



ARAŞTIRMA SERİSİ No.31

Turizm Yatırımları



1. BÖLÜM

Turizm

1.1. Turizmin Tanımı

Günümüzde, milyonlarca insan günlük hayatlarını devam ettirdikleri yerlerden geçici süreler için başka yerlere hareket etmektedirler. Bu yer değişimi esnasında, ulaşım olanaklarından yararlanılmakta ve varılan yerdeki konaklama birimleri kullanılmaktadır. Bu olay, XX. Yüzyıla özgü modern bir olay olarak görülmesine karşın, yer değiştirme insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanlar yüzyıllar boyunca çeşitli neden ve amaçlarla buldukları yerin dışındaki başka bir coğrafi mekana hareket etmişlerdir.

Dinamik bir yapıya sahip olan bu hareket, çeşitli dillerde değişik kavramlarla ifade edilmektedir. Son olarak, bu dinamik olayların gelişimi ve bir çok terimin doğurduğu karışıklık sonucu, tüm dikkatler tek bir sözcük üzerine toplanmıştır; bu sözcük turizmdir. Turizm kavramı üzerinde özel, teknik bir çok tanım yapılmakla birlikte günümüze değin kapsamlı bir tanım yapılmamıştır. Sorun turizmin öznesinin insan olmasından ve sosyal, psikolojik, ekonomik, politik gibi değişik unsurların bir araya gelmesinden kaynaklanmaktadır.

Turizm olayını veya kavramını belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar XIX. Yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Olaya değişik yönlerden değinen yazarlar, değişik turizm tanımları yapmışlardır. Guyerfeuler 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.



M. Meyer ise turizmi, “her insanın değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma isteklerinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme faaliyeti” olarak tanımlamaktadır.

Uluslar arası turizm sözlüğünde ise turizm; “zevk için yapılan geziler ve seyahatleri yapmak için gerçekleştirilen insan faaliyetlerinin tümü” şeklinde açıklamaktadır. Tüm bu tanımlardan sonra. “turizm” terimi 1980’li yıllarda AIAEST (Uluslar arası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) tarafından yeniden düzenlenmiştir. Bu düzenlemede turizm;

“insanların devamlı ikamet ettikleri, 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 bütünüdür.” Şeklinde tanımlanmıştır.

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.

Turizm kavramı üzerindeki tartışmalar özellikle akademik çevrelerde uzun süredir yapıla gelmektedir. 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.

1.2. Turizmin Çeşitleri

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. Ancak biz burada turizmi katılım amaçlarına göre sınıflandırdık.

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.



1995 yılında Turizm Bakanlığı'nın konu ile ilgili yaptığı bir araştırma sonucunda Türkiye'de gelişmesi düşünülen ve potansiyeli olan turizm çeşitleri ile ilgili açıklamalara aşağıda ayrıntılı olarak yer verilmektedir.

1.2.1. Deniz Turizmi

Türkiye'de talebin en fazla olduğu turizm türüdür. Burada kişilerin “deniz-kum –güneş” üçlüsü olarak değerlendirilen deniz ya da kıyı turizminden yararlanması söz konusudur. Türkiye, deniz turizmi için gerekli olan; uzun kıyıları, temiz deniz, uydun kumsallar, doğal ve tarihi güzellikler yanında, uygun iklim koşullarına da sahip olması nedeniyle bu turizm türünde oldukça gelişme göstermiştir.

Pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin önemli bir bölümü (yaklaşık %60) deniz turizmine yönelik amaçlarla seyahat etmektedir. Ancak, Türkiye'de deniz turizmi sadece kıyı ve plajlardan yararlanılarak gerçekleştirilmekte, “deniz kürü” uygulamalarına yeterli düzeyde yer verilmemektedir. Bunun sonucu olarak da, deniz turizminden yararlanma 4-5 ay gibi kısa bir süre ile sınırlandırılmakta ve yaz mevsiminde kıyılarda aşırı yoğunlaşma ile ortaya çıkan ciddi sorunlar yaşanmaktadır.

Türkiye'de deniz turizmi potansiyelinden yılın her mevsimi yararlanmak için 'Thalassotherapie' adı verilen deniz kürlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Thalassotherapie; deniz suyu, deniz havası ve deniz ikliminin insan sağlığına sunduğu olanakların tıp bilimine uygun olarak değerlendirilen deniz kürüne verilen isimdir. Deniz kürü uygulamaları için, öncelikle 4 ve 5 yıldızlı oteller bünyesinde inşa edilen kapalı ve açık yüzme havuzlarında ısıtılmış deniz suyu kullanılır. Bu tür yerler, doktor denetimiyle, masaj, beden eğitimi, spor gibi değişik merkezlerde kaplıca turizminde olduğu gibi hizmet verecek şekilde düzenlenir.

Deniz turizmi aynı zamanda kurvaziyer turizmi konusunu da kapsamaktadır. Günümüz modern turizm anlayışı içinde, kurvaziyer turizminin önemli bir yeri vardır. Havayollarında yaşanan rötarlar, yüksek fiyatlar ve yolculuk güzergahını görülememesi gibi dezavantajlar nedeniyle kurvaziyer seyahatleri özellikle yaşlı ve sosyo-ekonomik durumu yüksek Avrupalı turistler tarafından tercih edilen bir deniz turizmi olmaktadır. Türkiye'nin Akdeniz, Ege ve Karadeniz kıyıları kurvaziyer turizmi için son derece elverişli (doğal, tarihi ve kültürel değerler) koşullara sahiptir ve bu turizm türüne de diğer kıyı turizmi türleri kadar önem verilmesi gerekmektedir.

Deniz turizmi içinde düşünülen yat turizmi konusuna ilerleyen bölümlerde detaylı olarak yer verildiğinden burada yer verilmeyecektir.



1.2.2. Kongre Turizmi

Dünyada son yıllarda gelişmekte olan önemli turizm çeşitleri arasında kongre turizmi de bulunmaktadır. Her kongre bir turistik hareket nedenidir. Her yıl giderek artan kongre organizasyonları, bu turizm türünün geleceğinin oldukça parlak olduğunu göstermektedir. 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.

Gerçekleşen konferans ve kongrelere katılımın ödül amaçlı olarak gerçekleşmesi durumunda ortaya çıkan "insintive" (ödül turizmi) turizm çeşidi de bu turizm türü içinde yer almaktadır. İnsintive turizm, WTO rakamlarına göre yıllık en az %5'lik bir gelişme hız gösterirken, Türkiye'de hızla gelişen bir turizm türü olarak dikkatleri çekmektedir.

1.2.3 Termal Turizmi

İnsanların tarihin ilk çağlarından beri sağlık amacıyla özellikle termal suların buldukları yerlere gittikleri bilinmektedir. Benzer şekilde, dünyada tıp alanında gelişmiş ülkelerde sağlık turizmine yönelik önemli oranlarda talep olduğu görülmektedir.

Termal turizmi, sağlık turizmi içerisinde değerlendirilen, içeriklerinde erimiş mineral bulunan maden sularının dinlenme, zindeleşme, tedavi ve benzeri amaçlarına dönük olarak kullanımından doğan bir dizi ilişkiden kaynaklanmaktadır.

Günümüzde, eski çağlarda olduğu gibi, benzer amaçlarla insanlar termalkaynak 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.

1.2.4. Yat Turizmi

1970'li yılların sonuna doğru Datça, Gökova ve Hisarönü körfezlerinin Yunanlı yat işletmeleri tarafından pazarlanmasıyla başlayan yat turizmi daha sonra, 1983 yılında yürürlüğe giren Turizm Teşvik Yasası'nın 815 sayılı Kabotaj Yasası'ndaki değişikliğe yol açmasıyla hızla gelişmeye başlamıştır. Bu yasa değişikliği



ile aynı zamanda, yabancı yatların gezi ve spor amacıyla Türk limanları ve karasularında seyretmelerine ve Yunanistan'da faaliyet gösteren yabancı bayraklı yat işletmelerinin, yatları ile birlikte Türkiye'ye yerleşmelerine izin verilmiştir. Bu uygulamanın doğal bir sonucu olarak Türkiye'de faaliyet gösteren yerli yat işletmecileri ve bunlara ait yatlar nitelik ve nicelik yönünden uluslar arası standartlara yükselmişlerdir.

Marinaların özellikle Antalya-Kuşadası rotasında yoğunlaşması ise, bu kıyılardaki doğal koyların yoğunluğu ile açıklanabilir. 1983 yılında 92 olan yat yatağı günümüzde belgeli 8650'ye (belgesiz 40000), işletme sayısı 114'e ve yat sayısı 1022'ye yükselmiştir. Yat inşaat sanayiindeki gelişmeler, günümüz teknolojisi ve artan refah seviyesi, yat sayısının yılda %15 oranında artmasına neden olmaktadır. Ancak bu kapasite, Avrupa'daki yat turizmi konusunda gelişmiş ülkelerle (Fransa, Yunanistan, İspanya ve İtalya'da toplam 750 bin yat bulunmaktadır) karşılaştırıldığında, Türkiye'de yatçılığın emekleme aşamasında olduğu görülür.

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. Buna göre; Bodrum-Kaş arası birinci öncelikli bölge olarak ortaya çıkarken, bunu Çeşme-Bodrum bölgeleri izlemektedir.

1.2.5. Mağara Turizmi

Doğal süreçler sonucunda oluşmuş yer altı oyuğuna "mağara" adı verilmektedir. Genel olarak yer altı boşluğu ya da birbirlerine bağıntılı boşluklar sistemini içeren mağaralar işlevlerine ve yapılarına göre "obruk" olarak da tanımlanmaktadırlar. 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.

Eski Yugoslavya'da bulunan ve içi vagonlarla gezilebilen Postoyna Mağarası en ünlü turistik mağaralardan birisidir. Yine, A.B.D.'de bulunan Flint Mammoth Mağarası, Fransa'da bulunan Aven Ornac, Lavance mağaraları, Belçika'da bulunan Droghorti, İspanya'da bulunan Dragon deniz mağarası dünyada bilinen ve en çok gezilen mağaralar arasında yer almaktadır.

Türkiye'de turizm amaçlı kullanılan mağaralar ise; İnsuyu Mağarası(Burdur-Antalya), Damлатаş Mağarası (Antalya), Cennet-Cehennem (Dilek) Mağarası (Silifke Narlıkuyu), Eshabı-Keyf (Yedi Uyurlar) Mağarası (Tarsus), Karain Mağarası (Antalya), İndere Mağarası (Tokat) ve Buzluk Mağarası(Elazığ)'dır.



1.2.6 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.

Türkiye’de son yıllarda üniversitelerin dağcılık kulüpleri ile başlayan dağcılık, seyahat acenteleri tarafından paket turların gerçekleştirildiği bir turizm türü olarak giderek gelişmektedir. Türkiye, dağ ve kış turizmi bakımından zengin kaynaklara sahiptir. Bu kaynakların iç ve dış turizme yönelik olarak değerlendirilmesi amacıyla Bakanlar Kurulu, Turizm Teşvik Yasası’na dayanarak 11 adet kış ve dağ sporları merkezini turizm merkezi ilan etmiştir. Turizm merkezi olarak ilan edilen kış ve dağ sporları merkezlerinin planlı gelişmesi hedeflenmekte ve planlarda koruma-kullanma dengesi gözetilmektedir. Yapılan genel uygulama, merkezlerin öncelikli olarak çevre düzeni planlarının, sonrasında ise uygulama imar planlarının yapılması ve uygulanmasıdır.

