



DPT: 2589 – ÖİK: 601

SEKİZİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI

TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU RAPORU

NİSAN 2001
ANKARA

ISBN 975 – 19 – 2742-0 (basılı nüsha)

Bu Çalışma Devlet Planlama Teşkilatının görüşlerini yansıtmaz. Sorumluluğu yazarına aittir. Yayın ve referans olarak kullanılması Devlet Planlama Teşkilatının iznini gerektirmez; İnternet adresi belirtilerek yayın ve referans olarak kullanılabilir. Bu e-kitap, <http://ekutup.dpt.gov.tr/> adresindedir.

Bu yayın 1500 adet basılmıştır. Elektronik olarak, 1 adet pdf dosyası üretilmiştir.

Ö N S Ö Z

Devlet Planlama Teşkilatı'nın Kuruluş ve Görevleri Hakkında 540 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname, "İktisadi ve sosyal sektörlerde uzmanlık alanları ile ilgili konularda bilgi toplamak, araştırma yapmak, tedbirler geliştirmek ve önerilerde bulunmak amacıyla Devlet Planlama Teşkilatı'na, Kalkınma Planı çalışmalarında yardımcı olmak, Plan hazırlıklarına daha geniş kesimlerin katkısını sağlamak ve ülkemizin bütün imkan ve kaynaklarını değerlendirmek" üzere sürekli ve geçici Özel İhtisas Komisyonlarının kurulacağı hükmünü getirmektedir.

Başbakanlığın 14 Ağustos 1999 tarih ve 1999/7 sayılı Genelgesi uyarınca kurulan Özel İhtisas Komisyonlarının hazırladığı raporlar, 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlık çalışmalarına ışık tutacak ve toplumun çeşitli kesimlerinin görüşlerini Plan'a yansıtacaktır. Özel İhtisas Komisyonları çalışmalarını, 1999/7 sayılı Başbakanlık Genelgesi, 29.9.1961 tarih ve 5/1722 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe konulmuş olan tüzük ve Müsteşarlığımızca belirlenen Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu genel çerçeveleri dikkate alınarak tamamlamışlardır.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile istikrar içinde büyümenin sağlanması, sanayileşmenin başarılması, uluslararası ticaretteki payımızın yükseltilmesi, piyasa ekonomisinin geliştirilmesi, ekonomide toplam verimliliğin artırılması, sanayi ve hizmetler ağırlıklı bir istihdam yapısına ulaşılması, işsizliğin azaltılması, sağlık hizmetlerinde kalitenin yükseltilmesi, sosyal güvenliğin yaygınlaştırılması, sonuç olarak refah düzeyinin yükseltilmesi ve yaygınlaştırılması hedeflenmekte, ülkemizin hedefleri ile uyumlu olarak yeni bin yılda Avrupa Topluluğu ve dünya ile bütünleşme amaçlanmaktadır.

8. Beş Yıllık Kalkınma Planı çalışmalarına toplumun tüm kesimlerinin katkısı, her sektörde toplam 98 Özel İhtisas Komisyonu kurularak sağlanmaya çalışılmıştır. Planların demokratik katılımcı niteliğini güçlendiren Özel İhtisas Komisyonları çalışmalarının dünya ile bütünleşen bir Türkiye hedefini gerçekleştireceğine olan inancımızla, konularında ülkemizin en yetişkin kişileri olan Komisyon Başkan ve Üyelerine, çalışmalara yaptıkları katkıları nedeniyle teşekkür eder, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın ülkemize hayırlı olmasını dilerim.


