıkrasında belirtilen çerçevede ve doğrudan yabancı sermaye yatırımının teşvik edilmesi, uluslararası marka, zincir, teknoloji ve standartların ülkeye kazandırılması, etkin alan yönetimi, kalite denetimi ve sosyal, kültürel, fiziki çevreyle uyumlu sürdürülebilir turizm ilkeleri gözetilerek Bakanlıkça çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.

Kamu yatırımları:

Madde 9 – a) Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinin yol, su, kanalizasyon, elektrik ve telekomünikasyon gibi altyapı ihtiyaçlarının ilgili kamu kuruluşlarınca öncelikle tamamlanması zorunludur. Bu maksatla ilgili Bakanlık ve kuruluşlara tahsis edilen ödenekler Bakanlığın uygun görüşü alınmadan başka maksatla kullanılamaz.

b) Bakanlığın uygun görüşü alınmadan kamu kuruluşlarınca turizm işletmeciliği amaçlı yatırımlar programlanamaz.

Fiyat tarifeleri:

Madde 10 – (Değişik: 07/05/2008-5761/3. md.) Belgeli işletmelerin uygulayacakları fiyat tarifelerinin hazırlanması ve onaylanmasına ilişkin genel ilkeler Bakanlıkça belirlenir.

Bilgi verme:

Madde 11 – Belgeli yatırımcılar ve belgeli işletmeciler, belgeye konu tesisin tümünün veya bir kısmının aynı amaçlarla kullanılmak üzere devredilmesi veya kiraya verilmesi ve ortaklık statüsünün değiştirilmesi ile işletme konularının turizm işletmesi niteliğini koruması kaydıyla, kısmen veya tamamen değiştirilmesi için Bakanlıktan izin almak zorundadırlar.

Ayrıca, belgeli yatırımlar kuruluş dönemlerinde yatırımlarına ilişkin gelişmeleri altı aylık devrelerde, işletmeler ise, ülke turizminin göstergelerinin belirlenmesinde kullanılacak verileri üçer aylık devrelerde Bakanlığa bildirmekle yükümlüdürler.

Madde 12 – (Mülga: 18/4/1983-2817/54 md.)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Teşvikle İlgili Esaslar ve Hükümler

Teşvik ve koordinasyon esasları:

Madde 13 – Turizm sektöründeki teşvik tedbirleri ile turizm yatırım ve işletmelerinin bu teşviklerden yararlanma usul ve esasları, Bakanlığın koordinatörlüğünde ilgili bakanlıklar ve Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığınca müştereken tespit edilir.

Yatırımlar için öncelik sırası; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri ve Bakanlıkça tespit edilen diğer yerlerdir.

B Belgeli işletmelerden Bakanlar Kurulunca her yıl belirlenen döviz miktarını sağlayanlar, ihracatçı sayılırlar.

Turizm kredileri:

Madde 14 – a) Turizm kredileri öncelikle kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinde yapılacak yatırımlara tahsis edilir. (2)

b) T.C. Turizm Bankası Anonim Şirketi kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerindeki belgeli yatırımlara tahsis edilmek üzere, yabancı kaynaklardan döviz kredileri alabilir. (2)

Bu kredilerin temininde; Hazine tarafından sağlanan krediler için kabul edilen şartlar aynen uygulanır ve bu kredilerin tahsisi ve geri ödenmesi ile ilgili genel esaslar, Maliye Bakanlığı, Bakanlık ve Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığınca, müştereken düzenlenir.

Orman fonuna katkının taksitlendirilmesi:

Madde 15 – Ormanlarda yer alacak turizm yatırımı belgeli tesislerin, 6831 sayılı Orman Kanununun Ek-3 Üncü maddesinin (c) fıkrası uyarınca ödemek zorunda oldukları bedel, tahsis tarihini takip eden üçüncü yıldan itibaren, beş yıl vade ve beş eşit taksitte alınır.

Elektrik, havagazı ve su ücretleri:

Madde 16 – (Değişik : 30/5/1991 - 3754/1 md.) Turizm belgeli yatırım ve işletmeler elektrik, gaz ve su ücretlerini o bölgedeki sanayi ve meskenlere uygulanan tarifelerden en düşüğü üzerinden öderler.

Haberleşme kolaylıkları:

Madde 17 – Belgeli yatırım ve işletmelerin telefon ve teleks taleplerine ilişkin her türlü işlem ve tahsis öncelikle yapılır.

Personel çalıştırılması:

Madde 18 – a) (Değişik: 27/2/2003-4817/31 md.) Belgeli işletmelerde, Bakanlık ve İçişleri Bakanlığının görüşü alınarak Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığınca verilen izinle yabancı uzman personel ve sanatkârlar çalıştırılabilir.

Ancak bu şekilde çalıştırılan yabancı personelin miktarı toplam personelin % 10'unu geçemez. Bu oran Bakanlıkça % 20'ye kadar artırılabilir. Bu personel işletmenin faaliyete geçişinden 3 ay öncesinden itibaren çalışmaya başlayabilir.

b) 2559 sayılı Polis Vazife ve Selahiyet Kanununun 12 nci maddesi kapsamına giren belgeli işletmelerde 21 yaşından küçük kişilerin çalıştırılabilmeleri o yerin en büyük mülki amirinin izni ile mümkündür.

Alkollü içki satışı

Madde 19 – (Değişik: 7/8/1997 - 4302/1 md.) Belgeli işletmeler, Bakanlığın iznine bağlı olarak, 1593 sayılı Umumi Hıfzısıhha Kanununun 178 inci maddesi ile 222 sayılı İlköğretim ve Eğitim Kanununun 61 inci maddesindeki alkollü içki satışı ve ruhsatlarına ilişkin hükümlerin dışındadır.

2559 sayılı Polis Vazife ve Selahiyet Kanununun 12 nci maddesi kapsamına giren Bakanlıkça belge verilen işletmelere, yanlarında veli veya vasileri olmak şartıyla 18 yaşından küçükler de girebilir.

Turizm işletmelerine bağlı ya da müstakil olarak talih oyunları oynatılabilecek mahallerin açılması yasaktır. Diğer kanunların bu Kanuna aykırı hükümleri yürürlükten kaldırılmıştır.

Resmi tatil, hafta sonu ve öğle tatilleri:

Madde 20 – Belgeli işletmeler ile belge kapsamındaki yardımcı hizmet satış yerleri Bakanlıkça verilen belgede belirlenen çalışma süresi içinde resmi tatil, hafta sonu ve öğle tatillerinde de faaliyetlerine devam ederler.

Gelecek Yıllara Sari Taahhüt Yetkisi

Madde 21 – (Değişik: 21/2/2001 - 4629/7 md.) Turizm Bakanlığı, yurt dışı reklam ve fuar gibi turizm pazarlama işleri için yılı ödeneğinin %50'sini geçmemek ve Maliye Bakanlığının uygun görüşünü almak kaydıyla gelecek yıllara sari taahhüt ve sözleşmeler yapmaya yetkilidir.

Bakanlık bütçesinde yer alan tanıtma amaçlı ödeneklerden yıl sonu itibariyle kullanılmayan tutarları, ertesi yıl bütçesine aynı amaçla kullanılmak üzere devren ödenek kaydetmeye Maliye Bakanı yetkilidir.

Fonun gelirleri:

Madde 22 – (Mülga: 21/2/2001 - 4629/7 md.)

Fonun kullanılması:

Madde 23 – (Mülga: 21/2/2001 - 4629/7 md.)

Devir halinde teşvik hükümleri:

Madde 24 – Belgeli yatırım veya işletmeyi aynı amaç ve niteliklerinin korunması şartıyla devir alanlar, teşvik hükümlerinden Bakanlığın izni ile aynen yararlanırlar.

Turizm faaliyetlerinin sona ermesinde teşvik hükümlerinin durumu:

Madde 25 – Belgeli yatırım ve işletmeler, turizm amaçlı kullanımlarını sona erdirmesi ve bir yıl içinde tekrar turizm faaliyetlerine dönmemesi halinde, teşvik uygulamaları kapsamında yararlandıkları istisna, muafiyet ve hakların parasal tutarını, ilgili mevzuat hükümleri gereğince ödemekle yükümlüdürler.

İşletmenin savaş hali, tabii afetler ve salgın hastalık gibi zorunlu nedenlerle faaliyetine son vermesi halinde, ödeme yükümlülüğünün kaldırılmasına, Maliye Bakanlığı ve Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığının uygun görüşü alınarak Bakanlıkça karar verilebilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Deniz Turizmi

Deniz turizmi tesisleri yatırım ve işletmeciliği

Madde 26 – (Değişik: 28/12/2006-5571/15 md.)

Gerçek ve tüzel kişiler, Denizcilik Müsteşarlığından işletme izni ve Bakanlıktan belge almak koşulu ile deniz turizmi tesisleri yatırım ve işletmeciliği yapabilirler.

Deniz turizmi araçları yatırım ve işletmeciliği:

Madde 27 – (Değişik: 28/12/2006-5571/16 md.)

Gerçek ve tüzel kişiler, Bakanlıktan belge alarak deniz turizmi araçları yatırım ve işletmeciliği yapabilirler.

Bakanlıktan belgeli deniz turizmi araçları bu Kanunda belirtilen amaçlar dışında faaliyette bulunamazlar.

Türk Bayrağı çekemeyen deniz turizmi araçlarına, 6762 sayılı Türk Ticaret Kanununun 823 üncü maddesine bağlı kalmaksızın, Türk Bayrağı çekilmesine izin vermeye Bakanlık yetkilidir.

Yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarının Türk karasuları ve limanları arasında turizm amacıyla kullanılmasına ilişkin esaslar yönetmelikle belirlenir.

Türk karasuları ve limanları arasında seyir esasları:**Madde 28 – (Değişik: 28/12/2006-5571/17 md.)**

Özel veya ticarî Türk ve yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarının Türkiye'ye giriş ve çıkış işlemleri deniz hudut kapılarında yapılır. Deniz turizmi araçları için yapılan bu işlemler sonradan uğrayacakları Türk limanları ve kışlama yaptıkları alanlarda da geçerlidir.

Deniz turizmi araçlarına Türk limanlarında yapılan sıhhi muamele yabancı bir limana uğramadıkları ve Türkiye'de kaldıkları sürece geçerlidir ve bunlara vize uygulanmaz. Ancak ölüm ve bulaşıcı hastalık halinin, en yakın liman başkanlığına veya en yakın mülki idare amirliğine bildirilmesi zorunludur.

Türkiye'ye giriş işlemini tamamlamış Türk ve yabancı bayraklı deniz turizmi araçları; Türk karasuları ve limanları arasında serbestçe dolaşabilirler. Yabancı bayraklı veya yabancıların kullandıkları deniz turizmi araçları, Bakanlar Kurulunca, Genelkurmay Başkanlığı ve Bakanlığın uygun görüşü alınarak tespit ve ilan edilen seyir haritalarına işlenmiş yasak bölgeler dışında kalan kıyı ve koyalara gezi amacıyla yanaşabilir ve demirleyebilirler.

Türk ve yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarının Türkiye'ye giriş ve çıkış işlemleri ile Türk limanları arasında yapacakları seferler ve kışlama işlemleri ilgili idarelerince düzenlenecek belge üzerinde yapılır. Ancak Türk bayraklı özel deniz turizmi araçları; Türk limanları arasında yapacakları seferlerde bu belgeyi kullanmak zorunda değildir.

Kruvaziyer gemilerde casino varsa Türk karasularında seyir esnasında kapalı tutulmasına ilişkin gerekli tedbirler ilgili idarelerce alınır.

Deniz turizmi araçlarının Türkiye'de kalış süresi ve kabotaj hakları:**Madde 29 – (Değişik: 28/12/2006-5571/18 md.)**

Yabancı bayraklı deniz turizmi araçları, gezi, bakım, onarım, kızaklama veya kışlamak amacıyla Türkiye'de beş yıla kadar kalabilirler. Bu süre yönetmelikte belirtilen esaslara göre Bakanlıkça beş yıl daha uzatılabilir.

Türk ve yabancı bayraklı yatlar, gezi, spor ve eğlence amacıyla kullanılmak üzere Türk ve yabancı uyruklu kişilere kiraya verilebilir. Bu şekilde kiralanan yatların kiracıları tarafından ticarî amaçla kullanımı yasaktır.

Türk ve yabancı bayraklı deniz turizmi araçlarının gezi, spor ve eğlence amacıyla kullanılması yolcu taşımacılığı sayılmaz.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Denetleme ve Cezalar

Denetleme yetkisi:

Madde 30 – (Değişik: 07/05/2008-5761/4. md.) Belgeli yatırım ve işletmeleri, bu yatırım ve işletmelerin belgeye esas olan niteliklerini, bu niteliklerini koruyup korumadıklarını denetleme ve işletmeleri sınıflandırma yetkisi Bakanlığa aittir.

Bakanlık gerekli görmesi halinde, denetim ve sınıflandırmaya esas oluşturacak tespitler ile yetkisinde olan eğitim ve rehberlik konularındaki hizmetleri yetkili kılınacak uzman gerçek veya tüzel kişiler ile sivil toplum kuruluşlarına da yaptırabilir. Bu konuda uygulanacak esaslar yönetmelikle düzenlenir.

Bakanlık, gerekli gördüğü hallerde, ilan edeceği pilot bölgelerdeki turizm işletmesi belgesi olmayan konaklama tesislerinden verilen süre içerisinde turizm işletmesi belgeli tesis şartlarına uymasını talep eder. Verilen süre içerisinde bu şartları yerine getiren konaklama tesisleri belgelendirilir, bu şartları yerine getirmeyen konaklama tesislerinin faaliyetlerine son verilir.

Cezalar:

Madde 31 – a) Bu Kanuna ve bu Kanunun uygulanmasına ilişkin yönetmeliklerde gösterilen koşullara uymayan belgeli yatırım ve işletmelere, diğer mevzuattaki ceza hükümleri saklı kalmak kaydıyla, aşağıdaki maddelerde belirtilen cezalar uygulanır.

b) 33 ncü maddedeki para cezaları, denetleme elemanları tarafından tayin edilir ve 7 gün içinde ödenmesini teminen, ilgili işletmeye ve mahalli mal müdürlüğüne ceza tutanağı verilir.

Yukarıdaki süre içinde ödenmeyen para cezaları, 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümlerine göre tahsil olunur. İtiraz veya iptal davası para cezasının tahsilini durdurmaz.

Uyarma cezası:

Madde 32 – Turizm yatırım ve işletmelerinin idare ve işletilmelerinde görülecek kusur, aksaklık ve eksiklikler için, belge sahibine denetimi yapan elemanlar veya Bakanlıkça uyurma cezası verilir.

Para cezaları:

Madde 33- (Değişik: 28/12/2006-5571/19 md.)

Belge sahibine, ilgili diğer Kanun hükümleri saklı kalmak kaydıyla aşağıda belirtilen durumlarda ve miktarlarda idarî para cezası uygulanır:

a) Uyarma cezasına rağmen, otuz gün içinde gerekli düzeltmenin yapılmaması veya bir yıl içinde yeni uyarma cezasını gerektiren fiil veya fiillerin tespiti ile bu Kanunda belirtilen veya Bakanlıkça istenilen bilgi veya belgelerin süresi içerisinde verilmemesi veya yanıltıcı bilgi veya belge verilmesi hallerinde üçbin Yeni Türk Lirası idarî para cezası.

b) Bakanlığa bilgi verilmeksizin, işletmenin bir yıl içinde otuz günden fazla süreyle aralıksız olarak belgelendirme için zorunlu bir kısmının veya tamamının kapalı tutulması halinde üçbin Yeni Türk Lirası idarî para cezası.

c) Yazı, reklam, afiş, broşür ve benzeri araçlarla Bakanlığın veya müşterilerin yanıtılması veya yanıltıcı unvan kullanılması veya müşteriye taahhüt edilen hizmetin verilmemesi veya eksik verilmesi veya bu hizmetin en az eşdeğer nitelikleri haiz bir işletmede verilmesinin sağlanmaması hallerinde beşbin Yeni Türk Lirası idarî para cezası.

d) Müşterinin can veya mal güvenliğinin sağlanmasında işletme sahibi veya sorumlusu veya personelin katkısı, kusuru veya ihmaliyle işletmede suç işlendiğinin tespiti halinde beşbin Yeni Türk Lirası idarî para cezası.

e) İzinsiz olarak yatırım veya işletmenin tümünün veya belgelendirme için zorunlu bir kısmının devredilmesi, kiraya verilmesi, ortaklık statüsünün, unvanının veya türünün değiştirilmesi hallerinde üçbin Yeni Türk Lirası idarî para cezası.

f) Onaylı fiyat tarifelerinin üzerinde fiyat uygulanması halinde fazladan alınan ücretin yirmi katı idarî para cezası.

(f) bendi hariç bu maddede belirtilen idarî para cezaları her takvim yılı başından geçerli olmak üzere o yıl için 213 sayılı Vergi Usul Kanununun mükerrer 298 inci maddesi uyarınca tespit ve ilan edilen yeniden değerlendirme oranında artırılarak uygulanır.

Belge İptali

Madde 34 --(Değişik: 28/12/2006-5571/20 md.)

Turizm yatırımı veya turizm işletmesi belgesi;

a) (Mülga: 07/05/2008-5761/5. md.)

b) Yatırım belgesi süresi sona ermesine rağmen yatırımın tamamlanmaması veya turizm işletmesi belgesi alınamaması,

c) Tesisin belgelendirilebilecek işletme türleri dışında faaliyet göstermesi veya turizm işletmesi faaliyetine son verilmesi,

ç) Tesisin belgeli olarak faaliyet göstermesinin ülke turizmi açısından sakınca yaratması,

d) Tesisin belgelendirilmesi için gerekli olan ilgili kurumdan alınan işletme iznine esas belgenin geçerliliğini yitirmiş olması,

e) Tesisin yatırım veya işletme döneminde belgelendirilmesine esas niteliklerini önemli ölçüde kaybetmiş olması,

hallerinde Bakanlıkça iptal edilir.