Bugün Türkiye’de 100 bin dolayında insan kış ve dağ turizmi ile ilgilenmektedir. Gelecek 5-10 yıl içinde Türkiye’de İstanbul, Bursa-Erzurum, Antalya, Kayseri bölgelerinde dış pazarlara yönelik bir dağ ve kış turizmi hareketliliği beklenmektedir. Turizm Bakanlığı tarafından ilan edilen 11 kış ve dağ turizm merkezinde alt yapı uygulamaları ve çevre bağlantıları kapsamında çalışmalar sürdürülmektedir.

1.2.7. Av Turizmi

Bu turizm çeşidinde avlanmak üzere seyahat eden insanlara dönük hizmetler sunulmaktadır. bazen avlanacak olan hayvanlar önceden üretme çiftliklerinde beslenmekte ve avlanmaları için doğaya bırakılmakta ve ardından da, bu hayvanlara yönelik av turizmi yapılmaktadır. Av turizmi, bilinçli ve belli bir eğitime dayanarak, doğaya zarar vermeden yapılan sadece olgunluğa erişmiş hayvanların avlanması olayıdır. Av turizmi, Türkiye’de yetmişli yıllarda başlamış ancak, o zaman şartların ve merkezi av komisyonunun esnekliği ile çok değişik şekillerde izinli ya da izinsiz olarak domuz ve kuş avcılığı yapılmıştır.

Bilinçli ve gerçek anlamda av turizmi, 1981 yılında Antalya’nın Düzlerçamı bölgesinde dağ keçisi ve domuz avı ile başlamıştır. 1981 yılından sonra, Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Orman Bakanlığı’nın Tarım Bakanlığı ile birleşmesi ve birim sayısının azaltılması nedeniyle kapatılmıştır. Bu tür ihmaller nedeniyle av turizmi uzun yıllar unutulmuştur. Milli Parklar Av Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü’nün tekrar kurulması ile birlikte bilinçli avcılık ve av turizmi 1992 yılından itibaren tekrar gündeme alınmıştır. Av turizmi, ancak A grubu seyahat acenteleri aracılığıyla yapılmaktadır.



Av turizmi, bilinçli ve kurallara uygun olarak yapılması durumunda her yönden olumlu etkileri olan bir turizm türüdür. Bir yandan ülkenin yaban hayatını koruyup geliştirirken, diğer yandan da, önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Av turizminin önemsendiği ülkelerde av hayvanları sayıca artmakta, çevreye ve yaban hayatına özen gösterme duygusu gelişmektedir. Ayrıca, av turizmi yapıldığı yörelerde, usulsüz avcılığın azaldığı ve oto kontrolün sağlandığı da görülmektedir.

1.2.8 Golf Turizmi

Golf turizmi, toplumun gelir düzeyi yüksek ve orta-ileri yaşlardaki insanların tercih ettiği bir turizm türüdür. Turizmin çeşitlendirilmesi, istihdam olanağı yaratması, gelir getirmesi ve yeşil alanlar yaratması gibi nedenlerle Türkiye’de golf turizmine önem verilmeye başlanmıştır. Önümüzdeki on yıl içinde dünyada 50 milyon kişinin golf sporu ile ilgileneceği tahmin edildiğinden Fransa, Portekiz, Fas, Tunus, İspanya gibi ülkeler her yıl yeni golf alanları açmaktadır.

Golf alanı seçiminde toprağın niteliği,yüksek standartlar,konaklama tesisleri, havaalanlarına yakınlık ve iklim koşulları önemli rol oynamaktadır. Rekreasyon alanları ile birleştirilerek meydana getirilecek golf alanları, özellikle üçüncü yaş turizminin geliştirilmesi açısından da üzerinde önemle durulması gereken konular arasında yer almaktadır.

Türkiye açısından bakıldığında golf turizmi, turizmin çeşitlendirilmesi bağlamında önemli gelişmeler göstermesine rağmen, yeterli olmayan golf turizmi arz olanakları nedeniyle kitle turizmi gibi hızlı bir gelişme göstermemektedir. Ancak, mevcut olan tesislerin iyi pazarlanması ve yeni arz olanaklarının yaratılması ile gelecekte bir çok Avrupalı ile Amerikalı zengin turistin golf turizmi amaçlı olarak Türkiye’yi ziyaret edeceği tahmin edilmektedir.

1.1.9 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. Türkiye’de Turizm Bakanlığı inanç turizmi potansiyeline sahip sayılı ülkelere biri olarak bu konuya gerekli önemi göstermektedir.

Türk halkının Anadolu toprakları üzerinde uzun yıllardan bu yana sürdürdüğü yaşam biçimi ve ilgili dönem özelliklerini yansıtan dini inançları, gelenek ve görenekleri, mimari ve sanat eserleri günümüz turizmine önemli birer kaynak oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, ilk çağ uygarlıklarının Anadolu’da yaşam bulması, Hristiyanlığın ilk dönemlerindeki Havarilerin, Ortaçağ’da ise; Musevilerin buldukları ülkelerde karşılaştıkları ağır baskı ve yok etme politikalarının sonucu, bu topraklara sığınmış olmaları dolayısıyla Anadolu üç büyük dine (Müslümanlık, Hristiyanlık ve Musevilik) ait bir çok kültürün, doğduğu



geliştiği ve yayıldığı bir dini merkez konumuna ulaşmıştır. Bu zengin geçmişinden günümüze kadar ulaşan önemli ziyaret merkezlerinin inanç turizmi projesi ile iyileştirilmesi, ziyaretçi sayısının arttırılması amacıyla bir inanç turizmi envanteri hazırlanmıştır.

1.1.10 Yayla Turizmi

Türkiye’de turizm sektörünün tatil turizmine bağlı olarak “deniz-kum-güneş” geni üzerinde yoğunlaşması nedeniyle yılın belli dönemlerinde turist çekebilme potansiyeline sahiptir. Türkiye, tüm yörelerinin doğal, tarihsel ve kültürel zenginliklerine sahip olması nedeniyle tatil turizm ile birlikte alternatif turizm eşitleri açısından da önemli çekim unsurlarına sahip bulunmaktadır. Bu ekim unsurlarından biri de yüzyıllar boyunca Anadolu halkının yazlık bir mekan olarak kullandığı yaylalardır.

“yayla” kelimesi, dağ tepelerindeki düzlüklere verilen isimden gelmektedir. En zengin yayla potansiyeline sahip olan Doğu Karadeniz Bölgesi’nin de belirgin özelliği, hayvancılığa elverişli zengin bir bitki örtüsüne sahip olmasıdır. Bu nedenle, yayla kelimesi aynı zamanda “otlak” ve “mera” sözcükleriyle de eř anlamlı olarak kullanılmaktadır. Yaylalar, son yıllara kadar, rekreasyonel ve turizm amaçlı kullanımdan çok, o yörede yaşayan halkın hayvanlarını kolaylıkla beslemek ve kışlık yakacak gereksinimlerini karşılamak amacıyla genellikle haziran ayı başından ağustos ayının sonuna kadar yaşadıkları yer olmuştur. Yöre halkına göre, yaylaya çıkmanın doğal ve ekonomik niteliklerinin yanı sıra toplumsal ve kültürel önemi de büyüktür.

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 glleri, 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 els anatları gibi değerleri taşıması nedeniyle bu bölgelerin turizm çekim merkezi olmalarına olanak sağlamaktadır.

1.2.11. Akarsu Turizmi

Akarsu kaynaklarının çeşitli rekreatif amaçlarla kullanılmasına “akarsu turizmi” adı verilmektedir. Rafting, trekking, yüzme, av turizmi(balık avlama) gibi turizm türleri, çeşitli akarsularda (nehir,dere,ırmak vb.) yapılması durumunda akarsu turizmi kapsamında yer almaktadır.

Çağdaş insanın modern yaşamının getirdiği gerilimlerden belirli bir süre uzaklaşmak isteğinde olması ve doğaya dönme arayışında akarsu turizmi, doğa yürüyüşü (trekking), dağ ve kış sporları gibi turizm türleri bu amacı gerçekleştirmede önemli bir araç olmaktadır.



Türkiye'nin sahip olduğu zengin turistik doğal kaynaklardan biri de akarsularıdır. Üç tarafı denizlerle çevrili ve ortalama yüksekliği 1000-1500 metre olan Türkiye'nin denizlerine bir çok akarsu akmaktadır. Bu akarsulardan bazıları denizlere kadar erişemeyen veya sularını dışarı boşaltamayan göllere ya da bataklıklara dökülen kapalı havza akarsularıdır. Kapalı havzaların en genişisi İç Anadolu Havzasıdır. Bir çok bölümlere ayrılmış bu havzada Konya-Ereğli, Tuz ve Akşehir gölü en önemli havzalardır. Doğu Anadolu Bölgesi de önemli kapalı havzalardan biridir. Akarsularımızın önemli bir kısmı ise; Marmara, Akdeniz ve Karadeniz'e dökülen açık havzalı akarsulardır. Ancak, bu akarsuların rejiminin düzenli olmaması nedeniyle yaz ve kış aylarında akışlarında önemli farklılıklar ortaya çıkar. Buna bağlı olarak da, akarsu turizmi, yağışların bol olduğu aylarla sınırlı olarak gerçekleştirilmektedir.

1.3. Türkiye Ekonomisinde Turizmin Yeri

Turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yerinin belirlenmesi için, turizm yatırımları ile turizmin "dış ödemeler dengesi", "ulusal gelir" ve "istihdam" üzerindeki etkisinin incelenmesi gerekmektedir.

1.3.1. Turizm Yatırımları

Turizm alanında gerçekleştirilen yatırımları üç başlık altında incelemek mümkündür. Bunlar; altyapı yatırımları, konaklama tesis yatırımları ve diğer hizmet tesisi yatırımlarıdır.

- Altyapı Yatırımları : Merkezi ve yerel yönetimlerce doğrudan turizm sektörüne yönelik olmayan yatırımlardır. Yol, liman, havaalanı gibi yatırımlar bu grupta değerlendirilmektedir. Yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilen elektrik, su, havagazı, kanalizasyon ve telekomünikasyon gibi yatırımlar da bu kapsama girmektedir. Öte yandan bazı durumlarda doğrudan turizme dönük olarak gerçekleştirilen alt yapı yatırımları da bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak bazı turizm gelişim merkezlerinde gerçekleştirilen yatırımlar gösterilebilir.
- Konaklama Tesisleri Yatırımları : Turizme katılan kimselerin başta konaklama olmak üzere yeme-içme, eğlence vb. hizmetleri üreten işletmelere yapılan yatırımlardır. Otel, motel, tatil köyü, oberj gibi yatırımlar bu kapsamda değerlendirilmektedir. Bunlar, turizm üstyapı yatırımlarını oluştururlar.
- Diğer Hizmet Tesisleri Yatırımları : Altyapı ve konaklama tesisleri dışında kalan ve her biri kendi alanında hizmetler sunan, turistlere yeme-içme eğlenme, spor yapma, alışveriş gereksinimlerinin karşılamak üzere kurulan lokanta, gazino, kafeterya, çay bahçesi, yüzme havuzu, spor tesisleri, plajlar vb. yatırımlardır.