Dr. Akın İZMİRLIOĞLU
Müsteşar

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
Giriş	1
Genel Değerlendirme	3
Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Beklenen Temel Gelişmeler	5
Yatırım	5
Altyapı ve Çevre	6
İşletme	7
Eğitim	8
Tanıtım ve Pazarlama	9
Yasal Düzenlemeler	10
Avrupa Birliği İle İlişkiler	11
Deniz Turizmi	11
Yatırım-Teşvik-Altyapı-Çevre Alt Komisyon Raporu	15
I. Turizmin Dünyadaki Durumu Ve Türkiye'nin Yeri	15
II. Ulaşılmak İstenen Hedefler	16
III. Hedefe Ulaşırken Yaşanabilecek Zorluklar	18
IV. Teşvikler	19
V. Yatırımların Çeşitlendirilmesi	25
VI. Alt Yapı	27
VII. Çevre	34
İşletmecilik-Konaklama-Acentacılık-Ulaşım Alt Komisyonu Raporu	39
Dünyada ve Türkiye'de Turizmin Gelişimi	39
VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Beklenen İlave Yatak Tahmini	
I. Dünyada Ve Türkiye'de Turizmin Gelişimi	39
II. Türkiye'nin Dış Turizm Giderleri	43

III.	Konaklama Sektöründe Mevcut Yatak Kapasitesi, Devam Eden Yatırımlar ve VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Beklenen İlave Yatak Tahmini	44
IV.	VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm İşletmecilik Alt Komisyonu Önerileri	46
	Tanıtma Ve Pazarlama Alt Komisyonu Raporu	61
I.	Giriş	61
II.	İçerik	61
III.	Misyon	61
IV.	Durum Değerlendirmesi	62
V.	Türk Turizminin Güçlü ve Zayıf Yönleri ile Fırsat ve Tehditler (SWOT Analizi)	65
VI.	Stratejik Analiz	68
VII.	Pazarlama Karmasının Planlanması	75
VIII.	Uygulama	75
	Tanıtma Ve Pazarlama Alt Komisyonu Rapor Özeti	79
I.	Temel Amaç	80
II.	Pazar	81
III.	Ürün ve Tesisler	82
IV.	Varış Noktalarının Gelişiminde Tanıtım ve Pazarlama (Destinasyon Gelişimi)	82
V.	İmge	85
VI.	Kaynaklar	86
VII.	Turizmde Sektörel Yapılanma	86
	Eğitim-Kalite-İstihdam Alt Komisyon Raporu	93
	Çözüm Önerileri	94
	Yasal Düzenlemeler Alt Komisyon Raporu	101
	Amaç	101
	Mevcut Durum	101
	Sektörel Yapılanma	103
	Öneriler	104
	Avrupa Birliği İle İlişkiler Alt Komisyon Raporu	108

Giriş	108
Avrupa Birliğinde Turizm Politikaları	108
Öneriler	112
Deniz Turizmi Ve Yatçılık Alt Komisyon Raporu	117
Genel	117
I.Bölüm: Kısa Vadede Yapılması Gerekli İşler	118
Yat Limanları (Marinalar)	118
Yat işletmeciliği	122
II. Bölüm: Orta Vadede Yapılması Gerekli İşler	132
Uluslar Arası Açılım	132
III. Bölüm: Projeler	133

VIII.BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI
TURİZM
ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU ÜYELERİ

BAŞKAN	TAVİT KÖLETAVİTOĞLU	Turizm Yatırımcıları Derneği
KOORDİNATÖRLER	Hülya ÖRS Ayhan KILINÇ	Devlet Planlama Teşkilatı Devlet Planlama Teşkilatı
RAPORTÖR	Kamuran ÖZGÜN	Turizm Bakanlığı

ALT KOMİSYONLAR

İŞLETMECİLİK-KONAKLAMA-ULAŞIM ALT KOMİSYONU

BAŞKAN	: Vedat BAYRAK	SETUR
RAPORTÖR	: Nihat ERTÜRK	TUROB
ÜYELER	: Abdi AYHAN Dündar DENİZER Rıza EPİKMEN Ali GÜMÜŞ Halil KAPTAN Erdal KUMRU Semih SELİMOĞLU	Yes Oto Kiralama Gazi Üniversitesi TÜRSAB Turizm Bakanlığı Turizm Bakanlığı Turizm Bakanlığı TÜRSAB