Cezalara itiraz ve dava açılması :

Madde 35 – a) Bu Kanuna göre verilecek uyarma cezası kesindir.

b) Denetleme elemanlarınca verilen para cezalarına karşı, 7 gün içinde Bakanlığa itiraz edilebilir.

Bakanlık, itiraz üzerine, denetleme elemanlarınca verilen para cezalarını, aynen veya değiştirerek veya kaldırarak, en geç bir ay içinde karara bağlar.

c) Para cezalarına ilişkin Bakanlık kararına ve diğer cezalara karşı, belgeli işletmenin bulunduğu yargı çevresindeki idare mahkemesi nezdinde iptal davası açılabilir.

Diğer cezalar :

Madde 36 – a) Bu Kanunun 6 ncı maddesi hükümlerine aykırı davranışların tespiti halinde ; üç aydan onsekiz aya kadar hapis veya ellibin liradan yüzbin liraya kadar ağır para cezası veya her ikisine birlikte hükmolunur.

b) Bu Kanunun 29 ncu maddesinin 2 nci fıkrasına aykırı hareket edenler ellibin liradan yüzbin liraya kadar ağır para cezası ile cezalandırılır.

Tekerrüründe ceza iki kat artırılır.

ALTINCI BÖLÜM**Son Hükümler****Yönetmelikler:**

Madde 37 – Bu Kanunun yayımından itibaren bir yıl içinde; A. Bakanlar Kurulu kararı ile yürürlüğe girecek yönetmeliklerle düzenlenecek hususlar: (1) Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinin belirlenmesi için çalışma gruplarının oluşturulması, Bakanlık ile ilişkileri, görev ve yetkileri ile çalışma şekline ilişkin konular, (2) Turizm yatırımı ve turizm işletmesi belgelerinin verilmesi, bu işletmelerin yönetim, personel ve işletme özellikleri ile uymak zorunda oldukları fiziki şartlar ve diğer konular, (3) İnsan ve çevre sağlığı ile can ve mal güvenliği de dahil olmak üzere; belgeli yatırım ve işletmelerin belgeye esas olan vasıflarının, tarifelerinin, temizlik, intizam, servis, idare ve işletme tarzları ile diğer hususların denetlenmesine ve denetleme elemanlarının niteliklerine, atanmalarına ve yetkilerine ait konular, (4) **(Değişik: 28/12/2006-5571/21 md.)** Deniz turizmi tesisleri ve deniz turizmi araçları yatırım ve işletmeciliği ile bu Kanunun 28 ve 29 uncu maddelerinin uygulanmasına ilişkin Denizcilik Müsteşarlığının görüşü alınarak tespit edilecek hususlar.

B. Bakanlık ile ilgili diğer bir bakanlıkça müştereken hazırlanacak yönetmeliklerle düzenlenecek hususlar: (1) Maliye Bakanlığı ile;

(a) Bu Kanun uyarınca verilecek para cezalarının tahsili

(b) **(Mülga: 21/2/2001 – 4629/7 md.)**

(2) İşçileri Bakanlığı ile;

Belgeli işletmelerin 2007 sayılı Türkiye’de Türk Vatandaşlarına Tahsis Edilen Sanat ve Hizmetler Hakkında Kanun hükümlerinden istisna edilerek çalıştırılabilecek yabancı kişilerin meslek ve niteliklerine ilişkin konular.

(3) **(Mülga: 24/7/2003-4957/7 md.)**

C. Bakanlıkça hazırlanacak yönetmeliklerle düzenlenecek hususlar:

(1) Belge sahiplerinin Bakanlıkla, birbirleri ve müşterileriyle karşılıklı hak ve yükümlülükleri ile bu ilişkilerde uymak zorunda oldukları konular,

(2) Bu Kanunun uygulanmasında cezalarla ilgili usul ve esaslar ile Bakanlık bünyesinde ceza uygulamalarını karara bağlayacak kurulların kimlerden oluşacağı ve ceza hükümlerinin uygulanmasına ilişkin hususlar,

(3) Bu Kanunun uygulanmasında ihtiyaç duyulacak diğer konular.

Kaldırılan hükümler:

Madde 38 – 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu ile 1615 sayılı Gümrük Kanununun 12 nci maddesinin Türkiye Turing ve Otomobil Kurumunun triptik veya gümrük geçiş karnelerinin verilmesine ilişkin hükümleri yürürlükten kaldırılmıştır.

Ek Madde 1 – (Ek: 27/10/1988 – 3487/1 md.)

Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri içerisinde yer alan yıkanmaya mahsus şifalı sıcak ve soğuk maden suları, verilmiş ve kullanılmakta olan haklar ile tapuda müseccel haklar saklı tutulmak üzere, bu Kanun hükümlerine göre turizm yatırımcılarına verilir.

10 Haziran 1926 tarih ve 927 sayılı Kanun ile 17/6/1942 tarih ve 4268 sayılı Kanunun 24/5/1957 tarihli ve 6977 sayılı Kanunla değişik 2 nci maddesinde belirtilen kurumların yetkileri, ilan edilen kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri içerisinde kalmak şartıyla Bakanlığa aittir. Ancak, özel idarelerin rüsum ve temettü hakları saklıdır. (2)

Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri içerisinde verilmiş kaynakları tesislerinde tam olarak kullanmayan hak sahiplerinin, bu Kanuna göre çıkarılacak yönetmeliğin yürürlüğünden itibaren bir yıl içerisinde, kaynak hakkını tam olarak kullanıp işleteceğini bildirmesi, plan ve projesini Bakanlığa vermesi ve uygun görülmesi şartıyla kaynak hakkından yararlanmaya devam eder. Aksi halde kullanılmakta olan sudan artan miktar Bakanlıkça isteklilerine verilir. (2)

Yıkanmaya mahsus şifalı su hakkı almış gerçek ve tüzel kişilerin yararlandıkları kaynak suyu fazlasının tespiti ile yararlanmadıkları kaynak suyu fazlasının işletilme şekil ve şartları, sahalarda yeniden bulunan kaynakların işletilmesine ve diğer hak sahipleriyle olan düzenlemelere ilişkin usul, şekil ve yeterlilikle ilgili hususlar; Sağlık ve Sosyal Yardım, Enerji ve Tabii Kaynaklar bakanlıklarının görüşü alınmak suretiyle Bakanlıkça hazırlanacak yönetmelikte gösterilir.

Ek Madde 2 – (Ek : 30/5/1991 – 3754/2 md.)

Türkiye'ye giriş yapan yabancılara ait karavan ve motokaravanlar bakım, onarım ve kışlamak amacı ile 2 yıla kadar kalabilir ve sahipleri başka bir vasıta ile Türkiye'den ayrılabilir.

Bu amaçla tespit edilecek mahal ve depolarda kışlayabilecek olan yabancılara ait motokaravan ile karavanların kullanılmaları ile kalış usul ve esasları Maliye ve Gümrük Bakanlığının görüşü alınarak Turizm Bakanlığınca bir yönetmelik ile belirlenir.

Ek Madde 3 – (Ek : 30/5/1991 – 3754/2 Md.)

Bakanlık, turizm sektörünü düzenleyecek, geliştirecek, dinamik bir yapı ve işleyişe kavuşturacak tertip ve tedbirleri alırken sektörle ilgili kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının oluşmasına yardımcı olacak her türlü tedbiri alır.

Ek Madde 4- (Ek: 24/7/2003-4957/6 md.)

Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri dışında, 6831 sayılı Orman Kanununa göre Devlet ormanı sayılan yerler ile 2873 sayılı Millî Parklar Kanunu ve 383 sayılı Özel Çevre Koruma Kurumu Kurulmasına Dair Kanun Hükmünde Kararname gereğince tespit ve ilân edilen yerlerde turizm yatırımı için arazi tahsis Çevre ve Orman Bakanlığının uygun görüşü alındıktan sonra Bakanlıkça yapılır.

(Değişik ikinci fıkra: 27/5/2004-5178/8 md.) Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde yer alan mera, yaylak ve kışlakların tahsis amacı 25.2.1998 tarihli ve 4342 sayılı Mera Kanunu hükümlerine göre değiştirilir.

Geçici Madde 1 – 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu uyarınca alınmış olan turizm müessesesi kuruluş belgesi ile turizm müessesesi işletme belgelerinin bu Kanunun 37 nci maddesi (A) fıkrası (2) numaralı bendinde sözü geçen yönetmeliğin yürürlüğe girişinden itibaren en geç üç yıl içinde değiştirilmesi zorunludur. Değiştirme işlemleri her türlü vergi, resim ve harçtan muaftır.

Geçici Madde 2 – (Mülga : 18/4/1983 – 2817/54 Md.)

Geçici Madde 3 – Bu Kanunun 4 ve 37 nci madde (A) (1) bendi esaslarına göre kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri ilan edilinceye kadar; Turizm İşleri Yüksek Koordinasyon Kurulu, bu Kanunun uygulanması için turizm alanı ve kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerini ilan etmeye yetkilidir.

Geçici Madde 4 – 3222 sayılı Telsiz Kanununda bu konuda yeniden düzenleme yapılınca kadar, Genelkurmay Başkanlığı, Ulaştırma Bakanlığı ve Bakanlıkça müştereken belirlenecek esaslar dahilinde, yatlarda telsiz ve teçhizatı bulundurulabilir ve kullanılabilir.

Geçici Madde 5 – Bu Kanun uyarınca çıkarılması gereken yönetmelikler yürürlüğe girinceye kadar, aynı konularda 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu uyarınca çıkarılmış bulunan tüzük ve yönetmelikler ile anılan kanunun 11,12 ve 13 ncü maddelerinin bu kanuna aykırı olmayan hükümlerinin uygulanmasına devam olunur.

Geçici Madde 6 – Devletin hüküm ve tasarrufu altında bulunan yerlerde yapılmış, belgeli faal turizm işletmelerine ait tesisler hakkında, bu Kanunun 6 ncı maddesi kapsamına giren yapıların yıkım kararlarının uygulanması 1982 yıl sonuna kadar ertelenir.

Geçici Madde 7- (Ek: 24/7/2003-4957/9 md.)

Bu Kanunun yayımı tarihinden önce tespit ve ilân edilen turizm bölgeleri, turizm alanları ve turizm merkezleri yürürlükte olup, bu bölge, alan ve merkezler “kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri” ve “turizm merkezleri” için uygulanacak hükümlere tâbidir.

Geçici Madde 8- (Ek: 24/7/2003-4957/9 md.)

Bu Kanunun yayımı tarihinden önce onaylanmak üzere Bayındırlık ve İskân Bakanlığınca intikal ettirilmiş bulunan plânlarla ilgili iş ve işlemler Bayındırlık ve İskân Bakanlığınca tamamlanarak onaylanır.

Geçici Madde 9- (Ek: 07/05/2008-5761/6. md.) 24/11/2007 tarihinden önce, ön izin ve kesin tahsis aşamasındaki orman sayılan yerlere ilişkin verilen izinlerden ilgisinin otuz gün içerisinde talepte bulunması halinde bu Kanun hükümlerine uygunluğu tespit edilen tahsislere kaldığı yerden devam edilir.

Birinci fıkrada belirtilen tarihten önce Çevre ve Orman Bakanlığınca 6831 sayılı Orman Kanunu hükümlerine göre verilen ön izinlere ait dosyalar bu madde kapsamında değerlendirilmek üzere Bakanlığa devredilir.

Yürürlük:

Madde 39 – Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme:

Madde 40 – Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

12/3/1982 TARİHLİ VE 2634 SAYILI ANA KANUNA İŞLENEMEYEN HÜKÜMLER:**1) 7/8/1997 tarih ve 4302 sayılı Kanunun Geçici Maddeleri:**

Geçici Madde 1– Bu Kanunun yürürlüğe girmesinden önce Turizm Bakanlığı tarafından izin verilmiş bulunan talih oyunları işletmelerinin izinleri, bu Kanunun Resmi Gazetede yayımlanmasını izleyen günden başlayarak 6 ay sonra herhangi bir bildirimle gerek olmaksızın kendiliğinden hükümsüz olur. Bu tarihten sonra bu işletmelerin faaliyetlerine hiçbir şekilde izin verilmez.

Geçici Madde 2 – Faaliyet yasağının başladığı tarihten itibaren talih oyunları işletmelerinde bulunan oyun alet ve makinalarının ve bunlarla ilgili diğer eşyaların saklanması, yurt dışına ihracına ve diğer hususlarla ilgili tedbirleri almaya ve buna ilişkin usul ve esasları düzenlemeye Turizm Bakanlığı yetkilidir.

Ek 2 Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik

Resmi Gazete Tarihi: 18.06.2005 Resmi Gazete Sayısı: 25849

BİRİNCİ KISIM Başlangıç Hükümleri

Amaç

Madde 1 - Bu Yönetmeliğin amacı, yeni turizm tesisi türlerinin gelişmesine olanak sağlanması, mevcut turizm yatırım ve işletmelere ait tesislerin geliştirilmesi, turizm tesislerinin asgari niteliklerinin belirlenmesi, bu tesisler arasında standart birliğinin sağlanması ve kalitenin yükseltilmesidir.

Kapsam

Madde 2 - Bu Yönetmelik, turizm tesislerine turizm yatırımı ve turizm işletmesi belgelerinin verilmesine, bu tesislerin yönetim, personel ve işletme özellikleri ile uymak zorunda oldukları fiziki şartlara, işletmecilik esaslarına, uygulanacak fiyat tarifelerinin hazırlanmasına ve onaylanmasına ilişkin hükümleri kapsar.

Dayanak

Madde 3 - Bu Yönetmelik, 12/3/1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun 37 nci maddesinin (A) bendinin (2) numaralı alt bendi hükmü uyarınca hazırlanmıştır.

Tanımlar

Madde 4 - Bu Yönetmelikte geçen;

- a) Bakanlık: Kültür ve Turizm Bakanlığı,
- b) Bakan: Kültür ve Turizm Bakanını,
- c) Kanun: Turizmi Teşvik Kanununu,
- d) Turizm yatırımı: Turizm tesislerine yapılan yatırımları,
- e) Turizm işletmesi: Türk veya yabancı uyruklu, gerçek veya tüzel kişilerce, birlikte veya ayrı ayrı gerçekleştirilen ve turizm tesislerinde faaliyet gösteren ticari işletmeleri,
- f) Turizm tesisi: Turizm yatırımı kapsamında bulunan veya turizm işletmesi faaliyetinin yapıldığı tesisleri ve bunların ayrıntıları ile tamamlayıcı unsurlarını,
- g) Belgeli turizm yatırım ve işletmeleri: Bu Yönetmelik hükümlerine göre Bakanlıkça belgelendirilmiş turizm yatırım ve işletmelerini,
- h) Turizm belgesi: Turizm yatırımı belgesi, ana turizm yatırımı belgesi, turizm işletmesi belgesi veya kısmi turizm işletmesi belgesini,
- i) Turizm yatırımı belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen tesis için Bakanlıkça yatırım aşamasında verilen belgeyi,
- j) Turizm işletmesi belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen tesis için Bakanlıkça işletme aşamasında verilen belgeyi,
- k) Kısmi turizm işletmesi belgesi: Bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen faaliyeti gösteren, tür ve sınıfının gerektirdiği zorunlu üniteleri yapılmış tesis için, yapılacak olan diğer üniteleri yatırım kapsamında tutularak Bakanlıkça verilen belgeyi,
- l) Sınıflandırma: Turizm işletmesi belgeli tesislerin; asgari nitelikler, kapasite, fiziki özellikler, kullanılan malzeme standardı, işletme ve hizmet kalitesi ile personelin nitelikleri ve eğitim düzeyi gibi ölçütlerinin sınıflandırma komisyonunca değerlendirilerek, tür ve sınıfının belirlenmesini,
- m) Geçiş dönemi turizm belgesi: Bu Yönetmeliğin geçici 4 üncü maddesine göre verilen belgeyi, ifade eder.

İKİNCİ KISIM Genel Hükümler

Turizm yatırımı belgesi talebi

Madde 5 - Turizm yatırımı belgesi taleplerinde, aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci veya noterce onaylanmış suretleri ile yazılı olarak Bakanlığa başvurulur:

- a) Başvuru dilekçesi,
- b) Yatırımın yeri, tür ve sınıfı, kapasitesi, finansmanı ve pazarlaması gibi bilgileri içeren rapor,
- c) Ortaklardan birinin veya birkaçının adına yatırımcı veya işletmeci olarak belge düzenlenmesinin talep

edilmesi halinde bu hususta ortaklar arasında düzenlenen muvafakatname,

d) Talebin şirket veya adi ortaklık adına yapılması halinde tescile ilişkin Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi ile imza sirküleri, isim tescili yapılmış ise tescile ilişkin belge,

e) Bakanlıkça gerekli görüldüğü durumlarda; türü, yöresi, büyüklüğü veya konumu gibi nedenlerle özellik arz eden yatırımların, bu özelliklerini genel olarak yansıtan uygun ölçekte fikir projesi,

f) Tesis tescilli kültür varlığında kurulacaksa buna ilişkin belge.

Turizm işletmesi belgesi talebi

Madde 6 - Belgeli turizm yatırımının tamamlanıp işletmeye hazır olması durumunda, belge sahibi tarafından aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci veya noterce onaylanmış suretleri ile birlikte yazılı olarak Bakanlığa başvurulur.

a) Başvuru dilekçesi,

b) İşyeri açma ve çalışma ruhsatı.

Doğrudan turizm işletmesi belgesi talebi

Madde 7 - Turizm yatırımı belgesi almadan doğrudan turizm işletmesi belgesi taleplerinde, 5inci maddenin (e) bendi hariç, 5 ve 6 ncı maddelerde belirtilen belgelerle birlikte yazılı olarak Bakanlığa başvurulur.