Türkiye’de turizm yatırımları daha çok konaklama tesisleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. 1983 yılında 65934 olan “turizm işletme belgesi” yatak kapasitesi, aradan geçen süre içerisinde yaklaşık dört kat artarak 2000 yılı sonunda 325,168 olmuştur.

1973 yılında toplam yatırımlar içerisinde turizm yatırımlarının payı %0.8 düzeyinde iken, daha sonra inişe geçerek, ortalama %0.5 düzeyinde gerçekleşmiştir. 1980-1983 yılları arasında yaşanmakta olan duraklama devam etmiştir. “2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu”nun 1984 yılında itibaren etkisini göstermeye başlaması ile birlikte payını %4 düzeyine yükseltmiştir. Benzer şekilde 1984 yılından itibaren özel sektör ile kamu sektörü arasındaki fark, özel sektör lehine açılmaya başlamıştır. Hükümetin izlemiş olduğu özelleştirme politikası nedeniyle gelecek dönemde bu farkın özel sektör lehine daha da açılması beklenmektedir.

Tablo 1.1, Yıllar itibariyle turizm yatırımlarının sabit sermaye yatırımları içerisindeki payı (ABD Doları)

YILLAR	TOPLAM YATIRIMLAR	TURİZM YATIRIMLARI	PAYI %
1991	27,555	976	4,0
1992	37,619	1,082	2,9
1993	47,834	1,056	2,2
1994	32,060	712	2,2
1995	41,182	974	2,4
1996	46,314	980	2,1
1997	51,000	1,050	2,1
1998	50,120	1,450	2,9
1999	41,335	1,625	3,9
2000	46,940	1,860	4,0

1.3.2 Turizm ve Dış Ödemeler Dengesi

Bilindiği üzere ödemeler dengesi, bir ülkenin ekonomik durumunu en iyi şekilde gösteren bir ölçüdür. Hızlı nüfus artışının, düşük gelir düzeyinin, işsizliğin ve çoğu bunlara bağlı olarak çıkan eğitim, sağlık, konut gibi sorunların üzerine gitmek ve teknoloji, enerji ve altyapı yetersizliklerini ortadan kaldırmak durumunda olan Türkiye, bu amaçla önemli atılımlar yapmak ve büyük yatırımlar gerçekleştirmek zorundadır. Gerek yatırım malı gerekse petrol ürünleri ve diğer tüketim mallarını dışarıdan ithal edebilmek için döviz gereksinimi duyulmaktadır. Sürekli olarak artan dış borç ana para ve faiz ödemeleri de dövizle yapıldığından, Türkiye’nin döviz gereksinimi günden güne artmaktadır.



Türkiye'nin yukarıda kısaca belirtilmeye çalışılan konularla ilgili olan döviz elde edebilmesi dış satımını (ihracat) artırması zorunludur. Ancak, mevcut üretimle dünya ölçeğinde rekabet edebilmenin zorluğu ve dış pazarlara açılabilme gücü içerisinde, Türk firmalarının bu alanda istenildiği şekilde başarılı olduklarından söz edilemez. Ödemeler dengesi açıklarının kapatılabilmesine dönük olarak Türkiye için geriye kalan diğer önemli seçenek, turizmdir. Turizm, çok az dış alım gerektiren ve kısa zamanda döviz getirisi sağlayan, gelirleri, istihdamı, verimliliği arttıran bir ekonomik olaydır. Bu nedenle Türkiye'nin turizmden azami şekilde yararlanması bir zorunluluk halini almıştır.

Turizme, başlangıçtan bu yana "ödemeler dengesine yönelik bir olay" olarak bakan Türkiye'nin turizm geliri 1963 yılında 7.659 milyon dolardır. Bu miktar, 1972'de 100 milyon doları, 1985'te bir milyar doları aşmıştır. Zaten turizm gelirlerinin gerçek anlamdaki yükselişi bu tarihten sonra gerçekleşmiştir. 2000 yılında turizm geliri ise 7.6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

1.3.3 Turizm ve Ulusal Gelir

Türkiye'ye gelen turistler ile turizme dönük yatırımlarda bulunan özel ve kamu kuruluşlarının harcamaları, ulusal geliri doğrudan ve dolaylı şekilde etkilemektedir. Turizm yatırımlarının doğrudan ulusal gelir üzerinde etkide bulunmasının yanı sıra, turizm alanında gerçekleştirilen yatırımların diğer sektörler üzerinde uyarıcı etkisi de bulunmaktadır.

Turizmde yatırılan gelirin başta tarım, inşaat, mobilya-dekorasyon, gıda ve benzeri pek çok sektörü uyardığı kuşkusuzdur. Ancak Türkiye'de turizm gelirleri diğer sektörler üzerindeki etkisini ekonometrik temeller üzerinde ortaya koyan "input-output tabloları" bulunmaktadır. Ancak, turizm harcamalarının sektörel dağılımı konusunda çok genel olmakla birlikte bazı sonuçlara ulaşan araştırmalar bulunmaktadır. Buna göre bir ülkede turizm gelirinin yaklaşık %30'u tarıma, %20'si çalışanlara, %15'i turizm sektörü işletmelerine, %15'i ticari kuruluşlarına gittiği ve kalan % 20'sinin ise vergi geliri olarak kamuya yansıdığı hesaplanmıştır.

Tablo 1.2, Turizm yatırımlarının GSMH içerisindeki payı (cari alıcı fiyatlarıyla)

YILLAR	GSMH	TURİZM GELİRİ	GSMH İÇİNEKİ PAYI(%)
1991	147,367.5	2,265.0	1.8
1992	153,627.5	3,639.0	2.4
1993	158,171.0	3,959.0	2.3
1994	132,825.9	4,321.0	3.3
1995	165,519.4	4,957.0	3.0
1996	183,577.0	5,962.1	3.2
1997	194,305.0	8,088.5	4.2



1998	204,611.0	7,808.9	3.8
1999	187,000.0	5,200.0	2.8
2000	202,000.0	7,300.0	3.8

Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payına bakıldığında, 1963'te 0,1 olan payın 1984'te 1,7'ye, 1987'de 2,0'ye ve 2000 yılında 3,8'e ulaştığı görülmektedir.

1.3.4. Turizm ve İstihdam

Türkiye'de turizm önemli oranda bir istihdam alanı yaratmaktadır. Ancak konu sektörde istihdam edilenlerin sayısını saptamaya gelince ortaya kesin rakamlar koymak, turizmin özelliğinden dolayı mümkün olmamaktadır. Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından yapılan ve ilk olarak 1980 yılı Sanayi ve İşyeri Sayımı'nda yer verilen "Ticaret, Otel, Lokanta ve Hizmet İstatistikleri", bu konudaki ilk verileri ortaya çıkarmıştır.

Tablo 1.3, Türkiye'ye gelen toplam yabancı sayısı ve yabancı başına harcamanın gelişimi

YILLAR	TOPLAM YABANCI SAYISI	TURİZM GELİRİ	YABANCI BAŞINA HARCAMA
1991	5,517,897	2,654,000	519.7
1992	7,076,096	3,639,000	533.0
1993	6,500,638	3,959,000	668.1
1994	6,670,618	4,325,000	674.0
1995	7,726,886	4,957,000	684.0
1996	8,614,085	5,962,100	748.0
1997	9,689,004	8,088,549	876.0
1998	9,752,697	7,808,940	879.5
1999	7,487,285	5,203,000	694.5
2000	10,412,000	7,300,000	701.1

1980 yılı verilerine göre otel ve benzeri konaklama tesislerinde istihdam edilenlerin sayısı 41,272'dir. Bu rakam 1985 Sanayi ve İşyerleri Sayımı'nda 43,378 ve her yıl hazırlanmaya başlanan "Ticaret, Otel, Lokanta ve Hizmet İstatistikleri"nde bu sayı 1986'da 57,876, 1987'de 50,729, 1988'de 54,246 ve 1991'de 86,638 olarak bulunmuştur.

Ancak Türkiye'de yatak başına düşen çalışan sayısını ortaya koyan bir çalışmanın bulgularından yola çıkıldığında; yatak başına belgeli tesislerde 0.60, belgesiz tesislerde ise 0.35 personel düştüğü görülmektedir. Buradan hareketle, Türkiye'de 1992 yılında 141 bini belgeli, 101 bini belgesiz tesislerde olmak üzere 242 bin personelin yalnızca konaklama işletmelerinde istihdam edildiği ortaya çıkmaktadır. Bu rakamlara mevsimlik çalışanların da dahil olduğu unutulmamalıdır.



1.4. Uluslar Arası Turizm ve Geleceğe Yönelik Eğilimler

1.4.1 Uluslararası Turizm

Bireylerin eğitim ve gelir düzeyindeki gelişmeler ile hızlı kentleşme, nüfus artışı ve teknolojik gelişmeler, uluslar arası turizm hareketlerini geliştiren önemli unsurlar olarak daha önceki bölümlerde ele alınmıştı. Turizmin yapısal hareketleri ve turizm hareketlerine doğrudan katılan turistler ile katılma isteğinde olan potansiyel turistlerde kendisini gösteren değişimler, gelecek yıllarda turizm hareketlerinin hangi yönde gelişeceği konusunda soru işaretlerini de beraberinde getirmektedir.

İlk çağlarda zorunlu olarak seyahat eden insan oğlu, daha sonraki dönemlerde ticaret ilişkilerinin geliştirilmesi için seyahat etme zorunluluğu hissetmiş; ancak "Endüstri Devrimi" ile birlikte insanlar yaşam biçimlerinde meydana gelen değişimler sonucunda kültür, spor, eğitim vb. amaçlarla turizm hareketlerine katılmaya başlamıştır. Yirminci yüzyılın son dönemlerinde ise insanlar boş zamanlarını değerlendirme, arkadaşlık kurma, dinlenme-eğlenme vb. amaçlarla gerçek anlamda turizm hareketlerine katılma şansına sahip olabilmişlerdir.

İnsanoğlu gelecek dönemlerde daha farklı amaçlarla turizm hareketlerine katılacağını ve yeni turizm türlerinin gelişeceğini söylemek mümkündür. Bu gelişmede de hiç kuşkusuz, teknolojik ilerleme, hızlı kentleşme ve bunlara bağlı olarak kendisini gösteren ekolojik çevre kirliliği etkili olacaktır. Yeryüzünde insanoğlu yaşadığı sürece, turizm hareketlerinin kaçınılmaz olduğunu, ancak zaman içerisinde değişenin yalnızca insanların katıldığı turizm türünün olacağını söylemek gerçekçi bir yaklaşım olabilir. Çünkü turizm, ekonomik lduğu kadar toplumsal bir özelliğe de sahiptir.

Her yıl milyonlarca kişi değişik amaçlarla turizm uluslar arası turizm hareketlerine katılmaktadır. Uluslar arası turizm hareketlerinin temelini, bulunduğu ülkeden başka bir ülkeye turizm amaçlı seyahat eden kimseler oluşturmaktadır. Uluslar arası turizm hareketlerine katılan turistler daha uzun süre konaklama yapmaları, daha fazla harcamada bulunmaları ve beraberinde döviz getirmeleri sonucunda bölgenin ekonomik yapısına katkıda buldukları için önemli bir unsur olarak görülmektedirler. 1974 ve 1980 yılları arasında yaşanan durgunluğa karşın, uluslar arası turizm dünyada en hızlı gelişen endüstrilerden birisidir.