YATIRIM-TEŞVİK-ALTYAPI- ÇEVRE ALT KOMİSYONU

BAŞKAN	: Yılmaz IŞIKÇI	TYD
RAPORTÖR	: Mert TEMİMİHAN	Belek Turizm Yatırımcıları Birliği
ÜYELER	: Güven AKGÜL İbrahim BİRKAN Dilek DURGUNAY Gülfer ERDOĞAN Nihat ERTÜRK Arzu GÜR Fikret GÜRTEKİN Acar İPEKÇİ Ali Haydar KÜÇÜK	Boğaziçi Üniversitesi Turizm Bakanlığı Özel Çevre Koruma Kurulu TUROB Başbakanlık Özürlüler İdaresi Belpark Resort Otel İç İşleri Bakanlığı

Necla OKUR	Başbakanlık Özürllüler İdaresi
Ferhat ÖZHAN	Turizm Bakanlığı
Arzu SEBAHATTİN	
Erdoğan TOLAN	Turizm Bakanlığı
İsmet ÜLKER	Turizm Bakanlığı

TANITIM VE PAZARLAMA ALT KOMİSYONU

BAŞKAN : Prof.Dr.Meral KORZAY Boğaziçi Üniversitesi

RAPORTÖR : Erdal AKTAN Turizm Bakanlığı

ÜYELER : Hülya ASLANTAŞ Universal Turizm
Oktay ATAMAN Turizm Bakanlığı
Vedat BAYRAK TÜRSAB
Vakkur ÇETİNER Turizm Bakanlığı
Özen DALLI TUGEV
Dündar DENİZER Gazi Üniversitesi
Yalçın DÜLGER Ataköy Marina
Rıza EPİKMEN TÜRSAB
Ali ERDİM Dr.Erdim Otel
Gürkan ERTAŞ Turizm Bakanlığı
Korel GÖYMEN ODTÜ
Hüsnü GÜMÜŞ Turizm Bakanlığı
Acar İPEKÇİ Belpark Resort Otel
Raci KARACA Turizm Bakanlığı
Selami KARABRAHİMGİL Turizm Bakanlığı
Tuncer KIZILOĞLU G.Osman Paşa Üniv.
Nedret KORUYAN TYD
Tunç KURTOĞLU İdol Turizm
Savaş KÜCE Turizm Bakanlığı
A.Haydar KÜÇÜK İç İşleri Bakanlığı
Hüsnü KÜÇÜKARSLAN Turizm Bakanlığı
Oğuzhan ÖNEN T.Kalkınma Bankası
Seyhun ÖRS Turizm Bakanlığı
Nurhayat ÖRÜNDÜ Turizm Bakanlığı
Seden ÖZDEMİR Bilkent Üniversitesi
Leyla ÖZHAN Turizm Bakanlığı
Selim SELİMOĞLU TÜRSAB
Mustafa SİYAHHAN Turizm Bakanlığı
Feyza SÜRÜCÜ Turizm Bakanlığı
Hasan TEKELİ Akdeniz Üniversitesi
Cemal TEKKANAT Turizm Bakanlığı
Serpil VAROL Turizm Bakanlığı

EĞİTİM-KALİTE-İSTİHDAM ALT KOMİSYONU

BAŞKAN	: Prof.Dr.Ahmet YALNIZ	AKDENİZ Üniversitesi
RAPORTÖR	: Dr.Şeyda ODABAŞI	Turizm Bakanlığı
ÜYELER	: Doç.Dr.Duygu AYTUĞ Dr.İhsan ÇETİN Selin İSTANBULLU Halil KAPTAN Kamuran ÖZGÜN Ali İmdat UÇAR	Başkent Üniversitesi Bilkent Üniversitesi Bilkent Üniversitesi Turizm Bakanlığı Turizm Bakanlığı Turizm Bakanlığı