Turizm belgesi başvurularının değerlendirilmesi

Madde 8 - Turizm belgesinin verilmesi, bu belgenin diğer bir turizm belgesine çevrilmesi, kapsamının değiştirilmesi, belge devri, süre uzatımı ve sınıflandırma konularına ilişkin talepler Bakanlıkça incelenir. Eksik veya mevzuata aykırı evrakla yapılan başvurular, gerekçesi belirtilerek reddedilir.

Başvurular tüm başvuru belgelerinin tam olarak Bakanlığa tesliminden itibaren 60 gün içerisinde sonuçlandırılır. Yapılan denetimlerde tesiste tamamlanabilir eksiklikler bulunması halinde tamamlanması için başvuruna Bakanlıkça süre verilebilir. İlgilinin tesisteki eksikliğin tamamladığını bildirmesinden itibaren 60 gün içerisinde başvuru sonuçlandırılır.

Turizm belgesi başvurularının bu süre içerisinde sonuçlandırılmaması durumunda; Bakanlığın değerlendirme hakkı saklı kalmak ve müteasir hak teşkil etmemek üzere, belge düzenlenerek verilir.

Turizm işletmesi belgesi veya kısmi turizm işletmesi belgesi taleplerinde; tesisin tür ve sınıfının asgari nitelikleri, kapasitesi, fiziki özellikleri, kullanılan malzemelerin standardı, işletme ve hizmet kalitesi, personel nitelikleri ile bu Yönetmeliğin 5 inci maddesinin (e) bendi kapsamında değerlendirilen tesislere ait fikir projelerinin uygunluğu denetlenerek uygun görülenler belgelendirilir.

Denetimlerde; Yönetmelikte belirtilen metrik limitlere uyulmadığının tespiti halinde, işlev ve yöre özellikleri göz önünde bulundurularak limitlerin en fazla yüzde on oranında eksiği uygun görülebilir.

Belge devri talepleri

Madde 9 - Tahsisli yatırım ve işletmelerin tahsis koşulları saklı kalmak kaydıyla, turizm belgesinin devrine ilişkin taleplerde, aşağıda belirtilen belgelerin aslı veya aslını vermeye yetkili merci veya noterce onaylanmış suretleri ile yazılı olarak Bakanlığa başvurulur:

a) İşyeri açma ve çalışma ruhsatı,

b) Talebin şirket adına yapılması halinde şirket tesciline ilişkin Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi ile şirkete ait imza sirküleri, isim tescili yapılmış ise tesciline ilişkin belge.

Belgenin adına düzenlenmesini talep eden kişi, devir işlemi yapılmadan önce mevcut belge sahibi veya Bakanlıkça gerekli görülmesi durumunda mal sahibince noter huzurunda verilmiş onay ile tesisin dosyası hakkında Bakanlıktan bilgi talep edebilir.

Tahsisli yatırım ve işletmelerin tahsis koşulları saklı kalmak kaydıyla; belge devri talebinde bulunulması halinde, tesise ilişkin Bakanlıkça yürütülen idari işlemler, bu talebin değerlendirilmesini engellemez.

Belge sahibinin değişmesi tesisin cezai sicilini ortadan kaldırmaz.

Sınıflandırma çalışmaları

Madde 10 - Tesisin fiziksel nitelikleri ile işletme ve hizmet kalitesinin sürekliliğinin değerlendirilmesi amacıyla, turizm işletmesi belgeli tesislerde talep üzerine veya Bakanlığın gerekli gördüğü hallerde sınıflandırma çalışması yapılır.

Sınıflandırma çalışmaları için tesisin tür ve sınıfının nitelikleri, kapasitesi, fiziki özellikleri, kullanılan malzemenin standardı, işletme ve hizmet kalitesi ile personelin nitelikleri ve eğitim düzeyi gibi kriterlerin yer aldığı, puanlama sistemine dayalı, Bakanlıkça hazırlanan değerlendirme formları tesiste Sınıflandırma Komisyonu'na uygulanır.

Sınıflandırma Komisyonu; iki Bakanlık kontrolörü ile turizm belgeli tesislerin oluşturduğu derneğin ya da birliğin bir temsilcisinden veya üç Bakanlık kontrolöründen oluşur. Kıdemli olan kontrolör, Komisyona başkanlık eder.

Sınıflandırma çalışmaları sonucunda; üst sınıf için belirlenen puan barajını aşan üstün hizmet düzeyindeki işletmelere yeni sınıfın gerektirdiği asgari fiziksel niteliklere bakılmaksızın bir üst sınıfı, nitelikleri düşük olanlara ise asgari fiziksel niteliklerini taşıdıkları sınıfın bir alt sınıfı verilir.

(Ek: 24/05/2008-26885) Üst sınıf için belirlenen puan barajını aştığı için bir üst sınıf verilen üstün hizmet düzeyindeki işletmelerden, ayrıca yeni sınıfına göre hizmet artırıcı unsurlar istenilmez.

Değerlendirme Kurulunun oluşumu

Madde 11 - Değerlendirme Kurulu; Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğünün bağlı olduğu Müsteşar Yardımcısının başkanlığında, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürü, Kontrolörler Kurulu Başkanı, Birinci Hukuk Müşaviri ile turizm belgeli tesislerin oluşturduğu derneğin ya da birliğin bir temsilcisinden oluşur.

Kurulun raportörlük ve sekretarya hizmetleri Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğünce yürütülür.

Değerlendirme Kurulu gerekli gördüğü hallerde görüş almak üzere uzman çağırabilir.

Değerlendirme Kurulunun görev ve çalışma esasları

Madde 12 - Bu Yönetmeliğin 42 ve 51 inci maddelerinde belirtilen tesislere turizm yatırımı, turizm işletmesi veya kısmi turizm işletmesi belgesi verilmesi, uygulamalardaki görüş farklılıkları Değerlendirme Kurulunca karara bağlanır.

Değerlendirme Kurulu, Başkanın çağrısı üzerine toplanır. Kurul, kararlarını üye tam sayısının salt çoğunluğu ile alır. Karşı oylar ayrıntılı gerekçelerle belirtilir. Kurul kararları Bakan onayı ile yürürlüğe girer.

Bu Yönetmelik uyarınca alınması gerekli tüm evrak tamamlanmadan dosya Kurula sunulamaz.

ÜÇÜNCÜ KISIM

Turizm Tesislerinin Genel Nitelikleri

Yerleşme özellikleri ile mahallerin düzenlenmesi

Madde 13 - Tesisler; yapı ve dekorasyon olarak yöre, çevre ve doğa ile uyumlu, pazarlama ve işletmenin gereklerini sağlayabilecek şekilde bu Yönetmelikte öngörülen fonksiyonlara ve ölçülere uygun, nitelikli malzeme ile tefriş, dekore edilerek donatılmış mekanlarda gerçekleştirilir. Yapının tamamı belge kapsamında değil ise; belge kapsamı dışındaki yerlerin müşteriye rahatsız etmeyen bir kullanımda olması, görünüşü bozmaması ve belgeli kısımlardan ayrılması, belge kapsamındaki yerin ise ayrı bir girişinin olması gerekir.

Bir tesis bünyesinde; bu Yönetmelikte asgari nitelikleri belirlenmiş olan diğer tesis türlerinin bulunması halinde, bu türlerin bu Yönetmeliğin ilgili hükümlerine uygun olarak düzenlenmesi gerekir.

Bahçesi olan tesislerde, bahçeler özenle ve çevrenin doğal yapısıyla uyumlu olarak düzenlenir, yeterince aydınlatılır ve sürekli bakımları sağlanır.

Genel mahallerde, kadın ve erkek müşteriler için ihtiyacı karşılayacak sayıda tuvalet ve lavabo bulundurulur.

Tesisin bütün mekanlarında yeterli doğal veya mekanik havalandırma bulunur. Çiftlik evi ve köy evi hariç olmak üzere yıl boyu açık tesisler ile sadece kış aylarında açık tutulan tesisler merkezi sistemle ısıtılır. Yeterli kapasitedeki klima sistemleri de bu amaç için kullanılabilir. Yazlık işletmeler, geçici ve kısmi ihtiyaçlar için elektrikli veya benzeri uygun sistemlerle ısıtılabilir.

Tesislerde, devamlı ve yeterli basınçta sıcak ve soğuk su bulunur. Şehir şebekesi haricinde temin edilen sular için otomatik klorlama ve arıtma tesisi yapılır.

Dış ve çevre aydınlatmaları, müşterileri rahatsız etmeyecek ve doğal yaşamın etkilenmesini önleyecek şekilde düzenlenir. Toplam kapasitesi yüz yatağın veya yüz kuverin üzerinde olan tesislerde kapasiteye uygun jeneratör bulundurulur.

Güzellik ve estetik amaçlı düzenlemeler

Madde 14 - Tesis bünyesinde, müşterilere güzellik veya estetik amaçlı hizmetler veren güzellik merkezi veya güzellik salonu bulunması durumunda işletme belgesi aşamasında ilgili idaresinden alınan uygunluk yazısı ile başvurulur.

Personelin nitelikleri

Madde 15 - Turizm tesislerinde görevli personelin hizmet standardını yükseltmek amacıyla eğitim için gerekli önlemler işveren tarafından alınır ve uygulanır.

Turizm işletmeleri personeli, çalışmaları sırasında işlerine ve görev mahallerine uygun, özel ve temiz kıyafet giyerler.

(Değişik:24/05/2008-26885) Doktor ve hemşire hizmeti bulunmayan işletmelerde, ilk yardım konusunda sertifikalı personel çalıştırılır.

Tanıtım, bilgilendirme ve fiyat tarifeleri

Madde 16 - Tesis tanıtımı Bakanlıktan alınan belgeye uygun olarak yapılır. Tesis tanıtımında tüketici hakları açısından doğru bilgilere yer verilir, ülke turizmini zedeleyecek ya da yanıltıcı olabilecek tanıtımlarda bulunulamaz.

Belgeli tesisler, Bakanlıkça istenen her tür bilgiyi ve belgeyi zamanında ibraz etmekle yükümlü olup belge kapasitelerindeki değişiklikleri Bakanlığa bildirmek zorundadırlar.

Onaylı fiyat tarifeleri, müşteri profiline göre belirlenecek dillerde gerektiğinde müşteriye verilmek üzere hazır bulundurulur. Konaklama tesisleri, oda ve yatak fiyatlarını müşterinin kolayca görüp okuyabileceği şekilde teşhir eder. Yeme-içme ve eğlence tesislerinde uygulanan fiyatlar liste halinde müşteriye sunulur. Bu hal, onaylı tarifelerin istendiği takdirde müşteriye verilmesi gereğini ortadan kaldırmaz. Fiyat listelerinde şikayetlerin yapılacağı mercilerin adres, telefon numaraları ve elektronik posta adresleri belirtilir.

Sağlık, temizlik ve çevre korunmasına yönelik önlemler

Madde 17 - Turizm tesislerinde, her türlü tesisatın tasarımında, kullanılan yapı malzemelerinin seçiminde, suyun temizliğinde ve klorlanmasında, yiyecek-içecek maddelerinin hazırlanmasında, depolanmasında ve saklanması hijyen ve sağlık kurallarına uyulur. Açık büfelerde yiyeceklerin bozulmasını engelleyecek soğutucu ve ısıtıcı gibi düzenlemeler bulunur. Tesislerde turist sağlığını tehdit eden hastalıkların oluşmasını önleyecek gerekli önlemler alınır. Kapasitesi beşyüz yatak ve üzerinde olan konaklama tesislerinde sürekli doktor hizmeti bulunur, sürekli hemşire bulundurulur, ayrıca revir düzenlemesi yapılır.

Tesislerin temizlik ve bakımları düzenli olarak yapılır. Meydana gelebilecek arızaların en kısa zamanda giderilmesi için gerekli önlemler alınır.

Tesislerde havuz, yatak odası banyoları gibi ünitelerde termo mineral su, mineralli su, deniz kaynaklı su, çamur, gaz gibi doğal unsurların tedavi amacı olmaksızın kullanılması durumunda, ilgili idaresinden alınan bu kullanımın sakıncalı olmadığına ilişkin yazı ile başvurulur.

Turizm tesisleri; doğal varlıklar, biyolojik çeşitlilik, sosyal, kültürel ve tarihi değerler ile yöresel değerlerin koruma, kullanma dengeleri ve turizm kaynaklarının sürdürülebilirliği gözetilerek işletilir. Tesisler, atıklarının çevreye zarar vermesini önleyecek gerekli önlemleri alır. Atık sular ilgili mevzuatta belirtilen parametre ve standartlara uygun olarak arıtılmadan hiçbir şekilde açığa, akarsulara, göllere veya denize akıtılamaz. Katı atıklar; akarsular, göller, denizler ve benzeri alıcı ortamlar ile çevrenin olumsuz yönde etkilenmesine neden olacak yerlere bırakılamaz. Katı atıklarla ilgili yönetmeliklere uygun olarak; belediye sınırları içerisinde bulunan tesisler, çöplerin belediyece toplanmasına kadar geçecek süre içinde bunların muhafazası için, belediye sınırları dışında yer alan tesisler ise çöplerin koku, pislik ve haşarat yapmayacak biçimde muhafazası ve sağlıklı yöntemlerle bertarafı için gerekli önlemleri alırlar. Yiyecek ve içecekler, bozulmalarını önleyecek biçimde, uygun ısıda

muhafaza edilir. Bu amaçla düzenlenen soğuk saklama depolarında kapılar içeriden anahtarsız açılabilir ve bir alarm düzeni olacak şekilde düzenlenir.

DÖRDÜNCÜ KISIM

Tesis Türleri

BİRİNCİ BÖLÜM

Asli Konaklama Tesisleri

Asli konaklama tesislerinin genel nitelikleri

Madde 18 - Asli konaklama tesislerinin genel nitelikleri aşağıdaki şekildedir:

a) Konaklama tesislerinde yatak odaları: Yatak odaları; tefriş ve dekorasyonu sağlandıktan sonra, rahat kullanım imkanı verebilecek şekilde ve banyolu olarak düzenlenir. Tek veya iki kişilik olarak düzenlenebilen odalara sadece müşterilerin talebi halinde ilave yatak konulabilir. Odalar teknik normlara uygun olarak; yatak, genel aydınlatma ve gece lambası, tuvalet masası ve aynası, bagaj yeri ve elbise dolabı, oturma yeri veya grubu, perde ve halı gibi tesisin tür ve sınıfına uygun malzemelerle tefriş ve dekore edilir. Güvenlik için müşteri yatak odası kapı arkalarında ayrıca sürgü gibi ilave kilit sistemi düzenlenir. Banyolarda duş teknesi, küvet gibi suyun yayılımını engelleyici önlemler alınır. Oteller, butik oteller ve tatil köyleri odalarının tümü suit şeklinde düzenlenebilir. Diğer asli konaklama tesislerinde ise; apart üniteler dışındaki oda sayısının yüzde yirmibeşinden fazla sayıda suit oda yapılamaz. Dört ve beş yıldızlı oteller, butik oteller ile tatil köylerindeki suit odaların tümünde, bir, iki ve üç yıldızlı otellerde ise apart üniteler dışındaki toplam oda sayısının en fazla yüzde yirmibeş kadar sayıdaki suit odada içecek ve basit yeme ihtiyacını karşılayabilecek kapsamlı olmayan mutfak nişi düzenlenebilir. Suit odalar, bir adedi oturma bölümü olmak üzere doğal aydınlatmaları bulunan en az iki bölümden oluşur. (**Değişik:24/05/2008-26885**) Süit odaların yatak kapasitelerinin hesabında, banyo alanı dahil altmış metrekareye kadar olanlar iki yataklı, banyo alanı dahil altmış metrekare üzerinde ve birden fazla yatak odası bulunanlar dört yataklı olarak kabul edilir. Oturma bölümlerinin yatak odası şeklinde düzenlenmesi halinde; suit odalar, aile odası olarak adlandırılır ve belge kapasitesinde belirtilir, bu durumda mutfak nişi düzenlemesi yapılamaz. Aile odalarında banyo hariç; on metrekareye kadar olan odalar tek, daha büyük olanlar ise iki yataklı olarak düzenlenir. Bodrum katlarda yatak odası yapılamaz. Ancak, eğim dolayısıyla taban döşemesi mevcut arazi seviyesinden aşağı olmayan ve yeterli doğal ışık alan katlar bu hükmün dışındadır. Yatak odalarının pencereleri, mutfak, tuvalet gibi müşteriyi rahatsız edebilecek mahallerin bulunduğu aydınlığa açılmaz. Aydınlığın dar kenarı iki metreden, alanı ise altı metrekareden az olmamak kaydı ile toplam oda kapasitesinin yüzde yirmisini aşmayacak sayıda aydınlığa bakan oda yapılabilir.

b) Personel ve mahalleri: Turizm tesislerinde eğitimli personel ile hizmet verilmesine özen gösterilir. Yetkili kurum ve kuruluşlardan alınmış sertifikaları haiz personel de eğitimli personel kapsamında değerlendirilir. Tesislerde sağlık, güzellik ve bakım, masaj, su sporları, okçuluk, atıcılık, binicilik gibi üniteler bulunması durumunda bu birimlerde sertifikalı personel çalıştırılır. Asli konaklama tesislerinde kadın ve erkek personel için ayrı soyunma yerleri, dolapları, duş, tuvalet ve ortak oturma, dinlenme ve yemek ihtiyaçlarını karşılayan bir mahal bulunur. Tesis bünyesinde yatakhane bulunması halinde yeterli doğal havalandırma ve aydınlatma imkanı, doğal havalandırmanın yeterli olmaması durumunda ise mekanik havalandırma desteği bulunur. Yatakhanelerin düzenlenmesinde kişi başına dört metrekare alan esas alınır. Pansiyon ve müstakil apart otellerde personel ünitesi yapılması zorunlu değildir.

c) Bedensel özürllüler için düzenlemeler: Toplam kapasitesi seksen oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde en az bir oda olmak üzere toplam oda kapasitesinin yüzde biri oranında odada, ayrıca tesis girişi, genel tuvaletler ile en az bir adet yeme- içme ünitesinde, mola noktaları, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde ise kendi türlerinin asgari niteliklerinde belirtilen şekilde bedensel özürllülerin kullanımına uygun düzenlemeler yapılır. Bu düzenlemeler, özel işaretlerle belirtilir.

d) Asansör düzenlemesi: Asansör kullanımı zorunlu olan tesislerde, asansörün ulaştığı kattan aşağı veya yukarı doğru müşterinin ineceği veya çıkacağı kat sayısı; bir, iki ve üç yıldızlı oteller için en fazla üç, dört yıldızlı oteller için en fazla iki, beş yıldızlı oteller için ise en fazla bir olması durumunda bu katlar için asansör aranmaksızın müşteri merdiveni kullanımı işlev ve yöre özellikleri göz önünde bulundurularak kabul edilebilir. Asansörlerde alarm tertibatı ile havalandırma düzeneği bulunur.

e) Kış sporları yapılan tesislerde gerekli düzenlemeler: Kış sporları yapılan tesislerde kayak pisti kayak sporuna hizmet verecek şekilde hazırlanır ve pistin güvenliği için gerekli önlemler alınır. Tesislerde acil durumlarda hizmet vermek üzere gerekli yardım ekibi ve donanımı bulundurulur.