1980'li yıllarda uluslar arası turizm hareketlerindeki gelişmeler iki dönem halinde incelenmektedir. Birincisi, 1980-1985 yılları arasındaki dönem, diğeri de 1986-1990 yıllarıdır. 1980 yılı başlarına kadar uluslar arası turizm hareketleri bir artış trendi içinde iken, 1980'li yılların hemen başlarında ortaya çıkan dünya ekonomisindeki durgunluk turizm talebini inişe geçirmiştir. İnsanları harcanabilir gelir miktarındaki düşüş, sonuçta seyahat maliyetlerini artırmış, insanların daha çok kısa süreli tatilleri ve daha ucuz konaklama işletmelerini ve kısa mesafedeki dış ülkelerin yanı sıra ülke içinde seyahat etmelerine yol



açmıştır. 1980'li yılların ikinci yarısında meydana gelen "Cernobil Nükleer Kazası", terörist olaylarındaki artışlar ve Amerikan dolarının diğer ülke paraları karşısında değer kaybetmesi, Afrika ve Ortadoğu ülkelerine yönelik uluslararası turizm talebini olumsuz yönde etkilemiştir

"Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi"nin hesaplarına göre, dünya ticaret hacminin üçüncü büyük kısmını oluşturan uluslar arası turizm endüstrisinin 1999 yılı itibari ile toplam dünya GSMH'nin %11.7'sini ve dünya toplam ihracatının da %8'lik kısmını oluşturması tahmin edilmektedir. Halen toplam istihdam hacmini %8'lik kısmını elinde tutan uluslar arası turizmin, 2010 yılına kadar her yıl 5.5 milyon kişilik ek istihdam alanı yaratması beklenmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde ise, uluslar arası turizm, hizmetler sektörünün 1/3'lük kısmını oluşturmaktadır.

Avrupa Birliği (AB) bünyesinde yer alan 15 Avrupa ülkesi dikkate alındığında, toplam turizm gelirinin bu ülkelerde GSMH içindeki payının %5.5 ve ihracat gelirleri içindeki payının da %4 olduğu görülmektedir. AB içinde istihdam edilen toplam iş gücünün %6'lık kısmı turizm endüstrisinde görev almaktadır. Gelecek dönemlerde AB ülkeleri turizm sektöründeki büyümenin yılda ortalama %1.5 düzeyinde (gelir bazında) gerçekleşmesi beklenmektedir.

Uluslar arası turizm hareketlerinin gelişmesinde aşağıdaki unsurların etkisi olmuştur;

- Turist gönderen ülkelerde ekonomik büyüme sonucunda milli gelir ve harcanabilir gelir düzeyinin artması,
- Boş zaman artışına paralel olarak seyahate ayrılan zamanın artması,
- Bürokratik engellerin kalkması ve seyahat özgürlüğünün artması,
- Hızla artan hava yolu işletmeleri ve rekabet sonucunda uluslar arası seyahatlerin ucuzlaması,
- Hızla artan organize paket turlarının artması ve bunların çok sayıda uluslar arası destinasyonu kapsamaması,
- Teknolojik gelişmeler sonucunda işlemlerin kolaylaşması ve seyahat sürelerinin kısalması, ulaştırma araçlarının kalitesinin ve güvenliğinin artması,
- Demografik değişimler (yaşam süresinin uzaması sonucunda emeklilik süresinin artması, aile eşlerinin birlikte çalışması, çocuksuz aile sayısının artması).

1.4.2 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.

- Turizm talebindeki sayısal büyümenin devam etmesi beklenmektedir. Dünya Turizm Örgütü (WTO) yapılan bir tahmine göre, uluslar arası turizm hareketlerine katılacak kişi sayısının 2000 yılı sonunda 700 milyona, 2010 yılında da 1 milyara ulaşması beklenmektedir. Benzer şekilde uluslar arası turizm harcamalarının da 2000 yılı sonunda 621 milyar dolara 2010 yılında da 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 şeklindedir.

- 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 ülkelerinde 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, 2000'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 gözlemlenebilecektir.



- 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 ülkelerinin 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 turizmde %14.1 olan payını 2000 yılı sonunda %21 düzeyine, turizm gelirlerindeki payını da %80 artırarak 30 milyar dolara 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.

1997 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.

TABLO 1.4, Uluslar arası turizm hareketlerinin sayısal gelişimi (1990-1999)

YILLAR	ULUSLAR ARASI TURİST SAYISI (1000)	ULUSLAR ARASI TURİZM GELİRİ (MİLYON DOLAR)
1990	450,800	255,000
1991	448,500	260,000
1992	476,000	279,000
1993	500,142	324,080
1994	546,260	346,674
1995	567,033	371,682
1996	599,000	437,900
1997	619,700	440,000
1998	639,700	441,300
1999	656,900	455,000
2000	698,300	475,800

- 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 artırılması 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'lik artış olacağı; bu artışın uluslar arası turizm hareketlerine katılan kesim için ise %78 olacağı tahmin edilmektedir.

- 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 ağları 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 işlemlere 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, 2000'li 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 kavramına' da yeni ve çok önemli bir boyut kazandıracığı 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.

1.4.3. Türkiye Turizminde Geleceğe Yönelik Eğilimler

Dünya turizminde gelecek dönemlerde oluşacak olası gelişmelerden Türkiye'nin de etkilenip etkilenmeyeceğinin 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:

1. Bilindiği gibi, uluslar arası turizm hareketlerinden Türkiye'nin 1997 yılı itibariyle aldığı pay, turist sayısı ve turizm geliri olarak, %1.8 düzeyindedir. Bu oran İspanya için %7, İtalya için %6 düzeyindedir. Ayrıca Türkiye'nin turizm gelirlerinin toplam gayri safi milli hasıla (GSMH) içindeki payı, 1998 yılında %3.8 olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte aynı oran İspanya'da %8.6, Portekiz'de %8.2, Yunanistan ve Fransa'da %6,6, İtalya'da %6.3 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



bulduğumuz 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 3819 yat kapasiteli yat limanı ve çekek yeri bulunmaktadır. Toplam 1843 yat kapasitesine sahip olacak 10 adet yat limanı ve çekek yerinin yatırım çalışmaları da devam etmektedir. Bütün bu çalışmalar tamamlandığında, Türk turizmi farklı bir boyut kazanmış olacaktır.

2. 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 alınırca, gelecek dönemlerde Türkiye’nin kültür turizminde de önemli bir paya sahip olacağı söylenebilir.

3. 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 düşüğe karşın, yeni yapılanlar sonucunda özellikle Doğu Bloku ülkelerden Türkiye’ye giriş yapan yabancıların sayısında önemli artışlar kaydedilmektedir.

4. Diğer yandan 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 ülkelere 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.

5. 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 günöbirlik 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.

6. 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.

7. 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.

8. 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 1/4, turizm alanında potansiyel tüketici konumuna ulaştığından söz edilebilir. 2010 yılında dünyada uluslar arası seyahate katılacak 1 milyar turistten 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 Havayolları'nın 1998 yılında Pekin'e direkt uçuşlarına başlaması, Çin'den Türkiye'ye gelen turist sayısının artmasına olumlu yönde etkide bulunmuştur.

9. 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 Savaşı", 1997 yılında yaşanan Kosova savaşı gibi olayların etkisinde kalması kaçınılmaz görölmektedir.

1.5. 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.

1.5.1. Pazarlama ve Tanıtım Eksikliği

Bu sorun üç temel nedene dayanmaktadır. Politikasızlık, kaynak yetersizliği ve özerk yapının bulunmayışı. 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 yürütölmekte olduğundan eldeki fonlarla yapılan tanıtım çok yetersiz kalmaktadır. Ayrıca, bu fonlardan bazılarının kullanımında Turizm Bakanlığı tek başına yetkili değildir(Tanıtım 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.



1.5.2 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.

1.5.3 Alt Yapı

Türkiye’deki pek çok turizm merkezinin alt yapı sorunları çözümlenmiş değildir. Çoğu yerde kanalizasyon denize verilmekte, çöpler toplanmamaktadır. 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.

1.5.4. 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, sonrada 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 atlamanın ilk önlemi olarak çalışanların işlerine son



vermektedirler. Bundan dolayı, otel işletmecilerinin hemen her fırsatta “kalifiye eleman açığı”ndan söz etmelerinin içtenliği konusunda bazı kuşkular uyanmaktadır.

1.5.5. Mali Düzenlemeler

Günümüzde, Akdeniz çanağında yer alan rakip ülkelerin tümünde, sektörde uygulanan KDV oranları oldukça düşük düzeydedir. Örneğin; İspanya’da %7, Fransa’da %5.5, İtalya’da %10, Portekiz’de %5, Yunanistan’da %8’dir. Türkiye’de ise, 1999 yılı itibariyle, %15’dir. Türkiye’ye %5 ile %7.5 arasında fiyat dezavantajı sağlamaktadır. Bunun dışında sektöre verilen kredi faizleri yüksek ve süresi de kısadır. Her yıl bir dış sorundan etkilenen işletmeler, bu yüzden yenileme ve tevsi 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.

1.5.6. 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 aşılabilir. 1999 yılı verilerine göre Türkiye’de iç turizmle ilgili durum şöyle özetlenebilir:



15 milyon yerli turist ve 45 milyon geceleme, 5 milyar doları aşan gelir hacmi, 335 dolar ortalama kişi başına harcama, %11 organize turlar ve seyahat acenteleri ile seyahat etme, %20 oranında otel, tatil köyü gibi konaklama tesislerinde geceleme, %40 ikinci konut ya da bir yakın yanında geceleme, % 20 ise pansiyonlardaki geceler şeklinde gerçekleşmiştir.

Yurtiçi seyahat pazarının en önemli ayaklarından birini oluşturan yurtdışı seyahatler ya da “outgoing” son dönemlerde hızlı bir gelişme sürecine girmiştir. Yurtdışı seyahatler için gerek seyahat acentelerinin getirdiği ucuz seyahat gerekse bir dizi yasal vergi ve yükümlülüklerin ortadan kalkması, yurtdışı seyahatleri ilgi çekici yapmıştır. Bugün Türkiye’de 5 milyona yakın vatandaş yurtdışına çıkış yaparken turizm ya da seyahat amaçlı çıkış yapanların sayısı bir milyon kişidir.

Bir milyon kişi içinde en çok %50’si bir konaklama tesisinde geceleme yapmaktadır. Diğer kısmı ise, yurtdışında bir yakını ya da akrabalarının yanında konaklamaktadır. Yurtdışı seyahatlerde konaklama tesisi kullanma oranı da giderek yükselmektedir. 1993 yılında % 57 dolayında olan konaklama tesisi kullanımı bugün % 62 dolayına yükselmiştir. Bu dönem içinde konaklama tesislerinin kullanımında en yüksek artış yakalayan outgoing pazarı ABD olmuştur.