Oteller

Madde 19 - Oteller, asli fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir. Oteller; bir, iki, üç, dört, beş yıldızlı oteller olarak sınıflandırılırlar.

a) Bir yıldızlı oteller, aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) En az on oda,
- 2) Sadece yaz sezonu boyunca açık tutulan tesisler hariç olmak üzere girişte rüzgarlık, hava perdesi, döner kapı veya benzeri düzenleme,
- 3) Resepsiyon ve kapasiteye yeterli, rahat oturma imkanının sağlandığı lobiden oluşan kabul holü (Yeterli büyüklükte ayrı bir oturma salonu bulunması durumunda, belirtilen imkanın lobide sağlanması şartı aranmaz.),
- 4) Kahvaltı ofisi ve kahvaltı salonu, yeterli büyüklükte oturma salonu veya lokanta bulunması durumunda bu mahaller kahvaltı verme amaçlı da kullanılabilir, yazlık tesislerde bu amaçla kullanılan salonun bir kısmı açık olabilir,
- 5) Yönetim odası,
- 6) Müşterinin ineceği veya çıkacağı kat sayısının üçten fazla olması halinde otel kapasitesi ile orantılı müşteri asansörü,
- 7) 06:00-24:00 saatleri arasında büfe hizmeti,
- 8) İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap,
- 9) Odalarda dışarı ile doğrudan bağlantılı telefon hizmeti,
- 10) Oda sayısının en az yüzde yirmibeşine hizmet verebilecek sayıda kıymetli eşya kasası,
- 11) Genel mahaller ve yatak odaları döşemelerini tamamen kaplayan halı, seramik, parke gibi nitelikli malzeme.

b) İki yıldızlı oteller; bir yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) İklim koşullarına göre genel mahallerde klima sistemi,
- 2) Yatak katlarında kat hizmetleri için ofis veya dolap,
- 3) Odalarda saç kurutma makinesi,
- 4) Odalara içecek hizmeti.

c) Üç yıldızlı oteller; iki yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) İklim koşullarına göre odalarda klima sistemi,
- 2) **(Değişik:24/05/2008-26885)** Yatak sayısının yüzde yirmi beşi oranında oturma imkanının, lobide ya da ayrı düzenlenmiş oturma salonunda sağlanması,
- 3) İlave bir yönetim odası,
- 4) Odalarda televizyon,
- 5) Odaların yüzde ellisinde mini bar ile mevcut yiyecek ve içecek türlerine uygun servis malzemesi bulundurulması,
- 6) Yüzme havuzu veya ikinci sınıf lokanta veya kafeterya veya kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az elli kişilik çok amaçlı salon,
- 7) Çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti,
- 8) Rezervasyon işlemlerinin bilgisayarla yapılması,
- 9) Yirmidört saat büfe hizmeti.

d) Dört yıldızlı oteller; üç yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) Kabul holünde telefon kabinleri,
- 2) Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat sayısının ikiden fazla olması halinde otelin kapasitesiyle orantılı, müşteri asansörü,
- 3) Odalarda ve genel mahallerde klima,
- 4) Odalarda; yatak örtüsü, mini bar, kıymetli eşya kasası,
- 5) 06:00-24:00 saatleri arasında oda servisi,
- 6) Kuru temizleme ile terzi hizmeti,
- 7) Her katta kat ofisi düzenlemesi(Ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde hizmetin aksamaması kaydıyla kat ofisinin her katta bulunması zorunlu değildir.),
- 8) Satış mağazası,
- 9) Çeşitli dillerde; süreli yayın, kitap gibi dokümanların yer aldığı okuma mahalli,
- 10) Kapasitesi yüz kişiden az olmamak kaydıyla, tesis yatak kapasitenin yüzde ellisine hizmet veren lokanta,
- 11) Sürekli doktor hizmeti ve revir, müşterilerin bu konuda bilgilendirilmesi,
- 12) Yeterli büyüklükte bagaj odası ve bu mahalde emanet hizmeti,
- 13) Servis merdiveni veya asansörü, (ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde servis merdiveni veya asansörü bulundurulmasına ilişkin esaslar Bakanlıkça belirlenir.)
- 14) Personel sayısının en az yüzde onbeşi oranında konusunda eğitim almış personel,

- 15) İdari personelin konusunda eğitimli veya en az beş yıl deneyim sahibi olması,
 16) Telefon, faks, internet bağlantılı bilgisayar gibi büro hizmetlerine yönelik çalışma ofisi,
 17) Odalara; mesaj bırakabilme sistemi ya da buna yönelik hizmet verilmesi.
 18) Ayrıca;
 - Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik çok amaçlı salon ve fuayesi,
 - Kapalı yüzme havuzu,
 - Açık yüzme havuzu,
 - En az yüz kişi kapasiteli kabare, tiyatro, sinema etkinliklerinin yapılabileceği kapalı salon,
 - Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşen, en az yüz kişilik konferans salonu, fuayesi, salon ile bağlantılı en az iki çalışma odası, sekreterlik ve simültane tercüme hizmetleri,
 - Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik gece kulübü, diskotek veya benzeri eğlence imkanı veren ayrı bir salon,
 - En az kırk metrekare büyüklükte aletli jimnastik, aerobik veya bilardo salonu, alarm sistemi bulunan sauna, Türk hamamı, mini golf, tenis veya voleybol sahası, trambolin, bowling salonu, go-kart pisti, kayak ve deniz sporları, squash salonu veya benzeri imkanlar sağlayan ünitelerden en az üç adedi,
 - Pasta ve içki servisi verilen en az yüz kişilik salon,
 - Türk mutfağından en az beşer adet sıcak ve soğuk yemekler ile tatlı çeşitlerinin de sunulduğu alakart hizmet verilen ayrı bir lokanta,
 - Kafeterya ve snack bar,
 ünitelerinden en az üç adedi.

e) Beş yıldızlı oteller; yerleşme durumu, yapı, tesisat, donatım, dekorasyon ve hizmet standardı olarak üstün özellikler gösteren, dört yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az yüziki otalı otellerdir.

- 1) Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat sayısının birden fazla olması halinde otelin kapasitesiyle orantılı müşteri asansörü,
- 2) Odalarda; çalışma masası, yatak baş ucunda merkezi aydınlatma düğmesi ve priz, boy aynası,
- 3) Odalarda; bornoz, diş temizlik kiti, tek kullanımlık terlik, dikiş kiti, ayakkabı sileceği, cılası, duş köpüğü, makyaj temizleme pamuğu, kutu kağıt mendil, şemsiye gibi en az beş adet amblemli malzeme,
- 4) Banyolarda; resepsiyonla bağlantılı telefon,
- 5) Altı odadan az olmamak üzere oda kapasitesinin asgari yüzde beşi oranında tütün ürünleri içilmeyen oda düzenlemesi,
- 6) Bu maddenin (d) bendinin 18 numaralı alt bendinde belirtilen ünitelerden, ilave olarak en az üç adedi,
- 7) Yirmidört saat oda servisi,
- 8) Garaj veya üzeri kapalı otopark, bu mahallerde yirmidört saat görevli personel,
- 9) Odalarda; uydu veya video yayınları ile oda sayısının yüzde onu oranında internet imkanı sağlanması,
- 10) Bay ve bayan kuaförü,
- 11) Satış mağazaları,
- 12) Personel sayısının en az yüzde yirmibeşi oranında konusunda eğitim almış personel,
- 13) Alakart lokanta,
- 14) Resepsiyondan ayrı bir mahalde müşteri ilişkileri, danışmanlık gibi hizmetlerin deneyimli personel tarafından sağlanması,
- 15) Kat koridorlarında resepsiyonla bağlantılı telefon,

Beş yıldızlı otel bünyesinde birden çok konferans salonu bulunması halinde; bu salonlardan en fazla üç adedi, bu maddenin (d) bendinin (18) numaralı alt bendinde belirtilen ünitelerden sayılır.

Moteller

Madde 20 - Moteller, yerleşim merkezleri dışında, karayolları güzergahı veya yakın çevrelerinde inşa edilen, motorlu araçlarıyla yolculuk yapanların konaklama, yeme-içme ve araçlarının park ihtiyaçlarını karşılayan en az on odalı tesisler olup aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- a) Tesisin kolayca bulunmasını ve görülmesini sağlayan yol ve yön işaretleri, otopark ile diğer hizmet tesislerini gösteren işaretler, yeterli aydınlatma ile iyi bir çevre düzenlemesi,
- b) Trafik gürültüsüne karşı gerekli önlemler,
- c) Sadece yaz sezonu boyunca açık tutulan tesisler hariç olmak üzere girişte rüzgarlık, hava perdesi, döner kapı veya benzeri düzenleme,
- d) Resepsiyon ve bekleme yeri,
- e) Yönetim odası,
- f) Telefon, faks ve internet hizmetleri,
- g) Oda sayısının en az yüzde yirmibeşine hizmet verebilecek sayıda kıymetli eşya kasası,

- h) Kahvaltı hizmetini de verecek şekilde düzenlenmiş oturma salonu ve kahvaltı ofisi,
- i) Yirmidört saat büfe hizmeti,
- j) İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap,
- k) Yirmidört saat hizmet veren satış ünitesi,
- l) Oda sayısının yüzde sekseni oranında otopark.

Tatil köyleri

Madde 21 - Tatil köyleri; doğal güzellikler içerisinde, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor, eğlence ve satış hizmetlerinin de sağlandığı yaygın yerleşim düzeninde, eğimli arazilerde kottan kazanılan katlar da dahil olmak üzere en fazla üç katlı yapılardan oluşan ve en az seksen odalı tesislerdir. Tatil köylerinde, doğal varlıklar ile yöresel değerlerin korunmasına da özen gösterilerek nitelikli çevre düzenlemesi yapılır. Tatil köyleri aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

a) Giriş ve park üniteleri: Tatil köyü hudutları emniyet altına alınır, girişte kontrol ünitesi ile tesis bünyesinde otopark düzenlenir.

b) Yönetim tesisleri: Yönetim tesisleri aşağıdaki nitelikleri taşır:

- 1) Resepsiyon, danışma, telefon kabini ve bekleme yerinden oluşan bir kabul alanı,
- 2) Yeterli büyüklükte bagaj odası ile emanet hizmeti,
- 3) En az iki adet yönetim odası,
- 4) Oda sayısının en az yüzde yirmibeşine hizmet verebilecek sayıda veya müşteri yatak odalarının tamamında kıymetli eşya kasası,
- 5) Bagaj taşıma hizmeti,
- 6) Sürekli hizmet verilmesine yönelik doktor ve hemşire anlaşması ile revir, müşterilerin bu konuda bilgilendirilmesi,
- 7) Müşterilere tesisin bütününe tanıtıcı ve tüm birimlere ulaşımını kolaylaştıracı görsel doküman gibi hizmet sunumu.

c) Geceleme birimleri: Geceleme birimleri aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) Tatil köyünün diğer ünitelerinin gürültü ve rahatsız edici etkilerinden korunacak biçimde düzenlenmesi,
- 2) Müşterilerin oda ve diğer ünitelere rahatça ulaşımını sağlayacak ve karanlıkta da görülebilecek nitelikte yönlendirme işaretleri,
- 3) İklim koşullarına göre klima,
- 4) Odalarda dışarı ile doğrudan bağlantılı telefon hizmeti,
- 5) Oda banyolarında saç kurutma makinesi, minibar,
- 6) Odalara mesaj bırakabilme sistemi ya da buna yönelik hizmet verilmesi,
- 7) Kat hizmetinin verilmesini sağlayacak sayıda kat ofisleri.

d) Spor, eğlence, yeme-içme, dinlenme tesisleri ve çevre düzenlemesi: Bu üniteler aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) Aletli jimnastik, bilardo, bowling, golf, tenis, voleybol, badminton, trambolin, squash, su oyunları, kayak ve deniz sporları gibi tesisin kuruluş yerine uygun nitelikteki çeşitli spor imkanlarından en az dört adedi,
- 2) Kapalı ya da açık yüzme havuzu,
- 3) Serbest zamanların değerlendirilmesi amacıyla dinlenme terasları, açık veya kapalı bar, açık hava tiyatrosu, açık dans yeri gibi yardımcı tesislerden en az üç adedi,
- 4) Oyun veya televizyon salonu,
- 5) Çocuk oyun parkı ve bu yerlerde çocuklar için özel tuvaletler,
- 6) Tesiste tatil köyünün yapı ve işletme nitelikleri ile uyumlu ikinci sınıf lokanta, lokantanın kapalı kısmında iklim koşullarına göre klima, açık kısımlarında ise güneş ve yağmurdan koruyucu gerekli önlemler, mutfak için servis avlusu ve servis girişi,
- 7) Kabul alanından ayrı oturma salonu veya okuma salonu,
- 8) Satış yerleri,
- 9) İklim koşullarına göre klima,
- 10) Çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti,
- 11) Arazinin muhtelif yerlerinde resepsiyon ile irtibatlı tesisat.

e) Personel: Toplam personel sayısının en az yüzde onbeşi oranında konusunda eğitim almış personel ile idari personelin konusunda eğitilmiş veya en az beş yıl deneyim sahibi olması gereklidir.

f) Sınıflandırma: Yukarıda belirtilen nitelikleri taşıyan tesisler dört yıldızlı tatil köyü, yerleşme özellikleri, yapı, tesisat, donatım, dekorasyon ve servis yönünden üstün özellikler gösteren ve ilave olarak aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan tesisler beş yıldızlı tatil köyü olarak sınıflandırılır.

- 1) Odalarda uydu veya video yayınları imkanı olan televizyon, kıymetli eşya kasası, banyolarda; bornoz, dış temizlik kiti, tek kullanımlık terlik, duş köpüğü, makyaj temizleme pamuğu, kutu kağıt mendil gibi en az beş adet amblemli malzeme,
- 2) Odaların balkon, teras gibi bölümlerinde ayrı oturma grubu ve nitelikli açık alan düzenlemesi,
- 3) Dört odadan az olmamak üzere oda kapasitesinin asgari yüzde beşi oranında tütün ve tütün mamulleri içilmeyen oda düzenlemesi,
- 4) Lokantanın, birinci sınıf olarak düzenlenmesi, tesis bünyesinde ayrıca kafeterya veya ikinci sınıf lokanta bulunması halinde birinci sınıf lokantanın kapasitesinin en az yüz kişilik olacak şekilde düzenlenebilmesi, lokantanın kapalı kısmında iklim koşullarına göre klima, açık kısımlarında ise güneş ve yağmurdan koruyucu gerekli önlemler, mutfak için servis avlusu ve servis girişi,
- 5) Diskotek veya gece kulübü veya benzeri eğlence imkanı veren ayrı bir salon,
- 6) Uzman personel refakatinde çocuklara bakım ve oyun imkanları sağlanan çocuk bakım odası ve bahçesi,
- 7) Türk hamamı veya sauna,
- 8) Bay ve bayan kuaförü,
- 9) Kuru temizleme hizmeti,
- 10) Toplam personel sayısının en az yüzde yirmibeşi oranında konusunda eğitim almış personel,
- 11) Özel geceler, yarışma, parti gibi ek eğlence imkanları ile müşterilerin bu imkanlara katılımının sağlanması,
- 12) Oda sayısının yüzde biri oranına yeterli olabilecek düzeyde internet hizmeti verilen mahal,
- 13) Resepsiyondan ayrı bir mahalde müşteri ilişkileri, danışmanlık gibi hizmetlerin deneyimli personel tarafından sağlanması.

Pansiyonlar

Madde 22 - Pansiyonlar; yönetimi basit, yemek ihtiyacının idare tarafından sağlanabildiği veya müşterilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkanı bulunan, en az beş odalı tesisler olup aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- a) Giriş holü, emanet hizmeti,
- b) Oturma, yemek ve kahvaltı ihtiyacını karşılayabilecek, yazlık tesislerde kısmen açık da olabilen, yeterli kapasitede bir salon,
- c) Yemek ihtiyacının işletme tarafından verilmemesi durumunda pansiyon mutfaklarında ihtiyaca göre yeterli sayıda buzdolabı, pişirme ve ızgara donanımı, bulaşık yıkama, hazırlık ve malzeme istif yerleri, servis malzemesi dolapları,
- d) İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap.

Kampingler

Madde 23 - Kampingler; karayolları güzergahları ve yakın çevrelerinde, deniz, göl, dağ gibi doğal güzelliği olan yerlerde kurulan ve genellikle müşterilerin kendi imkanlarıyla geceleme, yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor ihtiyaçlarını karşıladıkları en az on ünitelik tesislerdir.

a) Çevre düzenlemesi: Kamping alanı, kamping iç ve dış güvenliklerinin sağlanabileceği biçimde çevre özelliklerine göre çit, duvar, yeşillik gibi düzenlemeler ile çevreden tecrit edilerek aydınlatılır. Kamping alanı drene edilerek ağaçlandırılır. Boş alanlar çimlendirilir. Geceleme birimlerini rahatsız etmeyecek şekilde okuma, dinlenme, spor, eğlence, yeme, içme gibi amaçlar için gerekli düzenlemeler yapılır. Araç yolları, arazi ve iklim şartlarına uygun olarak toz kaldırmayacak şekilde düzenlenir.

b) Kapasite ve kampçı birimleri: Kampinglerde, kampçı ünitesi başına hesaplanacak alan seksen metrekaredir. Kampçı ünitesi; çadır veya çadır-araba veya otokaravan veya bungalovdan oluşur, her ünite ortalama üçer kişiliktir. Yerli ve yabancılara ait karavan veya otokaravanların bakım, onarım ve kışlaması için gerekli düzenlemeler yapılabilir. Bungalov üniteleri; en fazla üç yatak kapasiteli düzenlenir, toplam kampçı ünitesi sayısının yüzde yirmisini aşamaz, ayrıca bu ünitelerde mutfak düzenlemesi yapılamaz.

c) Giriş tesisleri: Girişte otopark, resepsiyon, emanet ve telefon hizmeti verilen düzenleme yapılır.

d) Müşterek kullanım tesisleri: Kampinglerde müşterek kullanım tesisleri aşağıda belirtilen şekilde düzenlenir:

- 1) Konaklamaya ayrılan alanın zemininin kullanım amacına uygun biçimde düzenlenmesi,
- 2) Her on kampçı için en az bir kadın ve bir erkek tuvaleti, duş ve lavabosu, lavaboların yanında priz,
- 3) Her on kampçı için en az bir adet çamaşır yıkama makinesi ve ütüleme yeri,

4) Her beş ünite için içerisinde en az bir yemek hazırlama, pişirme, bulaşık yıkama imkanı ile kilitli soğutucu dolaplar bulunan üstü kapalı bir mahal.

e) Kampçılara sağlanan hizmetler: Kampinglerde aşağıda belirtilen hizmetler verilir:

- 1) Satış yeri,
- 2) İlk yardım malzemeleri,
- 3) Karavanların tuvalet ve atık su tanklarının boşaltılacağı uygun mahaller,
- 4) Kampçı ünitelerine elektrik hizmeti,
- 5) Kampçılara sıcak-soğuk kullanma suyu ve sağlıklı içme suyu hizmeti.

Apart oteller

Madde 24 - Apart oteller; mesken olarak kullanılmaya elverişli bağımsız apartman ya da villa tipinde inşa ve tefriş edilen, müşterinin kendi yeme ve içme ihtiyacını karşılayabilmesi için gerekli teçhizat ile donatılan ve otel olarak işletilen tesislerdir.

Apart oteller; belgeli bir otel veya tatil köyü veya turizm kompleksi yatırım veya işletmesi bütünü içinde yer alabildiği gibi en az on üniteden oluşacak şekilde, bir tesis bünyesinde bulunma zorunluluğu olmadan "müstakil apart otel" adı altında müstakilen de düzenlenebilir.

Apart otellerin asgari nitelikleri aşağıdaki şekildedir:

a) Resepsiyon, bekleme ve idare birimi,

b) Apart ünitelerinde;

- 1) Tefriş elemanlarında standart beraberliği,
- 2) Yatak odalarında; yatak, komodin, gece lambası, elbise dolabı ile yataklarda; çarşaf ve kılıflı yastıklar, iklim şartlarına göre pike ve battaniye,
- 3) Yaşam odasında; kapasiteye uygun koltuk, yemek masası, sandalyeler ve sehpa,
- 4) Mutfakta; ocak, buzdolabı, yeterli servis malzemesi dolaplar ve kapalı metal çöp kutusu,
- 5) Banyo, çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti verilmemesi halinde otomatik çamaşır makinesi,
- 6) İlk yardım dolabı,

c) Yerleşim merkezleri dışındaki apart otellerde, satış ünitesi.

Tesis bünyesindeki apart otellerde yukarıda (a) ve (c) bentlerinde belirtilen nitelikler, apart ünitelere de hizmet verecek şekilde düzenlenmişse ayrıca aranmaz.

Apart ünitelerin toplam yatak kapasitesi, içinde yer aldıkları ve beraber işletildikleri konaklama tesislerinin toplam yatak kapasitesinin yüzde yirmibeşini, dört ve beş yıldızlı otellerde yüzde kırkını aşamaz.

(Değişik:24/05/2008-26885) Apart otellerin kapasitesinin hesabında oturma alanı dışındaki yatak odaları dikkate alınır. Yatak odalarından on metrekareye kadar olan odalar tek yataklı, on metrekarenin üzerinde olanlar iki yataklı olarak düzenlenir.

Hosteller

Madde 25 - Hosteller; gençlik turizmüne cevap verebilecek ve yeme-içme hizmeti veren veya müşterinin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkanı olan en az on odalı tesisler olup aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- a) Resepsiyon, vestiyer, emanet kasa, bagaj yeri ve bekleme yerinden oluşan giriş holü,
- b) Kapasiteye uygun oturma salonu,
- c) Yatak odaları ile bağlantılı sorumlu kişi odası,
- d) Yönetici odası,
- e) Lokanta veya kafeterya hizmeti verilmesi veya müşterilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkanı olan yeterli teçhizatlı mutfak, yemek salonu,
- f) Müşterilerin kendi imkanlarıyla eğlenmelerini sağlayabilecek düzenleme,
- g) Kız ve erkekler için ayrı bölümler halinde kişi başına en az dört metrekare alan sağlanmış en fazla sekiz kişilik odalar ve en fazla sekiz yatağa bir banyo,
- h) İlk yardım, emanet ve telefon hizmetleri,
- i) Çamaşır yıkama, ütüleme ve kurutma imkanı sağlayan mahaller,
- j) Genel depo ve spor malzemeleri odası,
- k) İşletme aşamasında ulusal federasyonca belirlenen kurallara uygun olarak işletme faaliyeti göstermek.

İKİNCİ BÖLÜM

Yeme-İçme ve Eğlence Tesisleri

Lokantalar

Madde 26 - Lokantalar; tabldot, alakart veya özel yemek ve bu yemeklere uygun servisler ile yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan tesislerdir.

Lokantalar ikinci ve birinci sınıf olarak sınıflandırılırlar. İkinci sınıf lokantalar, müstakilen belgelendirilemez. Lokantaların sınıflandırılmalarında Yönetmelik'te belirlenen nitelikler kadar işletmenin dekorasyonu, hizmet standardı, yemeklerin nefaset, kalite ve sunuş özellikleri de dikkate alınır.

Lokantalarda canlı yemek müziği, çevreyi ve müşteriye rahatsız etmeksizin yapılabilir. Türk mutfağına yönelik hizmet verilmesi halinde Türk kahvesi ve çayı geleneksel usullere uygun hazırlanarak sunulur.

İkinci sınıf lokantaların yemek salonu kapasitesi en az elli kişiliktir. Birinci sınıf lokantaların toplam kapasitesi en az yüzelli kişilik olup en az elli kişilik bir ana salon düzenlenmesi kaydı ile kapasitenin kalan kısmı ayrı salonlarda düzenlenebilir. Salon kapasiteleri, müşteri yerleşiminin rahat bir şekilde sağlanması koşuluyla, müşteriye hizmet verilen alanların kişi başına 1.2 metrekareye bölünmesiyle hesaplanır. Salonlar mutfak ile doğrudan bağlantılı veya servis mutfağı bulunacak şekilde düzenlenir. Ancak aynı kattaki salonlar için fonksiyonel düzenleme sağlanması kaydıyla tek bir servis mutfağı veya mutfak bağlantısı yeterli görülebilir. Mutfak için ayrılan alan, kapasiteye yeterli hizmet verilebilmesine imkan sağlayacak şekilde düzenlenmesi kaydıyla; ikinci sınıf lokantalarda müşteriye yemek hizmeti verilen salonun yüzde yirmibeşinden daha küçük, birinci sınıf lokantalarda ise, yüzde yirmibeş alan şartı aranmaksızın, elli metrekareden küçük olamaz. Hazırlama, pişirme, servis ofisi, servis bankosu bulaşık bölümleri ve mutfak fonksiyonlarını yerine getiren diğer alanlar bu alana dahildir.

İkinci sınıf lokantalar aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar, Aşağıda belirtilen mahaller, bünyesinde yer aldığı tesiste lokantanın işleyişine de hizmet verecek şekilde bulunuyorsa ayrıca aranmaz.

- a) Tüm hacimlerin, fonksiyon ve sınıfına uygun malzeme ile tefriş ve dekore edilerek aydınlatılması,
- b) İdare odası,
- c) Kadın ve erkek için ayrı müşteri tuvaletleri,
- d) Personel için soyunma yerleri ile lavabo, duş ve tuvaleti,
- e) Malzeme deposu,
- f) Soğuk dolap veya içerden açılabilen soğuk saklama deposu,
- g) Mutfakta;
- 1) Kuzine,
- 2) Tesiste verilen yiyecek türlerine uygun hazırlık yerleri,
- 3) Servis takımları için kapasiteye yeterli bulaşık makinesi,
- h) Salon ve servis birimleri ayrı katlarda ise servis merdiveni veya monşarj.

Birinci sınıf lokantalar; ikinci sınıf lokantalar için aranan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan tesislerdir:

- a) Giriş holü,
- b) Servis mahalleri ile bağlantılı ayrı servis girişi,
- c) Bankolu vestiyer,
- d) Müzik yayını,
- e) Havalandırma ve klima sistemi,
- f) Mutfakta;
- 1) Fırın,
- 2) Yemekleri ve tabakları sıcak saklama teçhizatı,
- 3) Tatlı ve pasta hazırlık yerleri,
- g) Sıcak ve soğuk yemekler ile tatlı çeşitlerinden en az beşer adedinin yer aldığı mönü.

Kafeteryalar

Madde 27 - Kafeteryalar; süratli, temiz ve kaliteli yeme-içme hizmetinin garson servisi olmadan müşteriye sunulduğu, müstakilen belgelendirilemeyen en az elli kişilik tesislerdir. Kafeteryalar aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- a) Tüm hacimlerin, fonksiyon ve sınıfına uygun malzeme ile tefriş ve dekore edilerek aydınlatılması,
- b) Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde düzenlenmiş yemek salonu,

- c) Yiyecek türlerinin teşhir de edildiği servis bankosu,
- d) İdare odası,
- e) Kadın ve erkek için ayrı müşteri tuvaletleri,
- f) Personel için soyunma yerleri ile lavabo, duş ve tuvaleti,
- g) Servis bankosu ve mutfak ayrı katlarda ise servis merdiveni veya monşarj,
- h) Malzeme deposu,
- i) Soğuk dolap veya içerden açılabilen soğuk saklama deposu,
- j) Mutfakta;

- 1) Tesiste verilen yiyecek türlerine uygun hazırlık yerleri,
- 2) İhtiyaca uygun pişirme donanımı.

Bu maddede belirtilen mahaller, bünyesinde yer aldığı tesiste kafeteryanın işleyişine de hizmet verecek şekilde bulunuyorsa ayrıca aranmaz.

Eğlence yerleri

Madde 28 - Eğlence yerleri; en az seksen odalı asli konaklama tesisleri, dört ve beş yıldızlı oteller, tatil merkezleri ile turizm kentleri bünyesinde faaliyet gösterebilen, müşterinin öncelikle eğlence ihtiyacını karşılamak yanında, yiyecek-içecek servisi de yapılabilen ve müstakilen belgelendirilemeyen işletmelerdir. Turizm kentleri bünyesinde yer alan eğlence yerleri kişi başına asgari 1.2 metrekare alan düşen en az yüz kişilik salona sahip olmak kaydıyla müstakilen belgelendirilebilir. Eğlence yerleri aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- a) Giriş holü,
- b) Salon kapasitesiyle orantılı sayıda kadın ve erkekler için girişleri ayrı tuvaletler,
- c) Konaklama ünitelerinin gürültüden rahatsız olmamaları için gerekli önlemler alınmış, havalandırma ve klima sistemi bulunan salon, salonda bar, canlı müzik yapılması halinde orkestra yeri ve dans pisti,
- d) Diskotek olarak işletilmeyen eğlence yerlerinde sanatçıların sahneye çıkışı için ayrı bir kapı, kadın ve erkek sanatçılar için hazırlık odaları, tuvalet, duş ve lavabolar,
- e) Diskoteklerde disk-jokey yeri,
- f) Yiyecek ve içeceklerin konulacağı depoyu, içki ve meze hazırlık yerlerini, bulaşık yıkama mahallini, çay-kahve pişirme yerini kapsayan salondan ayrı yiyecek-içecek hazırlama yeri,
- g) Salona girişin dışında acil durumlar için ikinci bir çıkış imkanı.

Bu mahallerde, yemek servisinin yapılması halinde, bu Yönetmeliğin ikinci sınıf lokantalar için öngörülen hükümlerine ve işletmenin hizmet standardının gereklerine uygun bir mutfak düzenlenir. Konaklama tesisinin lokanta mutfaklığı ile eğlence yeri mutfaklığının veya hazırlama yerinin bir arada teçhiz edilip düzenlenebilmesi için; mutfak alanının, lokanta salonu ve eğlence yeri ile fonksiyonel bağlantısının bulunması gerekmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Sağlık ve Spor Tesisleri

Termal tesisler

Madde 29 - Termal tesisler; toprak, yer altı, deniz ve iklim kaynaklı doğal tedavi unsurlarının tedavi edici faktör olarak kullanıldığı kaplıcalar, içmece ve iklim kür merkezleri ile buralarda kurulan tedavi ve rekreasyon amaçlı üniteleri içeren, bu maddenin (a) ve (b) bentlerinde yer alan tanımlardan birine giren tesislerdir. Bu tesislerdeki tedavi edici unsurların özellikleri, bu unsurların tıbbi yönden değerlendirilmeleri ile doğal özelliklerinin ve çevrelerinin korunmalarına ilişkin esaslar, tedavi sırasındaki tıbbi ve teknik koşullar, tıbbi personelin nitelik ve nicelikleri gibi konular Sağlık Bakanlığınca belirlenir. Turizm yatırımı ve işletmesi belgesi taleplerinde bu Bakanlıktan alınacak izin yazısı ile Bakanlığa başvurulur.

a) Termal konaklama tesisleri; Bu Yönetmelikte tanımlanan asli konaklama tesisleri ile birlikte işletilip belgelendirilen ve bünyesinde yer aldıkları konaklama tesislerinin tür ve sınıfı da belirtilerek isimlendirilen termal tesislerdir. Bu tesisler ilave olarak aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) Tesis bünyesinde bulunmaması halinde ikinci sınıf lokanta,
- 2) Çeşitli spor aktivitelerine imkan verecek düzenlemeler,
- 3) Açık alanlarda özenli çevre düzenlemesi.

b) Termal kür tesisleri: Bünyesinde konaklama yapılmadan kür programı çerçevesinde işletilip belgelendirilen termal tesislerdir. Bu tesisler aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- 1) Giriş tesisleri ve satış ünitesi,
- 2) Birinci sınıf lokanta veya ikinci sınıf lokanta ile kafeterya,

- 3) Çeşitli spor aktivitelerine imkan verecek düzenlemeler,
- 4) Açık alanlarda özenli çevre düzenlemesi.

Sağlıklı yaşam tesisleri

Madde 30 - Sağlıklı yaşam tesisleri; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezlerinde (**Ek ibare: 24/05/2008-26885**) veya bu bölgeler dışında olup desteklenmeleri Bakanlıkça uygun görülen, bu Yönetmelikte belirlenmiş asli konaklama tesisi bünyesinde bulunan, doğal çevre içerisinde düzenlenen; tedavi, birlikte düşünme, hareket etme yoluyla ortak motivasyon ve sinerji yaratmaya veya sağlık tedavisi sonrası rehabilitasyona veya terapiye yönelik hizmetlerin verildiği, müşterilere sağlıklı yaşam hizmeti sunmayı hedefleyen, açık alanlarda doğal spor aktiviteleriyle desteklenen, gıda ve beslenme, doğal bitki banyoları, aroma terapi, güzellik ve estetik, heyecan ve eğlence, çeşitli yaş grupları için sağlık ve bakım hizmetleri gibi konu veya konularda uzmanlaşarak işletilen ve hizmetin gerektirdiği ünitelerde uzman personel çalıştırılan tesislerdir. Sağlıklı yaşam tesisleri, bünyesinde yer aldıkları konaklama tesislerinin tür ve sınıfı da belirtilerek isimlendirilir.

Bu tesisler ilave olarak aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- a) Tesis bünyesinde bulunmaması halinde ikinci sınıf lokanta,
- b) Çeşitli spor aktivitelerine imkan verecek düzenlemeler,
- c) Açık alanlarda özenli çevre düzenlemesi.

Bu tesisler turizm işletmesi belgesi taleplerinde; bünyesinde ilgili mevzuatla tanımlanmış sağlık ünitesi bulunması durumunda Sağlık Bakanlığından alınacak uygunluk yazısı ile termo mineral su, mineralli su, deniz kaynaklı su, çamur, gaz gibi doğal unsurların tedavi amaçlı kullanılmaması durumunda ise bu maddelerin içme ve yıkanma ve benzeri amaçlı kullanımlarının sakıncalı olmadığına ilişkin ilgili idare yazısı ile Bakanlığa başvurulur.