1.5.7. 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 yıldız kadar olan küçük tesislere gereksinmesi bulunurken, yoğunlaşma bunun tersi yönde gerçekleşmiş, lüks sınıfa 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.

1.5.8. 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;

- 1) Planların bölgelerdeki doğal kaynaklar ve bunların taşıma kapasitelerine ilişkin yeterli düzeyde araştırma ve envanter bulunmaması,



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

1.5.9. Turizmin Çeşitlendirilmesi

Türkiye’de turizm denilince akla ilk olarak “deniz-kum –güneş”e yönelik turizm faaliyetleri gelmektedir. Yapılan yatırımlara bakıldığında da önemli bir yoğunluğun 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 çalışmaları başlatmıştır. Uzun yıllar turistik ürün çeşitlendirilmemesi 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 güçlü 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 kış turizminin teşvik edilmesi, önemli bir adımı oluşturmaktadır.

1.5.10. 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.

- İklim 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.

1.5.11. 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 ihtiyaca 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.

1.5.12. Turizm Politikasının Oluşturulamaması



Türkiye’de her yeni hükümeti uygulayacağı, kesin çizgilerle belirlenmiş bir turizm politikasının bulunmamaktadır. Yalnızca ödemeler dengesi açığının 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.

1.5.13. 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 “Bakanlıklararası 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.

1.5.14. 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 bulunduğunu göstermektedir. Her ne kadar düşük fiyat düzeyi ve konuksever halkı ile Türkiye, diğer bazı ülkelere oranla önemli bir avantaja sahip olsa da, belirtilen olumsuzlukların e alt düzeye indirilmesi konusunda hem sektör temsilcilerinin hem de merkezi yönetimlerin ciddi çalışmalar yapması gerekmektedir



2. BOLÜM

Turizm Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesi

2.1. Turizm Yatırım Projelerinin Niteliği

2.1.1. Kavramlar

Yatırım projelerinin değerlendirilmesi ile ilgili bir çalışmaya başlamadan önce, konu ile ilgili temel kavramları tanımlamak yararlı olacaktır.

2.1.1.1. 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:

A) 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.

B) 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.

C) 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 kavramı hangi alanlarda ve hangi anlamda kullanılır?

- 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.

2.1.1.2. 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.

2.1.1.3. Proje ve Yatırım Projesi Kavramı

Genel olarak "proje" deyimini ile anlatılmak istenen husus, bir konu etrafında düşüncenin yoğunlaşmasıdır, 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.

a) Yatırım projesiyle belirli ve uzun ömürlü bir kapasite oluşturulmalı.

b) Ekonomiden fiziki girdiler olmalı.

-Hammadde

-İşgücü

-Sermaye malları

c) 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 olarak 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.

2.1.1.4. 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.

2.1.1.5. Proje Değerlendirme Kavramları

İşletme seviyesinde proje değerlendirmesi yapılırken, yapılacak analizlerde artık olarak kullanılacak ve sık sık başvurulacak kavramları açıklamakta yarar görülmektedir.

a) 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.

b) 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 takdirde 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 TL'nin % 10 faiz oranı üzerinde n bir yıl sonraki değeri 110 TL'dir diyebiliriz. Bunun tersini düşündüğümüz takdirde bir yıl sonra elde edilecek 110 TL'nin yüzde 10 iskonto oranı üzerinden bugünkü değeri 100 TL 'dir şeklinde ifade edebiliriz. Yani iskonto oranı gelecekteki 1 TL'lik bir ödemenin bugünkü değeridir.



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.

c) 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 haline 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 değer (hurda değer) mutlaka iyi tahmin edilmesi gerekmektedir.

d) 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.

1- 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.

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

2.1.2. 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 sektörlere 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.

Bahsetmeye çalıştığımız 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.

2.1.2.1. 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.



2.1.2.2. 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.

2.1.2.3. 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".

2.1.2.4. Tesis ve Alt Yapı Arasındaki İlişkiler

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.

- a) Alt yapı yatırımları
- b) Üst yapı yatırımları
- c) 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 azaltıcı, gelirin azalışı da oluşacak karı azaltacaktır.

2.1.2.5. 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, sınıai 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 dağılık 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.

2.1.2.6. Diğer Sektörler İle 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.

2.1.2.7. 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 henüz 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

2.2. Turizm Yatırım Projeleri Yapılabilirlik İncelemeleri

Yapılabilirlik 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 yapılabilirlik 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.

Yapılabilirlik 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. Yapılabilirlik incelemelerinin kapsamına giren araştırma konuları genellikle teknik, örgütsel, mali ve ekonomik konular olmak üzere dört grupta toplanırlar.



2.2.1. Teknik İnceleme

Turizm yatırımlarında, teknik yönden yapılabilirlik 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.

2.2.1.1 Kuruluş Yeri Seçimi

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

- a) Turistik çekicilik durumu; Çevredeki doğal ve tarihi zenginlikler, talep yaratacak turistik arz kaynakları, bölgenin ilginçliği ve turizm sezonunun uzunluğu.
- b) 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.
- c) 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.
- d) 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.ÜOÛ imar planı,
- 1 : 1.000 imar planı,
- Çeşitli bakanlıklardan izin alınması,
- Sİ T 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.

2.2.1.2. 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 .

2.2.1.3. 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:

Arsa düzenlenmesi ve bağlantıları ile hangi yapıların yapılmasının gerekli olduğunun etütleri ve bunların listelenerek saptanması.

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 inşaatı 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 metraji, inşaat için gerekli diğer maliyet verileri ve toplam inşaat süresine yönelik tahminler ve çalışmalar bu aşamada yapılır.

Sütün 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.

2.2.1.4. 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.

2.2.1.5. 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 GANTT, CPM veya PERT diyagramından yararlanılarak hazırlanmalı ve her alt faaliyetin sırası ile süresi açıklığa kavuşturulmalıdır.

2.2.2. Örgütsel İnceleme

Yatırım projelerinde proje sahibi genellikle ister özel kesimde olsun, ister kamu kesiminde olsun girişimcidir. 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 kar 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 değişle 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:

1. Proje faaliyetlerinin ileri bir teknoloji gerekli kılması ve buna bağlı olarak mühendislik işlerini ve araştırma geliştirme çalışmalarını gerekli kılması,
2. Projenin mühendislik işleri, yapım ve kalite kontrolü gibi işlevsel bölümlerden önemli katkıları zorunlu kılması,
3. 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 yapılabirlik 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.

2.2.3. 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.

2.2.3.1. 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.

2.2.3.2. 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.

2.2.3.3. 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 sınıflandırılarak 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.

2.2.3.4. Mali ve Ekonomik Analizler

Yapılabilirlik 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 kullanılacak fon miktarının ödenecek borçların toplamına bölünmesiyle elde edilen oranla ifade olunur.

b) Mali Karlılığın İncelenmesi

Yatırım projesinin yol açacağı harcamalar, bu harcamaların zaman içinde dağılımı, projenin gelirleri ve giderlerle 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.

Met 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 karageçiş analizleridir. Bazı kaynaklarda başabaş noktası ya da ölü nokta olarak kullanılan kara 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.

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)

2.2.4. Ekonomik İnceleme

Ekonomik yapılabirlik 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.

2.2.4.1. Arz ve Talep İncelemesi

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

1. Bölgenin ve tesisin konum yerinin iç ve dış turizm pazarlarında tanınma durumu ,
2. Çevrede benzer hizmetleri sunan tesislerinin arz kapasiteleri ve nitelikleri,
3. Proje veya inşa halinde bulunan yeni yatırımlar,
4. Tesisin sunacağı hizmetin son beş yıl içinde o ülke veya bölgede gösterdiği gelişme ve gelecek beş yıl için beklenen gelişmenin yönü ve hızı,
5. Fiili ve potansiyel olarak talep durumu, gelecek beş yıl için talep projeksiyonu ve talebin bileşimi.

2.2.4.2. 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.

2.2.4.3. Yatırım Maliyetleri İncelenmesi

Teknik inceleme sonucunda belirlenen yatırım girdileri miktarları ve fiyatlar incelemesi 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.

2.2.4.4. Satış ve Rekabet İncelenmesi

Turizm tesisinin satışlarının hangi düzeylerde gerçekleşeceğini , normal koşullarda ay ve yıllara göre nasıl dağılacığının araştırılması gerekir. Pazarın yapısı ve rakiplerin durumu dikkate alınarak ve kalite, üretim maliyetle 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.

2.2.4.5. 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 .

2.3. Yatırım Projelerinin Ekonomik Değerlendirilmesi

Yatırım projesinin uygulamaya elverişli olup olmadığı noksan 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.

2.3.1. 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.



2.3.1.1. 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. Tersi durumda ise proje kabul edilmez.

Bu yöntemin belli başlı üstünlükleri olarak,

- Paranın zaman değerini dikkate alması,
- Nakit girişlerinin olumsuz olduğu yıllarda bile proje değerlemesine olanak sağlaması,
- Iskonto 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.

$$NBD = \sum_{t=1}^n At/(1+k)^t - C$$

Formülde yer alan simgelerin anlamları şöyledir.

A : t yılındaki net nakit girişleri

n : Yatırımın ekonomik ömrü

C : Yatırım

k : Iskonto oranı (marjinal sermaye maliyeti)

2.3.1.2. 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 alan kısa ömürlü projeler karlılığı biraz daha düşük ancak çok daha uzun ömürlü projelere tercih edilebilmektedir.

2.3.1.3. 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.



2.3.1.2.Ortalama Karlılık Oranı Yöntemi

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

Ortalama karlılık oranı = ortalama yıllık kar/ortalama yatırım tutarı

ifade etmektedir. 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.

2.3.2. 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 tespitidir. 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 kullanım 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.

2.3.3. 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.

2.3.3.1. 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 girişirler.
- 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.



2.3.3.2. 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.

Buraya kadar, 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.



BÖLÜM 3

Bir Beş Yıldızlı Otelin Yapılabilirlik Etüdü

Yapılması planlanan bir işletmenin fizibilite etüdü, konusunda uzman bir proje grubu tarafından yüksek maliyetle ve aylarca süren bir çalışma sonucu ancak tamamlanır. Biz çalışmamızda zaman, uzmanlık ve maddi kısıtlardan dolayı sektöründe önde gelen firmalardan olan Barut Otel Grubu'nun ortalama verilerini kullanarak aşağıdaki şekilde mütevazı bir yapılabilirlik etüdü yaptık. Etütte kullanılan bütün veriler Barut Otel Grubunun uzun yıllar sonunda elde ettiği değerler olup etüdün güvenilirliğini arttırmaktadır. Yalnız bu grubun kalite anlayışı yurt dışı bağlantıları vb. etkenlerdeki rakip firmalara üstünlüğünden dolayı otelin getirileri yatırımcı açısından beklentilerin üstündedir. Her turizm işletmesinde bu getirilere ulaşılabileceği düşünülmemelidir.

3.1. Teknik Etüd

3.1.1. Kuruluş Yeri Seçimi

Akdeniz Bölgesi Antalya iline bağlı Manavgat ilçesine bağlı Side beldesi içerisinde il merkezine 70 km, ilçe merkezine 5 km mesafede bulunan, denize sıfır ve 250 metre uzunluğunda sahil cephesi olan 40000 metrekarelik arazi tesisin kuruluş yeri olarak seçilmiştir. Bu seçimin yapılmasında etkili olan nedenler sırasıyla

Alt Yapı Durumu

İçme suyu temini : Belde sınırları içinde yer aldığı için içme suyu belde belediyesi tarafından sağlanmaktadır.

Elektrik ve enerji temini : Arazinin elektrik altyapısı mevcuttur.

Telefon ve teleks bağlantıları : Mevcut ve yeterlidir.

İmar Durumu

Arazi boyutları ve büyüklüğü : Arazi 250'ye 160 metre boyutlarında olup toplam 40000 metrekaredir. Denize sıfır olması nedeniyle 250 metrelik sahil şeridinde sahiptir.



Diğer yapı özellikleri : Belde sınırları içine turizm tesisleri için verilen kat yüksekliği izni 4 katla sınırlı olup arazinin ancak dörtte birlik kısmına yapılaşma izni verilmektedir.

Arazinin Nitelikleri : Arazi sahil bandında bulunması nedeniyle kumlu bir yapıya sahiptir. Bu durum inşaat elverişlidir.

Arsa Durumu

Planlama yetkisi : Arazinin belde sınırlarında yer alması nedeniyle inşaat izinler belde belediyesinden alınmaktadır. Sit ve tarım alanı kapsamında yer almamaktadır bu nedenle ekstra izinlere gerek duyulmamaktadır.

Çeşitli bakanlıklardan izin alınması : Turistik tesis olması nedeniyle Turizm Bakanlığında izinler alınmaktadır.

Ulaşım Durumu : Belde merkezi ve Antalya-Alanya D 100 karayolu ile bağlantılı yollar mevcuttur

Ulaşılabilirliği : Seçilen arazi Türkiye'nin en işlek ikinci havalimanı olan Antalya Havaalanı'na 60 km uzaklıktadır. En yakın ilçe olan Manavgat'a uzaklığı 5 km'dir.

Bağlantı yollarının durumu : Arazi Antalya-Alanya yoluna yakın bir yerde bulunduğu ana yollara yakındır. Tesis için seçilen arazinin bu yolla bağlantısı ara yollarla sağlanmaktadır.

Yörenin çekiciliği : Seçilen arazinin de içinde bulunduğu Side beldesi Türkiye'nin en temiz ve en az bozulmuş sahil şeridine sahiptir.

Ulaşım araçları : Beldeden arazinin bulunduğu yöreye toplu ulaşım araçlarının düzenli seferleri mevcuttur.

Turistik Kalite

Sahil bağlantısı : Arazinin 250 metrelik sahil kısmı plaj niteliğinde olup turistik tesis için uygun yapıdadır.

Deniz Akıntıları : Arazinin sahil kısmı tüm yörede olduğu gibi Akdeniz Bölgesi'nin sahil karakteristiklerini yansıtmaktadır. Bu nedenle derinlik uygun ve tehlikeli akıntı bulunmamaktadır.

Manzara : Seçilen arazinin bulunduğu yöre yeşille mavinin bulunduğu el değmemiş nadir alanlardan biri olması nedeniyle güzel bir manzaraya sahiptir.



Diğer turistik özellikler : Arazi mevcut şu anki durumuyla dahi peysaj açısından yeterlidir. Mevcut ağaçların inşaat sırasında en az zarar görmesi hedeflenmiştir.

Çevredeki turistik yerler : Tesisin kurulacağı ilçe olan Manavgat'ta bir müze, beldede ve çevresindeki yerleşim yerlerinde özellikle Aspendos Tiyatrosu ,Perge , Manavgat Şelalesi başta olmak üzere çok sayıda turistik yer bulunmakta adeta bir açık hava müzesini andırmaktadır.

Rakip İşletmeleri Durumu:

Klasman ve verilen hizmet : İşletme çevresinde birçok beş yıldızlı otel sezonluk ve tüm yıla yönelik hizmet vermektedir. Beş yıldızlı oteller dışında daha düşük yıldızlı oteller ve çeşitli klasmanlardaki tatil köyleri de bulunmaktadır.

Fiyatlar ve doluluk oranları : Yörede bulunan özellikle beş yıldızlı otellerde doluluk oranları

Hitap ettiği kitle : Yöredeki oteller özellikle deniz turizmine yönelik çalışmakla beraber bazıları deniz sezonu dışında da müşteri kabul edebilmektedirler. Bölgenin yumuşak iklimi ve var olan turistik çekiciliğe sahip yerler sezon dışında da talep oluşturmaktadır.

Yakın gelecekte rakip olabilecek işletmeler : Seçilen yöre artık büyük ölçüde doyma noktasına ulaşmıştır. Bu tür tesisler için olmazsa olmaz olan sahil şeridi neredeyse tamamen dolmuştur. Bu nedenle yeni tesis kurulması ihtimali zayıftır. Yeni tesis kurulsa bile yörenin çekiciliği bu arzı da doyuracak talebi yaratabilecektir niteliktedir.

Personel Temini

İşgücü ve çevre : Antalya'nın Türkiye'de turizmin başkenti olması ve arazinin seçildiği yörenin bulunduğu Manavgat ilçesinin de bu özelliği bütünüyle yansıtması nedeniye turistik işletmeler yönelik kalifiye eleman sıkıntısı bulunmamaktadır. Hedeflenen işletme politikasına paralel olarak çalışanların sezonluk değil tüm yıl işletme bünyesinde bulundurulması planlanmıştır. Bu şekilde personelin yetiştirilmesi ve işletme bünyesinde bulundurulması hedeflenmiştir. Personel politikasına ilişkin ayrıntılar örgütsel inceleme aşamasında ayrıntılı olarak belirtilecektir.

Eğitim olanakları : Tesisin personeli özellikle sektöre yönelik eğitim veren meslek liseleri ve yüksek okullarından mezun kişiler arasından seçilecektir. Bu işletme için geliştirilmeye açık insan kaynağı potansiyeli sağlayacaktır.



Hizmetler Sektörü

Satın alma olanakları : Manavgat ilçesinde satın alma ihtiyaçlarının bir çoğu görülebilmektedir. Buradan temin edilemeyen malzemeler Antalya'dan temin edilecektir..

Doktor temini : İlçe merkezinin 5 km mesafede olması nedeniyle doktor temininde bir problem yaşanmayacağı tahmin edilmektedir.

Banka şubeleri ve postane : Manavgat ilçesinde bir çok bankanın şubesi bulunmaktadır. Turistik ve büyük bir ilçe olması nedeniyle tüm kamusal hizmetler bulunmaktadır. (postane, polis, jandarma v.b.)

3.1.2. İşletme Büyüklüğü ve Kapasitesi

İşletme büyüklüğü yani kapasite eldeki arazi kaynağının optimum kullanımı hedeflenerek belirlenmiştir. Bu bağlamda 40000 metrekarelik arazi için belde belediyesinin kapalı inşaata açık olarak ayırdığı 10000 metrekarelik inşaat alanı üzerine 4 kat şeklinde bina tasarlanmıştır. Bu durumda kullanılacak kapalı alanın 40000 metrekare olacaktır.

Yatak sayısı = optimum kapalı alan/ortalama yatak başı alan

Benzer beş yıldızlı tesislerde yatak başı kapalı alan 60 metrekare civarındadır. Tüm bu veriler ışığında otelin 600 yataklı olması uygun görülmüştür. Arazinin imara açık olan kısmı ve arazinin durumu göz önüne alınarak kaliteden ödün vermeksizin en yüksek faydayı sağlayan kapasite seçilmiştir.

3.2. Örgütsel İnceleme

Örgüt, ortak çaba sarfıyla bir işi başarmak için bir araya gelen ve her birinin bir faaliyet bütünü içinde belirli görev, sorumluluk ve yetkiler bulunan şahıslar veya gruplar arasındaki ilişkileri temsil eden yapıya denir.

İşletmede varsayılan doluluk oranlarındaki hizmeti karşılayacak personel sayısı için 0.4 personel/yatak katsayısını kullandık.

Gerekli personel sayısı = Personel/yatak katsayısı * otelin yatak sayısı

Yukarıdaki basit hesaplama, ele aldığımız tesis için gerekli personel sayısını 240 olarak belirlemiş olduk. Bu 0.4 oranını kendi tesisimizin özel durumunu göz önüne alarak belirledik. Bunu bölüm birde belirtilmiş olan değerlerden yola çıkarak seçtik.



Yapılan bazı çalışmalarda Türkiye’de yatak başı personel sayısının belgesiz tesislerde 0.35, belgeli tesislerde ise 0.60 olduğu görülmektedir. Ancak bunlar tüm sektörden alınan veriler ışığında ortaya konmuş değerlerdir. Bu ortalamaların bu kadar büyük oranlarda çıkmış olmasının başlıca nedeni turizm yönelik tesislerde çalışan personelin sayısının sezonluk olarak hesaplanmasından ileri gelmektedir. Sezon içinde talebin artmasına bağlı olarak işletmeler gerektiğinden fazla elemanla işlerini sürdürmektedirler. Sezon dışında ise büyük oranda çalışan işten çıkarılmakta hatta bazı tesisler sezon dışında tümüyle kapanmaktadır.

Bu yaklaşım sonucunda turizm sektöründe çalışanlar mevsimlik olarak iş bulabildiklerinden büyük sıkıntılar yaşamaktadırlar. Bunun sonucunda ise çalışanlar sezon içinde daha çok ücret talep etmekte ve her sene farklı tesislerde çalışmak zorunda kalmaktadırlar. İşteki sürekliliğin olmaması personelin uzmanlaşmasına olanak vermemekte ve daha cazip başka işletmelere kaymalarına neden olmaktadır. Uzman olmayan personel her sezon işletmelere ekstra maliyetler çıkarmakta ya da daha az elemanla görülebilecek hizmetler daha çok elemanla görüldüğü için verimsizlik oluşmaktadır.

İşte tüm bu yanlış personel politikaları sonucunda yatak başı 0.6 gibi bir oran ortaya çıkmaktadır. Bizim belirlediğimiz personel politikası ile bu verimsizlik nedenleri büyük ölçüde ortadan kalkacak ve bu oran 0.4 seviyesine çekilebilecektir.

İşletme politikası olarak kuracağımız otelin sezonluk değil yılın tamamında 12 ay çalışmasını hedefledik. Mevsimsel nedenlerle ortaya çıkabilecek talep yetersizliklerini fiyat politikamızdaki değişiklikler ve ortaya koyacağımız yeni hizmetlerle en aza indirmeyi hedefledik. Bununla beraber çalışanları ücretli izinleri ve çeşitli nedenlerle olabilecek ücretsiz izinlerini talebin az olduğu mevsimlere yöneltmeyi benimsedik. İşletme içi eğitim programlarını da bu dönemlere yerleştirerek bu az yoğun zamanların en etkin şekilde değerlendirilmesini hedefledik.

Seçtiğimiz 0.4 oranı talebin yoğun olduğu dönemlerde bizim için bir handikap gibi görünse de sektördeki diğer işletmelerin yaptığı hatayı yapmayarak iş görenlerimizi tüm yıl çalıştıracığımız için her yıl yeni eleman işe alma ve onları yetiştirme gibi problemlerimiz olmayacak. Kalifiye eleman kullanacağımız için diğer işletmelerde aynı işi yapan kişi sayısından daha az kişi ile işler yapılacaktır.