Yüzme havuzları

Madde 31 - Havuzlarda aşağıda belirtilen hususlar bulunur:

- a) Havuzun çevresinde taşma oluğu veya aynı fonksiyonu yapan benzer sistem,
- b) Havuzun zemin ve duvarlarında uygun ve nitelikli malzeme ile kaplama,
- c) Havuz suyunun devamlı temizliğini sağlayan filtrasyon ve dezenfeksiyon sistemi,
- d) Havuz çevresi ile güneşlenme alanlarında kaymayı önleyici zemin kaplaması ve düzenlemesi,
- e) Havuz suyunun boşaltıldığı ağızlarda güvenlik önlemlerinin alındığı tesisat,
- f) Havuz içinde emniyet basamaklarının yapılması, derinliğin değiştiği her kademede ölçü belirtilmesi,
- g) Çocuklar için en fazla elli santimetre derinlikte ayrı bir havuz,
- h) Havuzda can güvenliğini sağlayan sertifikalı cankurtaran,
- i) Kapalı havuzlarda ısıtma ve havalandırma sistemi,
- j) Güvenlik önlemlerinin Türkçe ve en az iki yabancı dilde belirtildiği levhalar,
- k) İlk yardım araç ve gereçleri bulunan revir ile müstakil belgelendirilen havuzlarda doktor hizmeti.

Havuzlarda aşağıda yer alan tamamlayıcı üniteler bulunur:

- a) Büfe veya büfe hizmetini de kapsayan bar,
- b) Yeterli sayıda soyunma kabini ve dolap,
- c) Kadın ve erkek için yeterli sayıda ayrı duşlar ve tuvaletler.

Müstakilen belgelendirilen havuzlar asgari ikiyüzyirmibeş metrekare yüzey alanını sağlamak zorundadırlar. Konaklama tesisi bünyesinde bulunan havuzlar bu maddenin ikinci fıkrasında yer alan nitelikleri sağlamamaları durumunda; havuz, belge kapasitesinde belirtilir ancak bünyesinde yer aldığı tesisin tür ve sınıfının asgari nitelikleri arasında değerlendirilmez ve sınıflandırma çalışmalarında puanlandırılmaz. Tesis bünyesinde birden fazla kapalı veya birden fazla açık yüzme havuzu bulunması durumunda havuzların tümünde ayrı çocuk havuzu düzenlemesi zorunlu değildir. Ancak tesis bünyesinde açık ve kapalı havuzlar bulunması durumunda, en az birer adet açık ve kapalı havuzda ayrı çocuk havuzu düzenlemesi yapılır.

Spor tesisleri

Madde 32 - Spor tesisleri; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezlerinde, olimpiik spor türlerinden en az bir tanesinin ana faaliyet olarak kurgulandığı, bunun yanında çeşitli spor dallarının uluslararası normlara uygun alanlarda gerçekleştirildiği, ayrıca bu aktivitelerin tamamlayıcı diğer bölümlerle desteklendiği tesislerdir. Turizm işletmesi belgesi talebi aşamasında Bakanlığa ilgili idaresinden alınmış gerekli uygunluk belgeleri ile başvuran bu tesisler ayrıca aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar:

- a) Giriş tesisleri,
- b) Tesisin;doğal çit, yapay çit, duvar ve benzeri düzenlemelerle çevreden tecrit edilmesi,
- c) Uluslararası standartlarda ana saha,

- d) Doğal çim veya uygun malzeme ile kaplı ısınma, antrenman sahaları,
- e) Sporcular için soyunma yeri, duş ve tuvaletler,
- f) Saha bakım üniteleri ve depolar,
- g) Araç ve makineler için otopark,
- h) Dinlenme ve rekreasyon alanları,
- ı) İlk yardım ve doktor hizmeti,
- j) Personel için soyunma yeri, duş ve tuvaletler,
- k) Kulüp binasında aşağıdaki üniteler yer alır:
 - 1) Resepsiyon, giriş ve emanet bölümü,
 - 2) Yönetim odaları,
 - 3) Birinci sınıf lokanta, bulunmaması halinde ikinci sınıf lokanta ile kafeterya,
 - 4) Kadın ve erkekler için ayrı müşteri tuvaletleri,
 - 5) Satış üniteleri.

Golf tesisleri

Madde 33 - Golf tesisleri; golf sporunun uluslararası normlarına uygun alanlarda, golf sporuna yönelik parkur, ısınma ve pratik yapma alanıyla birlikte, kulüp binası ve bu aktiviteyi destekleyici diğer bölümlerden oluşan tesislerdir. Golf tesisleri aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşır.

- a) Çevre özelliğine göre doğal veya yapay çit, duvar, yeşillik gibi tecrit elemanlarıyla emniyet altına alınmış golf sahası,
 - b) En az bir adet onsekiz delikli golf parkuru,
 - c) Golf oyuncularının eğitimi ve ısınması için kullanılmak üzere ayrı bir ısınma ve pratik yapma alanı,
 - d) Kulüp binasında aşağıdaki üniteler yer alır:
 - 1) Resepsiyon, haberleşme olanağı, emanet hizmetleri ve bekleme yerini kapsayan giriş bölümü,
 - 2) Birinci sınıf lokanta,
 - 3) Kadın ve erkek müşteriler için ayrı tuvaletler,
 - 4) Golf oyuncuları için elbise değiştirme yerleri, kilitli elbise dolapları, duş, tuvalet, bekleme yeri ile gerekli malzeme ve teçhizatın muhafaza edileceği depoların da bulunduğu salon,
 - 5) Satış yerleri,
 - 6) İlk yardım odası,
 - 7) Yönetim odaları,
 - 8) Personel için soyunma yeri, duş ve tuvaletler,
 - e) Arazi bakım üniteleri ve depolar,
 - f) Golf arabaları ve diğer araçlar için otopark.
- Golf tesislerinde; konaklama, yeme-içme, spor ve eğlence tesislerine golf alanlarını daraltmamak ve golf oyuncusu kapasitesiyle uyumlu olmak koşullarıyla yer verilebilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Kongre ve Sergi Merkezleri

Kongre ve sergi merkezleri

Madde 34 - Kongre ve sergi merkezlerinde aşağıdaki nitelikler aranır.

- a) Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde aynı anda asgari bin kişiye hizmet verebilecek büyüklükte bölünebilir bir kongre salonu,
- b) Teknik imkanları sağlanmış kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde dört adet en az elli kişilik toplantı salonu,
- c) Salonların fuayeler ve servis alanlarıyla doğrudan bağlantısı,
- d) Salonlarda amacına uygun araç-gereç ve donanım,
- e) Kapalı ve açık sergileme veya fuar alanları,
- f) (a) ve (b) bentlerinde belirtilen mekanların kapasitelerinin üçte birine aynı anda hizmet verebilen yeme-içme tesisleri,
- g) Tüm mekanlarda havalandırma ve klima sistemi,
- h) Yönetim odaları,
- i) Teknik imkanlarla donatılmış basın merkezi,
- j) Yeterli sayı ve büyüklükte depolar,
- k) Kapasitesinin yüzde beşi oranında araba alabilecek otopark,
- l) Simültane tercüme odaları ve hizmetleri.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Rekreasyon Tesisleri

Eğlence merkezleri

Madde 35- Eğlence merkezleri, bünyesinde konaklama tesisi bulunmayan, eğlence ve rekreasyon ihtiyacını karşılamak amacıyla oluşturulan, müşterinin aktif katılımının sağlandığı tesislerdir. Eğlence merkezleri aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- a) En az yüzelli kişilik kapalı alanı olan yeme-içme tesisi,
- b) En az beşyüz kişi kapasiteli kabare, tiyatro, sinema gibi etkinliklerin yapılabileceği salon veya salonlar,
- c) En az yüz kişilik kapalı alanı olan bar,
- d) (a) ve (b) bentlerinde belirtilen mekanların kapasitelerinin yüzde yirmisi oranında garaj veya otopark,
- e) Doktor ve hemşire hizmetinin verildiği ilk yardım araç ve gereçleri bulunan revir,
- f) Satış üniteleri,
- g) Yüzme havuzu,
- h) En az ikiyüzelli metrekare bağımsız alanı olan kapalı sergi salonu,
- i) Spor ünitesi olarak;
 - 1) Açık ve kapalı manej sahaları olan binicilik tesisi,
 - 2) Paint ball oyununa imkan sağlayan düzenleme,
 - 3) Bowling salonu,
 - 4) Buz pateni pisti,
 - 5) Tenis kortu,
 - 6) Squash salonu,
- ünitelerinden en az iki adedinin yapılması,
- j) Kapasiteye yeterli oranda kadın ve erkek müşteri tuvaletleri,
- k) Kapasiteye yeterli jeneratör,
- l) Ayrıca;
 - 1) En az beşyüz kişilik açık hava tiyatrosu,
 - 2) Elektronik, bilgisayar, ses, ışık gibi teknolojilerin kullanılarak simülasyon, animasyon gibi sanal ortamların yaratılmasına veya gösterilerin yapılmasına imkan sağlayan teknik donanıma haiz en az üç ünite,
 - 3) Sirk,
 - 4) Kay-kay, bisiklet ve benzeri aktiviteler için gösteri alanı,
 - 5) Oyun, uyku, yemek ve dinlenme mahalleri ile çocuk tuvaletleri bulunan kreş,
 - 6) El sanatları atölyeleri ve bunların satışına ilişkin üniteler,
 - 7) Gokart pistleri,
 - 8) Geleneksel yaşantıyı yansıtan yeme-içme, eğlence ve dinlenceye yönelik üniteler,
 - 9) Sauna, Türk hamamı, masaj yerleri, aletli jimnastik salonu, soyunma ve dinlenme yerlerini içeren sağlık merkezi,
 - 10) Lunapark,
 - 11) Doğa müzesi,
 - 12) Su parkı,
 - 13) Su altı canlılarının bilgilendirme ve gösteri amaçlı sergilendiği dev akvaryum,
 - 14) Hava oyunlarına imkan sağlayan düzenlemeler,
 - 15) Müşteriler için katılım ve canlı izleme imkanının sağlandığı film stüdyoları,
- ünitelerinden en az dört adedinin yapılması,
- m) (a), (b), (c), (g) (h), (i) ve (l) bentlerinde yer alan ünitelerden en az üç adedinde bedensel özürllüler için gerekli düzenlemeler.

Temalı parklar

Madde 36 - Temalı parklar; geleceğin dünyası, bilim, bilimkurgu, tarih, kültür, bitki ve hayvan türlerinin doğal ortamlarında yaşatılması, safari parkında veya film stüdyolarında müşteriler için katılım ve canlı izleme imkanının sağlanması, gelenek ve birikimler ile dünya coğrafyası gibi belirli bir konunun görsel ve işitsel ileri teknolojinin de yardımıyla tanıtıldığı ve müşterinin izlemesine sunulduğu eğlenceye ve bilgilendirmeye yönelik tesislerdir. Park, ana temalara uygun dekore edilmiş, geleneksel veya uluslararası özellik taşıyan ürünlerin sergilendiği ve satıldığı bölümleri de içerir.

Ayrıca park içerisinde, temalara uygun inşa ve dekore edilmiş spor tesisleri ile yeme-içme tesislerine yer verilir.

Parktaki oyun ve gezi elemanlarında emniyet sistemlerinin imal edildikleri ülke ve Türkiye'de uygulanan standartlara uygun olduklarına dair belge bulunması gerekir.

En az ellibin metrekaare arsa üzerine kurulabilen temalı parklar aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- Tesis alanının yüzde beşi oranında, otomobil ve otobüsler için otopark alanı,
- Parktaki oyun, gezi ve gösteri elemanlarının standartlarına uygun periyodik bakımı yapacak büyüklükte ve kapasitede bakım, onarım ve servis üniteleri,
- Park içinde yangın alarmı ve söndürme, anons, kapalı devre televizyon sistemleri,
- Doktor ve hemşire hizmetinin verildiği ilk yardım araç ve gereçleri bulunan revir,
- Kapasiteye yeterli jeneratör,
- Bedensel özürllüler için düzenlemeler,
- Kadın ve erkek müşteriler için ayrı tuvaletler.

Günübirlik tesisleri

Madde 37 - Günübirlik tesisleri; yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor imkanlarından birkaçını günübirlik olarak sağlayan, konaklama yapılmayan tesislerdir. Bu tesisler aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- Giriş tesisleri ve satış ünitesi,
- İkinci sınıf lokanta veya kafeterya,
- Yüzme havuzu veya spor, eğlence, oyun imkanları sağlayan düzenlemeler,
- Doktor ve hemşire hizmetinin verildiği ilk yardım araç ve gereçleri bulunan revir,
- Tesisin çit, duvar, yeşillik gibi malzeme ile çevreden tecridi,
- Tesis alanının drene edilerek ağaçlandırılması, boş alanların çimlendirilmesi,
- Kadın ve erkek müşteriler için ayrı tuvaletler,
- İhtiyaca yeterli otopark.

Kış sporları ve kayak merkezleri mekanik tesisleri

Madde 38 - Kayakçıların kayak yapması amacıyla farklı noktalar arasında taşınmasına yönelik, teleferik, telesiyej, teleski, tele kabin gibi mekanik düzenlemelerden oluşan tesislerdir.

Bu tesislerde kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla; güneşlenme ve seyir noktaları, idare ünitesi, genel tuvaletler, koranak ve servis üniteleri ile teleski türü hariç olmak üzere alt, üst veya ara istasyonlarda büfe hizmeti düzenlenir. Kullanıcıların mekanik düzenlemelerden kaynaklanabilecek tehlikelere karşı güvenliklerini sağlayacak önlemler işletmece alınır, sağlık ve ilkyardım hizmeti bulunur.

ALTINCI BÖLÜM

Kırsal Turizm Tesisleri

Çiftlik evi-köy evi

Madde 39 - Tarım faaliyetlerinin, kırsal alanların doğal ve kültürel mirasının korunmasına önemli katkıları olduğu göz önünde bulundurularak, mevcut yapıların iyileştirmesi veya yeni yapıların mevcut dokunun iç düzenlemesi esas alınarak yapılmasını, bu sayede yatak kapasitesi oluşturulmasını ve turizmin gelişip genişleyebileceği ortamların çevresel açıdan güvence altına alınmasını hedefleyen; kırsal bölgelerde çiftlik organizasyonu amacıyla kurulmuş ve çiftlik üretimi ile birlikte turizm konaklama olanağı sağlayan, gelen müşterilerin de isterlerse çalışma programlarına katılabilecekleri, kırsal yaşantının sahnelenmesine olanak sağlayan en az beş odalı konaklama tesisleridir.

Klasik konaklama şekilleri yerine, gelen müşterilere bir çiftlik evi-köy evinde konaklama olanağı sunulması, yerel yiyecek ve içecek gibi denemeyi istediği yerel tüketim maddelerini kullanma olanağı sağlanması, bu olanakların aile işletmeciliği anlayışı çerçevesinde sunulması, tefriş ve dekorasyonunun özgün olduğu kadar malzemelerinin nitelikli olması da gerekir. Isıtma sisteminin merkezi olması zorunluluğu aranmayan bu tesisler, ilave olarak aşağıdaki nitelikleri taşırlar:

- Müşterilere yöreye özgü ve ev yapımı yiyecek ve içecek türlerinin sunulması,
- Doğal ortamlardan görsel olarak da yararlanmayı sağlayan balkon, veranda ve teras gibi düzenlemeler,
- Oturma salonunda şömine,
- Kitap okuma ve dinlenme imkanı veren mahal düzenlemesi,
- Tesis çevresindeki doğal ve kültürel değerler ile çevre korumasına yönelik genel bilgilendirme,
- Her beş oda için bir adet ortak müşteri duş, tuvalet ve lavabo mahalli,
- Personel için soyunma yeri, duş, tuvalet mahalli.

Yayla evi

Madde 40 - Yayla evleri, Bakanlıkça geliştirilmeleri uygun görülen yerlerde bulunan, mevcut yayla evlerinin

iyileştirilmesiyle turizme kazandırılan veya mevcut yayla evlerinin iç düzenlemesi esas alınarak yapılan veya Bakanlıkça belirlenecek örnek yayla evi yapı tiplerine göre inşa edilecek ünitelerde, müstakil veya toplu olarak hizmet verecek en az beş odalı konaklama tesisleridir. Bu tesislerde ortak yeme-içme ve dinlenme alanı, her beş oda için bir adet ortak müşteri duş, tuvalet ve lavabo mahalli, mutfak düzenlemesi, ile personel için soyunma yeri, duş, tuvalet mahalli yapılır.

Tefriş ve dekorasyonunun özgün olduğu kadar malzemelerinin nitelikli olması da gerekir. Ekosistem ve doğal hayatın korunması ve geliştirilmesine yönelik kullanımlara yer verilerek yöresel yiyecek, el sanatları gibi folklorik değerlerin tanıtımına özen gösterilir.

Dağ evi

Madde 41 - Dağ evi; kış sporları veya çim sporları yapmak ve doğa güzelliklerinden faydalanmak amacıyla çevresel açıdan sorumlu bir anlayışla işletilen asgari bir yıldızlı otel nitelikleri ile birlikte aşağıdaki nitelikleri taşıyan konaklama tesisleridir.

- Girişte saçak düzenlemesi gibi doğa koşullarının getirdiği fiziksel güçlüklerle karşı gerekli tedbirlerin alınması,
- Kış veya çim sporlarına yönelik gerekli malzeme ve teçhizatın kiralanabilmesi imkanı ve bunların muhafazasına için depo ile bu sporların öğretilmesine yönelik en az bir adet sertifikalı eğitici personel,
- Spor yaralanmalarına da yönelik ilk yardım araç ve gereçleri ile ilk yardım konusunda sertifikalı personel,
- İkinci sınıf lokanta veya kafeterya,
- Ranza sistemi olmaksızın odaların en fazla altı kişilik düzenlenebilmesi imkanı,
- Oturma salonunda şömine,
- Sauna veya hamam veya kapalı yüzme havuzu,
- Çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti,
- Yeterli çevre aydınlatması,
- Bakı terası gibi manzara seyri amaçlı düzenleme,
- Jeneratör.