İşgörenler için de iş güvenliğine sahip olmaları bir güven kaynağı olacak ve onların kişisel hedefleriyle işletmenin hedefleri çok daha kolay uyumlaştırılabilecektir. Böylelikle tüm sektörlerde önemli olsa da hizmet sektörü için olmazsa olmaz olan personel kalitesini çok daha kolay sağlamış olacağız. Hizmetin kalitesinin onun sürekliliğine bağlı olduğu günümüz koşullarında gerçekçi ve kaliteyi tam anlamıyla bünyesine alabilmiş bir personel politikası işletmenin maliyetlerini düşürecek ve rakipler önünde hep bir adım önde olmamızı sağlayacaktır.



Tesisin sıfırdan yapımından hizmete başlamasına kadar ki aşamada bir proje yöneticisi ve ona bağlı bir proje ekibinin kurulması yararlı olacaktır. Bu grupta kuruluş aşamasında yapılacak çalışmalar konusunda uzman olan (mimar, finans uzmanı, yerel yönetim sorumlusu) kişiler bulunmalıdır.

3.3. Ekonomik Etüt

3.3.1. Sektörün Tanımı

Kuracağımız tesis deniz turizmine yönelik olup bu sektör bölüm 1’de ayrıntılarıyla anlatılmıştır.

3.3.2. Arz

Türkiye’deki konaklama tesislerinin yıldız ve sınıflarına göre ulaştıkları sayısal durum aşağıdaki tabloda verilmiştir. 31.12.2001 tarihli verilerine göre Türkiye’nin turizm işletme belgeli yatak sayısı, 325,168’dir. Öte yandan Turizm Bakanlığı’nın denetimi altında çalışmıyor olsalar bile “Belediye Belgeli” konaklama işletmeleri de turizme hizmet vermektedir.

Tablo 3.1 Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinin Türlerine Göre Dağılımı (31.12.2001 itibariyle)

TESİS TÜRÜ	SINIFI	TESİS SAYISI	YATAK SAYISI
Oteller	5 yıldızlı	118	71,136
	4 yıldızlı	193	52,894
	3 yıldızlı	446	73,871
	2 yıldızlı	547	46,566
	1 yıldızlı	145	9,081
Tatil Köyleri	5 yıldızlı	69	46,603
	4 yıldızlı	12	4,042
Moteller	1. sınıf	6	862
	2.sınıf	20	917
Özel belgeli		72	4,670
Pansiyonlar		133	3,219
Apart Oteller		88	4,460
Kampingler		10	2,834
Oberjler		7	1,153
Golf Tesisleri		2	910
Turizm kompleksleri		3	1,451
Eğitim ve uygulama tesisleri		3	499
TOPLAM		1,824	325,168



Kaynak: Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (2000), *Türkiye Turizmi ile İlgili Seçilmiş Veriler*, 2000.İstanbul : Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği.

3.3.3. Talep

Türkiye talebine ilişkin veriler bölüm 1'deki tablo 4'te mevcuttur. 2002 yılında Antalya ilinde gerçekleşen turizm talebi ise aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 3.2, Antalya İlindeki Turistik İşletmelerde Doluluk Oranları

TESİS CİNS VE SINIFI	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	TOPLAM Doluluk oranları
OTEL				
5 YILDIZ	1 583 363	349 049	1 932 412	63,37
4 YILDIZ	762 812	146 699	909 511	64,20
3 YILDIZ	598 412	110 921	709 333	60,94
2 YILDIZ	133 302	75 381	208 683	44,55
1 YILDIZ	7 914	1 978	9 892	28,06
ÖZEL BELGELİ	7 571	2 128	9 699	50,99
YÜZER	-	-	-	-
TERMAL	-	-	-	-
APART	53 377	7 192	60 569	67,22
TOPLAM	3 146 751	693 348	3 840 099	61,61
MOTEL	231	178	409	17,35
PANSİYON	16 603	21 708	38 311	37,19
TATİL KÖYÜ	804 906	135 706	940 612	70,06
OBERJ	-	-	-	-
KAMPİNG	4 981	1 972	6 953	42,48
GOLF TESİSİ	50 121	5 562	55 683	69,98
EĞİTİM UYGULAMA	-	-	-	-
TURİZM KOMPLEKSİ	27 231	6 127	33 358	-
GENEL TOPLAM	4 050 824	864 601	4 915 425	63,39

3.3.4. Fiyatlar

Fizibilite konusu tesisin yatak ücretleri piyasa şartları ve işletmenin kalitesi göz önünde bulundurularak yaz ve kış sezonu için ayrı ayrı belirlenmiştir. Belirlenen fiyatlar tam pansiyon olup bütün hizmetleri kapsamaktadır.



Yaz sezonu ücreti = 45 Euro

Kış sezonu ücreti = 25 Euro

3.3.5. Fizibiliteye İlişkin Fiyatlar, Doluluk Oranları ve Varsayımlar

a) Tesisin Yıl İçinde İşletmeye Açık Olma Süresi

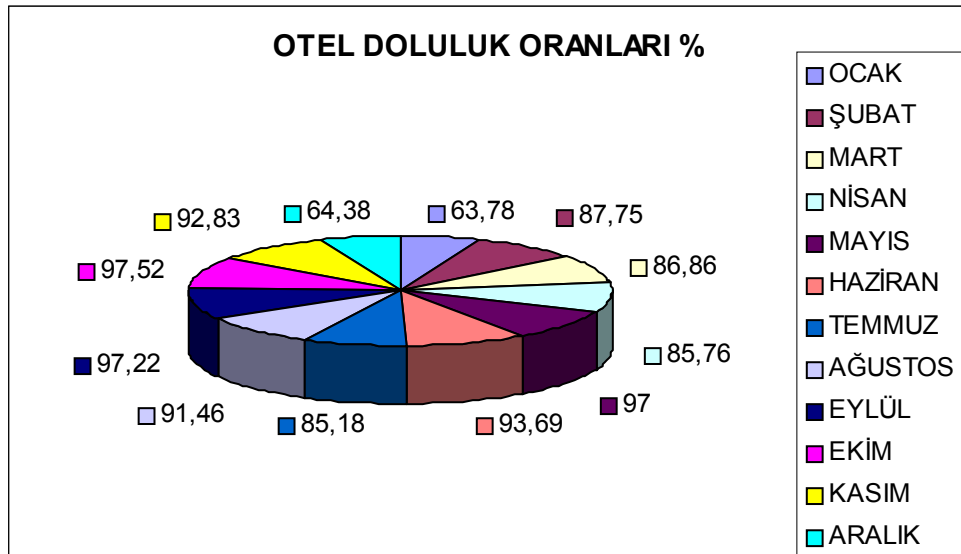
Fizibilite konusu tesisin tüm yıl işletmeye açık olacağı varsayılmış olup yaz ve kış sezonunu çalışma süreleri aşağıdaki gibidir.

Sezon içi (yaz sezonu) gün sayısı : 7 ay olup 214 gündür.

Sezon dışı (kış sezonu) gün sayısı : 5 ay olup 151 gündür.

b) Doluluk Oranları

Fizibilite konusu tesisin doluluk oranlarının 2002 yılının verileri dikkate alınarak aşağıdaki şekilde olacağı varsayılmıştır.



Şekil 3.1, Tahmini Doluluk oranları

3.3.6. Tam Dolulukta İşletme Dönemi Giderleri

İşletme giderlerini her ay için tek tek hesaplamaktansa tam dolulukta işletme giderleri hesaplanıp her ayın doluluk oranı ile çarpılıp aylık işletme giderleri hesaplanmıştır. İşletme dönemi giderleri aşağıdaki kalemleri içermektedir.



3.4.6.1. Hizmet Giderleri

- a) Yiyecek giderleri : Günlük kişi başı yiyecek gideri 4.25 Euro olarak alınmıştır.
- b) İçecek giderleri : Günlük kişi başı içecek gideri 1.23 Euro olarak alınmıştır.
- c) İşletme malzemesi giderleri : Günlük kişi başı işletme malzemesi gideri 2.17 Euro olarak alınmıştır.
- d) Elektrik giderleri : Günlük kişi başı elektrik giderleri 1.45 Euro olarak alınmıştır.
- e) Yakıt giderleri : Günlük yakıt giderleri 1.28 Euro olarak alınmıştır.
- f) Su giderleri : Günlük su giderleri kişi başı 0.28 Euro olarak alınmıştır.
- g) İşçilik ve personel giderleri : Günlük işçilik ve personel giderleri kişi başı 6.53 Euro olarak hesaplanmıştır.
- h) Bakım onarım giderleri : İşletme gelirlerinin % 1 alınmış olup 80.430 Euro olarak hesaplanmıştır.
- i) Genel giderler : Buraya kadar olan hizmet gider kalemleri toplamının %2'si kabul edilmiş olup yıllık 76.920 Euro olarak hesaplanmıştır.
- j) Beklenebilecek farklar : Genel giderler dahil buraya kadar olan hizmet gider kalemleri toplamının %2' si kabul edilmiş olup yıllık 78 460 Euro olarak hesaplanmıştır.

3.4.6.2. Satış Giderleri

Reklam, eğitim ve pazarlama giderleri olarak düşünülmüş, tam doluluktaki işletme gelirlerinin % 3'ü 81 637 Euro olarak hesaplanmıştır.

3.3.7. Yatırım Maliyetleri İncelemesi

Yatırım maliyetleri, arsa maliyeti ve diğer maliyetler olarak iki başlık altında hesaplanabilir.

3.3.7.1. Arsa Maliyeti

Tesisin kurulduğu arsa turistik cazibesi ve sahil şeridinin karakteristiklerinden dolayı benzer özellikteki arsalardan daha pahalı olup 5 milyon Euro'dur.

3.3.7.2. Diğer Yatırım Harcamaları

Etüt proje giderleri, inşaat, tefriş, teçhizat ve tesisat vb. giderler toplamı olarak yatak başı 25000 Euro hesaplanmıştır. Bu değeri yatak sayısı ile çarparak 15 milyon Euro buluruz. İşletmenin ilk işe başlamasında gerekli olan işletme sermayesi de bu 25000 Euro'luk yatak başı maliyete dahildir.

25,000 Euro * 600 = 15,000,000 Euro



Toplam yatırım tutarı = 15,000,000 + 5,000,000 = 20,000,000 \$'dır.

Tablo 3.3, Tam Dolulukta Giderler

GİDER UNSURLARI	%	MİKTAR	TUTAR	SABİT	DEĞİŞKEN
Hizmet giderleri					
Yiyecek giderleri			809,288		% 100
İçecek giderleri	4.25		234,218		% 100
İşletme malzemesi			413,213		% 100
Elektrik	1.23		276,110	% 70	% 30
Yakıt	2.17		243,739	% 70	% 30
Su	1.45		54,188	% 30	% 70
İşçilik-personel	1.28	1,243,446		% 80	% 20
Bakım onarım	0.28		69,933	% 90	% 10
Genel giderler	6.53		66,882	% 80	% 20
Beklenebilecek farklar			68,221	% 30	% 70
TOPLAM HİZMET GİDERLERİ			3,549,169		
Satış giderleri	2		70,984	% 90	% 10
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ			3,620,153		

NOT : Yukarıdaki tabloda kullanılmış olan sabit ve değişken giderlere ait yüzde oranları kaynaklarda belirtilmiş olan Termal Otel Fizibilite Etüdünden alınmıştır.

Tam Dolulukta İşletme Gelirleri

Tam dolulukta işletme gelirleri yaz ve kış sezonu gelirleri olarak ayrı ayrı hesaplanır. Bunun için aşağıdaki formül kullanılır.

Sezonu Gelirleri = Gün sayısı*yatak kapasitesi*konaklama fiyatı

Yaz sezonu için = 214*600*45 = 5,778,000

Kış sezonu için = 151*600*25 = 2,265,000

Toplam işletme gelirleri tam dolulukta 8,043,000 Euro'dur.

3.4. Mali Etüt

3.4.1. Yatırım Tutarı ve Yıllara Dağılımı



Toplam yatırım tutarı olarak 20 milyon Euro gibi bir değer belirlenmiştir. Bu değere projenin başlangıcından tamamlanarak kesin işletmeye alınmasına kadar yapılan kuruluş giderleri, arsa giderleri, sabit tesisler ve işletme sermayesi ile ilgili yatırım harcamalarının tamamı dahildir.

Yatırımın faydalı ömrünün benzer işletmelerde olduğu gibi 20 yıl olacağını tahmin ettik. Hurda değeri olarak ise, gelecekte sadece arsanın bir değeri olabileceğini düşünerek bugünkü arsa bedeli kadar aldık.

Yukarıda ifade edilen yatırım tutarı sektördeki benzer tüm işletmeler için yakın rakamlardadır. Zaten bu değerlerin hesaplanmasında kullanılan veriler sektörün içindeki bir işletmenin gerçekleşmiş verileridir.

3.4.2. Yatırım Harcamaları ve Finansman Planları

İçinde bulunduğumuz dönemde böylesi uzun vadeli bir yatırım için uygun koşullarda dış finansmanın sağlanamayacağı açıktır. Bu nedenle biz yatırım tutarının tamamının öz sermaye ile yapılması durumunda projeyi gerçekleştirecek kişinin fayda sağlayıp sağlayamayacağını hesaplamaya çalıştık.

Burada sermaye sahibinin piyasa cari faiz oranlarının 2 puan üzerinde bir gelir beklentisi olduğunu düşünerek projeyi, değerlendireceğiz.

3.4.3. Tahmini Gelir ve Gider Tabloları

Tahmini gelir ve gider tablolarını hesaplariken örnek aldığımız işletmenin doluluk oranları kullanılmıştır. Bu değerlerin 20 yıl boyunca dış etkenlerden (siyasi, ekonomik krizler vb.) etkilenmeden sabit kalacağı düşünülmüştür.

Tablo 3.4, Tahmini Yıllık Gelirler

AYLAR	Kişi başı konaklama ücreti(Euro)	Doluluk oranı (%)	Konaklayan kişi sayısı (günlük ortalama)	Konaklama Geliri (Euro)
Ocak	25	63,78	63,78*600=383	383*25*31=296 825
Şubat	25	87,75	527	368 900
Mart	25	86,86	521	403 775
Nisan	45	85,76	515	695 250
Mayıs	45	97,00	582	811 890
Haziran	45	93,69	562	758 700
Temmuz	45	85,18	511	712 845
Ağustos	45	91,46	549	765 855
Eylül	45	97,22	583	787 050
Ekim	45	97,52	585	816 075



Kasım	25	92,83	557	417 750
Aralık	25	64,38	386	299 150
TOPLAM			6 261	7 134 065

Tablo 3.5. Tahmini Yıllık Giderler

GİDER UNSURLARI	%	MİKTAR	TUTAR	SABİT	DEĞİŞKEN
Hizmet giderleri					
Yiyecek giderleri			809,288		% 100
İçecek giderleri	4.25		234,218		% 100
İşletme malzemesi			413,213		% 100
Elektrik	1.23		276,110	% 70	% 30
Yakıt	2.17		243,739	% 70	% 30
Su	1.45		54,188	% 30	% 70
İşçilik-personel	1.28		1,243,446	% 80	% 20
Bakım onarım	0.28		69,933	% 90	% 10
Genel giderler	6.53		66,882	% 80	% 20
Beklenebilecek farklar			68,221	% 30	% 70
TOPLAM HİZMET GİDERLERİ			3,549,169		
Satış giderleri	2		70,984	% 90	% 10
TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ			3,620,153		
<u>TOPLAM İŞLETME GİDERLERİ</u>					
Sabit giderler toplamı					
Değişken giderler toplamı			1,574,704		
			2,044,448		
TOPLAM HİZMET GİDERLER					
Sabit giderler toplamı			1,511,819		
Değişken giderler toplamı			2,108,333		

3.4.4. Net Nakit Girişleri

Amortisman oranı % 20 kabul edilerek 20 yıllık net nakit girişleri şöyle bulunur. Vergi oranı % 18 alınmıştır.

1-5 yılları için yıllık net nakit girişleri şöyle hesaplanır.

Net nakit = Toplam gelirler – toplam giderler – KDV

KDV = (Toplam gelir – toplam gider – amortisman miktarı) * 0.18



$$\text{KDV} = (7,134,065 - 3,620,153 - 3,000,000) * 0.18 = 92,504 \text{ Euro}$$

$$\text{Net nakit girişi} = 7,134,065 - 3,620,153 - 92,504 = 3,421,408 \text{ Euro}$$

6-20 yılları için yıllık net nakit girişleri şöyle hesaplanır.

$$\text{Net nakit} = (\text{Toplam gelirler} - \text{toplam giderler}) * (1 - \text{KDV oranı})$$

$$= (7,134,065 - 3,620,153) * 0.82$$

$$= 2,881,407 \text{ Euro}$$

3.4.5. Mali ve Ekonomik Analizler

Burada sadece başabaş noktası analiz ele alınacaktır. Buna göre işletmenin sağlaması gereken başabaş noktası hasılatı aşağıdaki gibi bulunur.

$$\text{Başabaş noktasında satış hasılatı} = \text{Sabit giderler} / (1 - \text{değişken giderler/satış hasılatı})$$

$$= 1,812,196 / (1 - 2,351,291 / 8,043,000)$$

$$= 2,560,828 \text{ Euro.}$$

İşletme 2,560,828 Euro'luk gelir elde ettiğinde kar veya zararı olmayacaktır. Bu rakamın üzerine çıkılınca kar, altına inilince ise zarar elde edilecektir. Başabaş noktası(BBN) doluluk oranlarını yaz ve kış sezonu fiyatları farklı olduğu için hesaplarız.

Yaz sezonu için

$$\text{B.B.N. doluluk oranı} = \text{B.B.N. satış hasılatı} / \text{toplam satış hasılatı}$$

$$\text{B.B.N. satış hasılatı} = 2,560,828 / 365 * 214 = 1,501,416 \text{ Euro}$$

$$\text{Toplam satış hasılatı} = 45 * 600 * 214 = 5,778,000 \text{ Euro}$$

$$\text{B.B.N. doluluk oranı} = 1,501,416 / 5,778,000 = 0.26.$$

Kış sezonu için

$$\text{B.B.N. doluluk oranı} = \text{B.B.N. satış hasılatı} / \text{toplam satış hasılatı}$$

$$\text{B.B.N. satış hasılatı} = 2,560,828 / 365 * 151 = 1,059,411$$

$$\text{Toplam satış hasılatı} = 25 * 600 * 151 = 2,265,000$$

$$= 1,059,411 / 2,265,000 = 0.46.$$



Bu hesaplamalara göre işletmenin yaz sezonunda % 26 kış sezonunda ise % 46 doluluk oranını yakalaması durumunda ne kar ne zarar edecektir. Kış sezonunun doluluk oranının yüksek çıkması sabit maliyetler aynı olmasına rağmen kış sezonu fiyatlarının düşük olmasındandır.

3.5. Projenin Ekonomik Değerlendirmesi

3.5.1. Bir Dinamik Değerlendirme Yöntemi Olarak Net Güncel Değer Yöntemi İle Değerlendirme

İskonto oranı benzer işletme değerlemeleri ve ekonomik durum göz önüne alınarak 0.10 alınmıştır. Net bugünkü değer formülüne göre şu hesaplamalar yapılır. İlk beş yıl için;

$$\begin{aligned}\text{nakit girişlerinin net bugünkü değeri} &= \text{yıllık net nakit girişleri} \cdot \text{tablo değeri} \\ &= 3,421,408 \cdot 3.791 \\ &= 12,970,557 \text{ Euro (1)}\end{aligned}$$

6- 20 yılları için;

$$\begin{aligned}\text{nakit girişlerinin net bugünkü değeri} &= \text{yıllık net nakit girişleri} \cdot \text{tablo değeri} \\ &= 2,881,407 \cdot (8,514 - 3,791) \\ &= 13,608,885 \text{ Euro (2)}\end{aligned}$$

Değer (1) ve değer (2) toplanarak 20 yıllık net nakit girişlerinin bu günkü değeri bulunur. Bu değere hurda değeri eklenerek yatırımın bugünkü değeri bulunur.

$$\text{Yatırımın bugünkü değeri} = 12,970,557 + 13,608,885 + 5,000,000 = 31,579,442 \text{ Euro'dur.}$$

Bu değer yatırım tutarından büyük olduğu için bu değerlendirme yöntemine göre proje kabul edilmelidir.

3.5.2. Bir Statik Değerlendirme Yöntemi Olarak Geri Ödeme Süresi İle Değerlendirme

Gerri ödeme süresi = yatırımın maliyeti/ yıllık nakit girişi

Birinci yıl nakit girişi	= 3,421,408
İkinci yıl nakit girişi	= 3,421,408
Üçüncü yıl nakit girişi	= 3,421,408
Dördüncü yıl nakit girişi	= 3,421,408
Beşinci yıl nakit girişi	= 3,421,408
Altıncı yıl nakit girişi	= 2,881,407
Yedinci yıl nakit girişi	= 2,881,407



Bu hesaba göre proje 20 milyon Euro olan yatırım maliyetini 6.004 yılda geri öder. Yatırım için kabul edilebilecek geri ödeme süresi 6.004'ün altında ise ret edilir, üstünde ise proje kabul edilir.

3.6. Değerlendirme Sonuçları

Fizibilite konusu olan tesis hem statik hem de dinamik değerlendirme yöntemleri ile değerlendirilip şu sonuçlara ulaşılmıştır.

1. Her ne kadar yıllık nakit girişleri tatmin edici gözükse de yatırım tutarının yüksek olması bir dezavantajdır.
2. Etüdü yapılan tesisin kalite anlayışı yurt dışı bağlantıları vb. etkenlerdeki rakip firmalara üstünlüğünden dolayı otelin getirileri yatırımcı açısından beklentilerin üstündedir. Her turizm işletmesinde bu getirilere ulaşılabileceği düşünülmemelidir
3. Günümüz koşullarında reel faiz oranları aşırı yüksek olması her türlü yatırımın cazibesini azaltmakta ve yatırımcıları faiz gelirlerine yöneltmektedir.
4. Turizm sektörünün konjoktürel gelişmelere çok duyarlı olması nedeniyle çok fazla belirsizlik vardır. Hedeflenen kar düzeyleri yakalanamayabilir.

.....