YEDİNCİ BÖLÜM **Özel Tesisler**

Özel tesisler

Madde 42 - Özel tesisler, bu fıkranın (a) ve (b) bentlerinde yer alan tanımlardan birine giren ve Bakanlıkça desteklenmeleri uygun görülen;

- Bu Yönetmelikte belirlenmiş olan türleri veya nitelikleri sağlayamayan, ancak yapı, sokak, doğa, sanat, tarih gibi özelliklerden en az biri bulunan, deneyimli veya konusunda eğitimli personel ile nitelikli hizmet sunulan,
- Bu Yönetmelikte belirlenmiş olan türleri veya nitelikleri sağlayamayan, özgünlük, üstün hizmet, ulusal veya uluslararası şöhret gibi nitelikleri nedeniyle işletme özelliği arz eden, deneyimli ve konusunda eğitimli personel ile nitelikli hizmet sunulan,

tesislerdir.

Özel tesis turizm işletmesi belgesi taleplerinde, tesis özelliğine ilişkin ayrıntılı görsel ve yazılı doküman ile Bakanlığa başvurulur. Tescilli kültür varlığı niteliğindeki yapılarda gerçekleştirilenler dışındaki özel tesislere turizm yatırımı belgesi verilemez.

Butik oteller

Madde 43 - Yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefriş, dekorasyon ve kullanılan malzemesi yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede, deneyimli veya konusunda eğitimli personel ile kişiye özel hizmet verilen ve aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az on odalı otellerdir:

- Modern, reproduksiyon, antika gibi özelliği olan mobilya ve malzemeler ile tefriş ve dekorasyon,
- Beş yıldızlı otel odaları için belirlenen nitelikleri taşıyan konforlu odalar,
- Kapasiteye yeterli kabul holü, kahvaltı salonu, oturma salonu,
- Yönetim odası,
- Alakart lokanta,
- Genel mahallerde klima sistemi,
- Yirmidört saat oda servisi,
- Çamaşır yıkama ve kuru temizleme hizmeti,
- Otopark hizmeti,
- Odalara, müşteri tarafından seçilen en az bir adet günlük gazete servisi.

SEKİZİNCİ BÖLÜM

Bileşik Tesisler

Turizm kentleri

Madde 44 - Turizm kentleri; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgesi olarak ilan edilmiş yerlerde, plan kararlarıyla sınırları belirlenmiş, bu Yönetmelikte tanımlanan ve müstakilen belgelendirilebilen türlerin bir veya birkaçıyla birlikte kültür, eğitim, eğlence, ticaret, konut ve her türlü teknik ve sosyal alt yapı alanlarından bir veya daha fazlasını kapsayan, tek bir ana yatırımcıya tahsis edilen yerleşimlerdir.

Turizm kentleri ile ilgili olarak;

a) Ana yatırımcı; turizm kentinde yer alan turizm yatırımını, plan kararıyla belirlenen tüm sosyal ve teknik alt yapılarıyla birlikte ve tahsis koşullarına uygun olarak gerçekleştirecek veya gerçekleştirilmesini sağlayacak gerçek veya tüzel kişilerdir.

b) Turizm kenti ana turizm yatırımı belgesi; turizm kentinde, plan kararıyla ve tahsis koşullarıyla belirlenen tüm yatırımı içeren, ana yatırımcı adına düzenlenen belgedir.

Turizm kenti ana turizm yatırımı belgesi kapsamında belirtilen yatırımlardan, müstakilen belgelendirilebilecek türlerdeki tesisler için ana yatırım belgesinin altında ayrı ayrı turizm yatırımı belgesi düzenlenir.

Tesisin kurulacağı alanda ulaşım, su, elektrik, atık su, iletişim gibi alt yapı sistemleri ile plan kararlarında yer alan sosyal alt yapı alanları tamamlanmadan turizm kenti içerisinde hiç bir tesis için turizm işletmesi belgesi verilemez ve tesis işletmeye açılmaz.

Bu maddenin dördüncü fıkrasında belirtilen koşulun sağlanması kaydıyla, işletme belgesi alabilecek duruma getirilmiş yatırım belgeli her bir tesis için ayrı ayrı turizm işletmesi belgesi düzenlenir.

Turizm kenti ana turizm yatırımı belgesi kapsamında belirtilen yatırımların tamamlanıp işletme belgesine dönüşmesinden sonra ana turizm yatırımı belgesi ve tahsis koşullarında belirlenecek esaslar çerçevesinde Bakanlıkça sonlandırılır.

Turizm kompleksleri

Madde 45 - Turizm kompleksleri; bu fıkranın (a) ve (b) bentlerinde yer alan tanımlardan biri çerçevesinde gerçekleştirilen tesislerdir.

a) Kongre ve sergi merkezi ile buna ilave olarak bu Yönetmelikte tanımlanmış olan golf tesisleri, eğlence merkezleri, temalı parklar, termal tesisler, apart otel, en az yüz adet yatın barınabileceği yat limanı, sağlıklı yaşam tesislerinden en az üç adedini bünyesinde bulunduran tesislerdir. Kongre ve sergi merkezi ile seçenekli türlerden en az ikisinin tamamlanarak işletmeye hazır hale getirilmesi durumunda tesise kısmi turizm işletmesi belgesi verilebilir.

b) Bünyesinde konaklama tesisi olarak en az beşyüz yatak kapasiteli olmak kaydıyla beş yıldızlı otel veya beş yıldızlı tatil köyü ile yine bünyesinde kongre ve sergi merkezi veya eğlence merkezi bulunan tesislerdir. Tesiste en az ikiyüzelli adet yatın barınabileceği yat limanı yapılması durumunda ilave olarak apart otel yapılabilir. Komplekste bulunması zorunlu olan ünitelerden birinin tamamlanarak işletmeye hazır hale getirilmesi durumunda tesise kısmi turizm işletmesi belgesi verilebilir.

Turizm kompleksleri, bu fıkranın (a) ve (b) bentlerinde belirtilen şekilde belgelendirilir:

a) Turizm kompleksi ana turizm yatırımı belgesi; yukarıdaki tanımlardan biri çerçevesinde gerçekleştirilen turizm kompleksinin, yatırım aşamasındaki bütününe ilişkin düzenlenen belgedir.

b) Turizm kompleksi ana turizm işletmesi belgesi; turizm kompleksini oluşturan tesislerin yatırımının tamamlanarak işletme belgesi alabilecek duruma gelmesinden sonra tesisin bütününe ilişkin düzenlenen belgedir.

Turizm komplekslerinde, farklı aynı veya şahsi haklar ile izin veya tahsis veya farklı yatırım veya işletme ortaklıkları olması durumunda kompleksi oluşturan tesis türlerinin her biri için yatırımcı veya işletmeci adına ana belgenin altında ayrı ayrı belge düzenlenebilir.

Tatil merkezleri

Madde 46 - Tatil merkezleri, müşterilerin konaklama, yeme-içme, eğlence, dinlenme ve spor ihtiyaçlarını karşılayan, kuruluş yeri veya işletmesi özelliği gereği yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen, imar planlarında turizm için ayrılmış alanlarda, her otelin bütünü için ayrı mülkiyet, irtifak ve intifa haklarına imkan tanıyan en az binikiyüzelli odalı tesislerdir. Bu tesisler, tatil merkezi otelleri veya apart oteller ile bu otellere hizmet veren ortak kullanım alanlarından oluşur.

Tatil merkezi otelleri tümü üç yıldızlı oteller veya tümü dört yıldızlı oteller için belirlenmiş olan asgari nitelikler ile aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

a) Müşteri yatak odalarında; iklim şartlarına göre klima, minibar, kıymetli eşya kasası,

b) Banyolarda; saç kurutma makinesi, telefon, resepsiyon ile bağlantılı alarm düzeni.

Bu otellerde, müşteriye hizmet verecek ilave salon ve üniteler yapılamaz, asgari nitelikler arasında olan genel mahallerde kapasite artışına gidilemez.

Tatil merkezleri bünyesinde yer alan bu tesisler; müşteriye yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor imkanları veren mahalleri içeren ortak kullanım alanları ile tüm konaklama tesislerine hizmet veren yönetim tesisleri ile personel, tesisat, çamaşırhane gibi servis birimlerinden oluşur. Ortak olarak işletilen bu tesisler aşağıdaki nitelikleri taşırlar:

- a) Kongre, balo, toplantı gibi amaçlar için kullanılabilecek kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşen, sekreterlik ve simültane tercüme hizmetleri ile fuayesi olan, en az beşyüz kişilik çok amaçlı salon,
- b) Çok amaçlı salon ile bağlantılı kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az dört adet ellışer kişilik çalışma-toplantı salonları,
- c) Kapalı veya açık yüzme havuzu,
- d) Kafeterya,
- e) Birinci sınıf lokanta,
- f) Toplam, en az ikiyüzelli kişilik diskotek veya gece kulübü veya benzeri eğlence imkanı veren salon veya salonlar,
- g) Türk hamamı, alarm sistemi bulunan sauna, aletli jimnastik salonu, bowling, bilardo, squash, sinema, spor veya benzer imkanlar sağlayan ünitelerden en az altı adedi,
- h) Pastane,
- i) Turizm amaçlı satış üniteleri,
- j) Kuaför,
- k) Kreş,
- l) İçki servisi verilen ayrı bir salon,
- m) Genel mahallerde klima sistemi,
- n) Yirmidört saat doktor, hemşire ve ambulans hizmetinin verildiği, ilkyardım malzemeleri ile tam donanımlı, dinlenme odaları bulunan sağlık ünitesi,
- o) Müşterinin inip çıkacağı kat merdiveni sayısının birden fazla olması halinde tesisin kapasitesi ile orantılı müşteri asansörü,
- p) İdari üniteler,
- r) Tesis bünyesinde uygun yer ya da yakın çevresinde arsa temin edilebildiği takdirde helikopter pisti,
- s) Konaklama üniteleri ile ortak kullanım tesisleri arasında araçlar ile taşıma hizmeti,
- t) Garaj veya üzeri kapalı otopark,
- u) Tesis sınırları ile girişlerde güvenlik önlemleri ile danışma ünitesi,
- v) Personel yatakhane ve yapılması halinde, oda kapasitesinin en fazla yüzde beşi oranında personel lojmanı,
- y) Tesiste yapılan aktivitelere yönelik kurtarma ekip ve donanımı ile tüm mahallerde otomatik duman detektörü ve yağmurlama sistemi,
- z) Çamaşır yıkama, ütöleme ve terzi ünitesi ile kuru temizleme mahalli.

Tatil merkezi bütününe ana belge düzenlenir. Ancak ayrı mülkiyet, irtifak veya intifa hakları söz konusu olması durumunda, oteller ve ortak kullanım tesisinin her biri için yatırımcı veya işletmeci adına ayrı ayrı belge düzenlenebilir. Bu tesisler farklı isimlerle tanıtım yapılabilir.

Tatil merkezi ana turizm yatırımı belgesi kapsamındaki oteller için ayrı ayrı turizm yatırımı belgesi düzenlenebilir. Bu durumda; turizm işletmesi belgesi alabilecek duruma getirilmiş yatırım belgeli her bir tesis için ayrı ayrı turizm işletmesi belgesi düzenlenir, tatil merkezinin asgari nitelikleri tamamlanıp işletme belgelerine dönüşmesinden sonra ana turizm yatırımı belgesi ana turizm işletmesi belgesine çevrilir.

Ortak kullanım ve hizmet alanları ayrı parsellerde oluşturulabilir. Bu durumda bu Yönetmeliğin 52'nci maddesinin dördüncü fıkrasında yer alan fonksiyonel bağlantı zorunluluğu ile tatil merkezi bünyesinde sağlık ve termal turizm ünitesi bulunması halinde konaklama üniteleriyle doğrudan bağlantı aranmaz.

Tesisin kurulacağı alanda yol, su, elektrik, atık su arıtma tesisi, iletişim gibi alt yapı sistemleri tamamlanmadan tatil merkezi, ortak kullanım ve servis üniteleri tamamlanmadan konaklama tesisi işletmeye açılmaz. Ortak kullanım tesislerinde bulunan ve bu Yönetmelikte yer alan türler, belirlenmiş olan asgari nitelikleri bünyelerinde taşırlar.

Zincir tesisler

Madde 47 - Zincir tesisler; aynı yatırımcıya veya işletmeye ait veya aynı işletmenin markasını kullanan ve Bakanlıkça belgelendirilebilen turizm türlerinin veya pazarlama ve satış işletmelerinin bu fıkranın (a), (b) ve (c) bentlerinde yer alan tanımlardan biri çerçevesinde gerçekleştirildiği tesislerdir:

a) Bakanlıkça uygun görülecek belirli bir tur güzergahı üzerinde, inanç, tarih, kültür gibi alternatif turizm hareketlerine hizmet verecek ve esas olarak tur müşterilerinin konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarına yönelik, asgari üç ayrı noktada bu Yönetmelikte yer alan türlerin zincir olarak işletildiği tesislerdir.

b) Bu Yönetmelikte yer alan ve müstakil olarak belgelendirilen türlerden birinin veya pazarlama ve satış işletmelerinin aynı işletmecilik anlayışıyla asgari üç ayrı yerde zincir olarak işletildiği tesislerdir.

c) Birden fazla tahsisli arazi üzerinde yer alan ve zincir olarak işletilen tesislerdir. Bu tesisler bu Yönetmelikle müstakilen belgelendirilebilen türler arasında olmak zorundadır.

Pazarlama ve satış işletmelerinde Ülkemizin çeşitli yörelerinin el sanatları ürünleri ile endüstriyel nitelik taşıyan ürünleri sergilenir ve pazarlanır. Bu tesislerde pazarlaması yapılan ürünlerin niteliklerine uygun teşhir ve satış salonları ile haberleşme, döviz bozdurma, paketleme ve postalama hizmetleri bulunur. Satış elemanları yabancı dil ve ürün konusunda yeterli bilgiye sahip kişilerden oluşur.

Zincir tesisler, bu fıkranın (a) ve (b) bentlerinde belirtilen şekilde belgelendirilir:

a) Zincir tesis ana turizm yatırımı belgesi; Yukarıdaki tanımlardan biri çerçevesinde gerçekleştirilecek olan zincir tesisin yatırım aşamasındaki bütününe ilişkin düzenlenen belgedir.

b) Zincir tesis ana turizm işletmesi belgesi; Zinciri oluşturan tesislerin işletme belgesi alabilecek duruma gelmesinden sonra tesisin bütününe ilişkin düzenlenen belgedir.

Zincir tesislerde, farklı aynı veya şahsi haklar ile izin veya tahsis veya farklı yatırım veya işletme ortaklıkları olması durumunda zincir tesisin bütününe ana turizm yatırım veya işletme belgesi, zinciri oluşturan tesislerin her biri için ana belgenin altında ayrı ayrı belge düzenlenebilir. Zinciri oluşturan tesisler ana belgede yer alan isim ile tanıtım yaparlar.

Personel eğitimi tesisleri

Madde 48 - Personel eğitim tesisleri; turizm sektörünün eğitilmiş personel ihtiyacını karşılamak üzere, her seviyedeki personelin eğitiminin çeşitli eğitim programları çerçevesinde teorik ve uygulamalı olarak, birlikte veya ayrı ayrı yaptırıldığı en az yüzyirmi öğrenci kapasiteli eğitim ve uygulama tesisleridir.

Bu tesislerde uluslararası normlara uygun olarak bir tanesi ön büro, yiyecek ve içecek servisi, kat hizmetleri ve yiyecek üretimi dalları arasından seçilmek üzere turizm ile ilgili en az üç konuda teorik ve uygulamalı eğitim yapılır.

Personel eğitimi tesisleri bünyesinde en az iki yıldızlı otel ve ikinci sınıf lokanta, yönetici personel eğitimi için ise en az ikinci sınıf lokantalı üç yıldızlı otel niteliklerini taşıyan uygulama oteli bulunur.

Eğitim bölümünde; teorik eğitimin yapılacağı yeterli sayı ve büyüklükte dershaneler, buna bağlı mutfak, yemek salonu, yatak odası ve banyosu gibi örnek pratik yapma yerleri ile eğitim görenler için ortak oturma, dinlenme ve yemek yeme ile kadın ve erkekler için ayrı soyunma, duş, tuvalet mahalleri düzenlenir. Eğitim bölümü ve uygulama oteli ayrı binalarda gerçekleştirilir. Ancak, girişleri ve kullanımı ayrı olmak kaydıyla, aynı binalardaki tesislere de belge verilebilir. Eğitim görenlerin konaklamaları uygulama oteli dışında bulunur.

Bu tesislerdeki eğitim, ilgili idarenin hazırladığı programlar çerçevesinde yürütülür. İşletme belgesi talebi aşamasında, tesisin ilgili kısımlarının bu idarece belirlendiği şekilde gerçekleştirildiğine ilişkin belge ile Bakanlığa başvurulur.

DOKUZUNCU BÖLÜM

Diğer Tesisler

Mola noktaları

Madde 49 - Mola noktaları, karayollarında seyahat edenlerin dinlenme, yeme-içme ve benzeri ihtiyaçlarını yirmidört saat süreyle karşılayan, karayolları güzergahı ve yakın çevresinde bulunan, konaklamaya dönük olmayan ve aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşıyan tesislerdir:

- a) Tesisin çit, duvar, yeşillik gibi malzeme ile çevreden tecridi,
- b) Girişte idare ünitesi,
- c) Yönetmeliğin ilgili hükümleri uyarınca düzenlenmiş yeme-içme tesisi,
- d) Çocuk bakım odası,
- e) Satış ünitesi,
- f) Telefon imkanı,
- g) Kadın ve erkek müşteriler için ayrı tuvaletler,
- h) İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap,
- ı) İhtiyaca yeterli otopark,
- j) Bedensel engelliler için düzenlemeler.

Bu tesislerde alkollü içki satılmaz.

Yüzer tesisler

Madde 50 - Yüzer tesisler; Türk karasularında veya limanlarında turizm amaçlı olarak konaklama, yeme-içme veya eğlence hizmeti verebilecek nitelikteki kendiliğinden hareket etme kabiliyetine sahip veya bir römorkör vasıtasıyla çekilen, toplam kapasiteleri belirlenmiş ve kullanım amacı belirtilmiş denize elverişlilik belgesi olan, bu belgeleri ilgili mevzuat çerçevesinde yenilendikçe Bakanlığa gönderilen deniz araçlarıdır. Bu tesislere turizm yatırımı belgesi verilmez.

Yüzer tesisler ikiye ayrılır:

- a) Kendiliğinden yüzer tesisler: Kendiliğinden hareket kabiliyetine sahip olan yüzer tesisler aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- 1) Deniz aracının demirleme ve bağlama yerleri ile mola duraklarını ve dolaşacağı güzergahı belirten ilgili Liman Başkanlığınca onaylanmış harita,
- 2) Kapasitenin hesaplanmasında denize elverişlilik belgesinde belirtilmiş olan, yazlık-kışık toplam kapasite esas alınmak üzere en az yüz kişilik kapasite,
- 3) Deniz aracında içme ve kullanma suyu ile enerji kullanımına, atık suların sağlıklı tahliyesine ve kullanılan teçhizata ait bilgiler.

- b) Gemi niteliğinde olmayan yüzer tesisler: Kendiliğinden hareket etme kabiliyetine sahip olmayıp römorkör ile çekilen turizm amaçlı yüzer tesisler aşağıda belirtilen asgari nitelikleri taşırlar:

- 1) Deniz aracı hakkında emniyet, denizde can ve mal güvenliği mevzuatı ile deniz mevzuatı yönünden yetkili kuruluşların uygun görüş yazısı,
- 2) Yüzer otel olarak işletilmeleri halinde; en az yüzyirmi yatak, yüzer lokanta olarak işletilmeleri halinde ise; kapasitenin hesaplanmasında denize elverişlilik belgesinde belirtilmiş olan, yazlık-kışık toplam kapasite esas alınmak üzere en az yüz kişi kapasite,
- 3) Liman sahaları dahil olmak üzere, mahalli liman başkanının görüşü de alınarak, faaliyette bulunacakları yer belirlendikten sonra Valilikçe verilen işletme izni.

Tatil siteleri ve villaları

Madde 51 - Tatil siteleri ve villaları, bu fıkranın (a), (b) ve (c) bentlerinde yer alan tanımlardan biri çerçevesinde gerçekleştirilen, her birinde nitelikli elemanlar ile tefriş edilmiş en az bir yatak odası, oturma bölümü ve banyo, mutfak ile balkon veya teras gibi özel açık alan kullanımları bulunan konaklama birimlerinden oluşan işletme bütünlüğü arz eden ve belge sahibinin tüzel kişilik olduğu tesislerdir.

- a) B tipi tatil siteleri; Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde veya Turizm Merkezlerinde yer alan veya bu bölgeler dışında olup desteklenmeleri Bakanlıkça uygun görülen, en az on birim ile ortak kullanım alanlarından oluşan ve aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan tesislerdir.

1) Ortak kullanım alanları; resepsiyon, lobi, yönetim odası, satış ünitesi, tenis, basketbol, voleybol gibi sporlara yönelik açık spor alanı, ilk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap ve otopark ile büfe, cafe, lokanta, snack bar, kafeterya gibi yemek ihtiyaçlarına yönelik düzenleme,

2) Hizmetler; tesis bütününe hizmet veren güvenlik önlemleri ve nitelikli çevre düzenlemesi.

3) Konaklama biriminin; yatak odalarında, yatak, komodin, gece lambası, elbise dolabı ile yataklarda çarşaf ve kılıflı yastıklar, iklim şartlarına göre pike ve battaniye bulunur. Yaşam odasında; kapasiteye uygun koltuk, yemek masası, televizyon, sandalyeler ve sehpa yer alır. Mutfakta; ocak, buzdolabı, yeterli servis malzemesi, dolaplar ve kapalı metal çöp kutusu bulunur. Ayrıca, konaklama biriminde, açık alan oturma grubu, otomatik çamaşır makinesi, bulundurulur.

b) A tipi tatil siteleri; Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde veya turizm merkezleri içinde yer almayan tatil sitelerinin imar planlarında ikinci konutlar için ayrılan alanlarda yapılmış olması şartı aranır. Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde veya turizm merkezleri içinde yer almayan tatil sitelerine turizm yatırımı belgesi verilemez. Malikleri tarafından yıl boyu sürekli olarak ikamet edilmeyen yazlık konutların üçüncü kişilere tatil amaçlı kullandırıldığı, eğimli arazilerde kottan kazanılan katlar da dahil olmak üzere en fazla üç katlı yapılardan ve en az on ünitelerden oluşan, konaklama tesisleridir. Bu tesisler bu fıkranın (a) bendinde yer alan şartlara ilave olarak aşağıda belirtilen nitelikleri taşırlar.

1) Hizmetler; çamaşır yıkama ve kuru temizleme,

2) Ortak kullanım alanları; yüzme havuzu.

c) Butik tatil villaları; villa tipinde inşa edilmiş en az yirmi konaklama birimi ile ortak kullanım alanlarından oluşan, yapısal özellikleri, çevre düzenlemesi ve mimari tasarımı yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve kalitede hizmet verilen, ayrıca bu fıkranın (a) bendinin (1) ve (2) numaralı alt bentlerinde belirtilen niteliklerle birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan tesislerdir. Bu bentte tanımlanan butik tatil villalarının, dört ve beş yıldızlı oteller, tatil köyleri, turizm kompleksleri, turizm kentleri, termal tesisler, sağlıklı yaşam tesisleri, golf tesisleri, butik oteller ile birlikte belgelendirilmesi durumunda; bu tesislere ait ortak kullanım alanları villaların da kullanımına uygun ve fonksiyonel biçimde tesis bünyesinde düzenlenmişse (2) numaralı alt bentte belirtilen ortak kullanım alanları butik tatil villaları için ayrıca aranmaz.

1) Her bir konaklama birimi asgari bir dönüm arazi üzerinde kurulur, bu birimlerde bu fıkranın (a) bendinin (3) numaralı alt bendinde bulunanların yanı sıra, yüzme havuzu ile garaj bulunur.

2) Ortak kullanım alanlarında; konaklama birimlerinde özel yüzme havuzu bulunmaması durumunda açık veya kapalı yüzme havuzu, yemek ihtiyaçlarına yönelik olarak lokanta veya kafeterya, koşu parkuru, bisiklet yolu, kreş, açık ve kapalı oyun alanları bulunan çocuk kulübü, televizyon-DVD salonu ve çok amaçlı salonu bulunan kulüp binası bulunur. Ayrıca, yapay tırmanma duvarı, mini golf, tenis kortu, fitness salonu, squash, sauna, masaj odası, buhar odası gibi kullanıcılara çeşitlilik sunan düzenlemelerden en az dört adedi ile güzellik merkezi, iletişim merkezi, sinema, gazete-dergi satış yeri, lostra, posta, kurye gibi kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik düzenlemelerden en az dört adedi bulunur.

3) Hizmetler; yirmidört saat doktor ve hemşire hizmeti, havaalanı, marina, gar, terminal gibi alanlar ile tesis arasında refakat hizmeti, oto kiralama ve yıkama hizmeti, ile konaklama biriminde; çocuk, bebek, yaşlı bakım ve gündelik temizleme hizmeti verilir.

Bu Yönetmelikte yer alan diğer tesis türleri ile birlikte belgelendirilen A ve B tipi tatil sitelerinin ortak kullanım alanları, tatil sitesinin birimlerinin de kullanımına uygun ve fonksiyonel biçimde tesis bünyesinde düzenlenmişse bu maddede belirtilen ortak kullanım alanları bu tesisler için ayrıca aranmaz.

BEŞİNCİ KISIM

Çeşitli Hükümler

Özel hükümler

Madde 52 - Turizm belgesi; bu Yönetmelik'te yer alan ve kendi tür ve sınıfı için gerekli asgari nitelikleri sağlayan birden fazla türün bir araya gelerek oluşturacakları tesislere de verilebilir.

Turizm kompleksleri, turizm kentleri ve tatil merkezlerindeki apart otel üniteleri, tatil siteleri, ve butik tatil villaları ile apart oteller dışındaki turizm belgeli tesislerde devre tatil hakkı hariç devre mülk gibi şerhe konu şahsi haklar tapuya tescil ettirilemez, bu tür tesislere turizm belgesi verilemez, bu sisteme kısmen veya tamamen geçtiği tespit edilen tesislerin belgeleri iptal edilir.

Bu maddenin ikinci fıkrasında belirtilen devre mülk gibi şerhe konu şahsi haklar tapuya tescil ettirilebilen tesislerde, bu haklara ilişkin üçüncü kişilerle yapılacak sözleşmelerde; kullanılan genel yazı karakterinden en az üç punto daha büyük karakter ile yazılmak üzere; “ Turizm belgesinin Kanun uyarınca iptal edilmesi durumunda işletme ve kalitenin devamlılığı Bakanlığın sorumluluğunda değildir.” ibaresine yer verilir. Tahsisli yatırım ve işletmelerde bu ibarenin tapuya şerh edileceği, tahsis şartnamesinde belirtilir.

Tesise ait ünitelerin; aralarında yol, akarsu veya benzeri ayrımlar bulunan farklı parsellerde gerçekleştirilmesi durumunda, hizmet ve işletme birliği ile fonksiyonel bağlantı sağlanması kaydıyla tüm üniteler tek belge kapsamında değerlendirilir.

Müstakil olarak belgelendirilemeyen türlere, bünyesinde yer aldıkları ve müstakilen belgelendirilebilen türlerin asli fonksiyonlarının önüne geçecek şekilde faaliyet göstermelerine izin verilmez.

İlgili mevzuatta belirtilen hususların sağlanması ve Bakanlıkça uygun görülmesi halinde; Turizm Belgesi, Kültür Belgesine veya Kültür Belgesi, Turizm Belgesine çevrilebilir.

Turizm yatırımı belgesinin süresi ve yatırımın izlenmesi

Madde 53 - (Değişik:24/05/2008-26885) İşletmeye açılma süresi yatırım belgesi verilmesinden itibaren dört yıla kadar olmak üzere yatırımın özellikleri ve yatırıma başlama koşulları dikkate alınarak Bakanlıkça belirlenir. (Değişik:24/05/2008-26885) Ancak işletmeye açılma süresi, belge sahibinin talebi halinde ve Bakanlıkça uygun görülmesi durumunda, toplamı başlangıçta verilen yatırım süresini geçmemek kaydıyla, en fazla iki defa uzatılabilir. Kısmi turizm işletmesi belgesinde yatırım kapsamında kalan üniteler, yatırımın niteliğine göre Bakanlıkça belirlenecek süreler içerisinde tamamlanmak zorundadır, ancak bu süre belge sahibinin talebi halinde ve Bakanlıkça uygun görülmesi durumunda uzatılabilir. **(Değişik:24/05/2008-26885)** Kısmi turizm işletmesi belgesinde yatırım kapsamında kalan ünitelerin yatırım süresi için, yatırım belgesi için açıklanan sürelerle ilişkin koşullar geçerlidir.

Mücbir sebepler ile kamudan kaynaklanan ve Bakanlıkça kabul edilebilir hukuki ve idari uyumsuzlıklardan doğmuş sebeplerin devam ettiği sürece yatırım süreleri işletilmez.

Turizm belgesinin iptali

Madde 54 - 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun belge iptaline ilişkin maddesinde açıklanan nedenlerden en az birinin gerçekleştiğinin tespit edilmesi durumunda tesislerin belgesi iptal edilir.

(Ek:24/05/2008-26885) Yatırım belgeli olan, yatırım süresi sona ermiş ancak bu süre içerisinde yatırım belgesi süre uzatımı veya turizm işletme belgesine geçme talebiyle başvuruda bulunulmamış yatırımlara ilişkin belgeler, dosya incelemesi sonucunda, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanununun ilgili hükümleri uyarınca iptal edilir.

ALTINCI KISIM Son Hükümler

Tebliğler ile düzenlenecek hususlar

Madde 55 - Bakanlıkça hazırlanacak tebliğlerde aşağıda belirtilen hususlar düzenlenir:

- Başvuruların değerlendirilmesine ilişkin esaslar,
- Turizm belgesi başvurularında istenilen yatırıma ilişkin rapor ile diğer bilgi ve belgelere ilişkin konular,
- Turizm belgesi, plaket ve alt plaketin hazırlanması ve bu belgelerde yer alacak hususlar,
- Sınıflandırma çalışmalarına ilişkin usul ve esaslar ile sınıflandırma formları,
- Bu Yönetmeliğin 5 inci maddesinin (e) bendi ve 15 inci maddesinde belirtilen konular ile klima sisteminin iklim şartlarına göre istenilmesi hususlarının uygulanmasına esas oluşturmak için yörelerin belirlenmesi,
- Sınıflandırma çalışmalarında ve bu Yönetmeliğin geçici 1 inci maddesine göre yapılması istenilecek ilave mahal gerektirmeyen hizmet artırıcı unsurlara ilişkin düzenlemeler,
- Turizm kentleri, turizm kompleksleri ve zincir tesislerin belgelendirilmesine ilişkin hususlar,
- Ayrık yerleşim düzenlerinde servis merdiveni veya asansörü bulundurulmasına ilişkin esaslar,
- Turizm belgeli tesislere ilişkin belge devri taleplerinde uyulacak usul ve esaslar,
- Bedensel özürlü düzenlemelerine ilişkin esaslar,
- Bu Yönetmeliğin geçici 4üncü maddesinde belirtilen belgenin düzenlenmesine ilişkin usul ve esaslar,
- Bu Yönetmeliğin uygulanmasında ihtiyaç duyulacak diğer konular.

Yürürlükten kaldırılan hükümler

Madde 56 - 21/5/2000 tarihli ve 2000/760 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe konulan Turizm Tesisleri Yönetmeliği yürürlükten kaldırılmıştır.

Geçici Madde 1 - Bu Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği tarihten önce belge almış olan turizm yatırımı ve işletmelerinin belge almaya esas fiziksel niteliklerinin, ilave mahal gerektirmeyen hizmet artırıcı unsurlar ile personele ilişkin nitelikler dışında değiştirilmesi zorunlu değildir. Personel niteliklerine ilişkin yeni düzenlemelerin bu Yönetmeliğin yürürlüğe girmesinden itibaren bir yıl içinde, diğer hususların ise ilgili tebliğin yürürlüğe girmesinden itibaren tebliğ ile belirlenecek olan süreler içerisinde tamamlanması zorunludur.

Geçici Madde 2 - Bu Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği tarihten önce yapılan başvurular; başvuru tarihinde yürürlükte olan Yönetmelik hükümlerine göre sonuçlandırılır. Bu Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği tarihten önce Bakanlıkça belgelendirilmiş, ancak halihazırda müstakilen belgelendirilemeyen tesislere ilişkin turizm belgeleri, belgelendirildiği tarihte yürürlükte olan mevzuatta yer alan asgari niteliklerini sağladığı sürece geçerlidir. Bu tesislere ilişkin işletme belgeleri; kısmi turizm işletme belgesine veya turizm yatırımı belgesine dönüştürülemez.

Geçici Madde 3 - Bu Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği tarihten önce yatırım belgesi almış ancak yatırım süresi dolmuş olan belgeli tesislere; işletme belgesi için gerekli evrakın gönderilmesi veya yatırım belgesi süresinin uzatılması için gerekçeleri de içeren bir yazı ile Bakanlığa başvurulması bu Yönetmeliğin yayımından itibaren altı ay içerisinde bildirilir. Bildirimin ilgiliye tebliğ tarihinden itibaren üç ay içerisinde süre uzatımı talep edilmesi halinde bu tesislerin durumları Bakanlıkça değerlendirilir, talepleri uygun görülenlerin yatırım süreleri uzatılır. Talepte bulunulmayan veya talepleri uygun görülmeyen tesislerin belgeleri ise yatırım döneminde tesisin belgelendirmeye esas vasıflarını yitirmiş olması şeklinde değerlendirilerek Kanun uyarınca iptal edilir.

Geçici Madde 4 - 3/7/2003 tarihli ve 4916 sayılı, Çeşitli Kanunlarda ve Maliye Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunun geçici 2 nci maddesi kapsamına giren tesislere; Geçiş Dönemi Turizm Yatırımı veya Geçiş Dönemi Turizm İşletmesi Belgesi düzenlenir.

Geçici Madde 5 - Bu Yönetmeliğin 51 inci maddesinin birinci fıkrasının (a) ve (b) bendinde tanımlanan tatil sitelerinden kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde veya turizm merkezleri içinde yer almayanlarına yatırım belgesi verilebilmesi için bu Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği tarihten önce inşaat ruhsatı alınmış olması şartı aranır.

Geçici Madde 6 - 7/12/2004 tarihli 5272 sayılı Belediyeler Kanunu ve 22/2/2005 tarihli ve 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu'nun yayımından önce verilmiş olan turizm belgeleri işyeri açma ve çalıştırma ruhsatı yerine geçer. Ancak bu kanunların yayımından sonra verilen turizm belgeleri işyeri açma ve çalışma ruhsatı olarak kullanılamaz ve bu Yönetmeliğin yayımı tarihinden sonra yapılacak her türlü belge devri işlemlerinde bu Yönetmelik hükümleri uygulanır.

Yürürlük

Madde 58 - Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme

Madde 59 - Bu Yönetmelik hükümlerini Kültür ve Turizm Bakanı yürütür.

ÖZGEÇMİŞ

Doğum tarihi 06.05.1985

Doğum yeri Bakırköy

Lise 1996-2003 Vefa Lisesi

Lisans 2003-2007 Yıldız Üniversitesi Makine Fakültesi
Endüstri Mühendisliği Bölümü

Yüksek Lisans 2007- Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
Endüstri Müh. Anabilim Dalı, Endüstri Müh. Programı

Çalıştığı kurumlar

2003-2009 Saray Ekmek ve Unlu Mam. San. Tic. Ltd. Şti.

2009-Devam ediyor YTÜ Endüstri Mühendisliği Bölümü Araş. Görevlisi