YASAL DÜZENLEMELER VE AVRUPA BİRLİĞİ İLE İLİŞKİLER ALT KOMİSYONU

BAŞKAN	: Nedret KORUYAN	TYD
RAPORTÖR	: Artun ÇAĞLAYAN	MARYAT
ÜYELER	: Hüsnü ÇÖLLÜ Doç.Dr.Filiz DİNÇER Şule GÖNEN Arzu GÜR Halil KAPTAN Ali Haydar KÜÇÜK Necla OKUR Emre ÖZTÜRK Prof.Dr.Hasan TEKELİ Barış TOPALLAR	Deniz Ticaret Odası İstanbul Üniversitesi Turizm Bakanlığı Başbakanlık, Özürlüler İdaresi Turizm Bakanlığı İçişleri Bakanlığı Başbakanlık, Özürlüler İdaresi Turizm Bakanlığı Akdeniz Üniversitesi Bilkent Üniversitesi

DENİZ TURİZMİ ALT KOMİSYONU

BAŞKAN	: Levent SERAL	Marmaris Marina
RAPORTÖR	: Oya KAPTANOĞLU	Muğla Deniz Ticaret Odası
ÜYELER	: Sedat ALTUNAY Ali BEZİRGAN Artun ÇAĞLAYAN Hüsnü ÇÖLLÜ Yılmaz DAĞCI Dündar DENİZER Emre DORUK	ATAKÖY Marina Doğuş Holding MAR-YAT Antalya Deniz Ticaret Odası SETUR Marina GAZİ Üniversitesi

Can ERERTEM
Melis GİRAUD
Hüsnü GÜMÜŞ
Hasan KAÇMAZ
Hasan MENGİ
Sinan ÖZER
Işın SUN
Atilla URAS

Bodrum Deniz Tic. Odası
Turizm Bakanlığı
MAR-YAT Antalya
Marmaris Deniz Ticaret Odası
Bodrum Yat İşl. Derneği
Turizm Bakanlığı
Doğal Hayatı Koruma Derneği

Not:Üye isimleri soyadı sırasına göre yazılmıştır.

GİRİŞ

Dünyada değişen turist talebine uygun büyük bir potansiyele sahip bulunan Türkiye, artık sıradan bir turistik varış noktası olmaktan çıkıp, bütün varlık ve kurumlarıyla Akdeniz ve Avrasya'nın en önemli bir turizm ülkelerinden biridir.

Deniz, güneş, kum gibi geleneksel turizm denince akla ilk gelen üç unsur açısından bakıldığında, Akdeniz'de sıradan bir ülke konumunda olan Türkiye, tarih, kültür, sanat, doğal güzellikler, gastronomi, folklor, sıcak ve sevecen insanları söz konusu olduğunda, aynı coğrafyada eşsiz bir üstünlüğe sahiptir. Diğer bir deyişle Türkiye 21.inci yüzyılın farklı renk ve tadlar arayan, değişen turist profilinin talep ettiği tüm özellikleri barındırmaktadır. Ülkemizin bu eşsiz potansiyelini, sürdürülebilirlik özelliğini gözardı etmeden, turizmin hizmetine taşıyabilmek, ciddi, bilinçli ve bilimsel çalışma ve planlamayı gerekli kılmaktadır. Ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel gelişmelerin izlenmesi, dış dünya ile verimli ilişkiler, turizm varlıklarının rasyonel kullanımı ve turizm gelirlerinin maksimizasyonu ancak turizmde etkin bir planlama ile sağlanabilir.

Tüm bu çalışmalar kamu ve sivil insiyatifin ortaklığı ile yürütülmelidir. Günümüze değin tanıtım, nitelik ve niceliğin saptanması, planlama ve benzeri tüm fonksiyonları tek başına yürüten kamu otoritesi, artık bu işlevleri sivil insiyatifle ortaklaşa yürütmelidir.

Bu dönüşümü sağlama sorumluluğunu üstlenmiş bugünün tüm sektör yöneticileri (siyasi irade, turizm bürokrasisi ve sektör kuruluşları) sivil yerel insiyatifin itici gücünü doğru formüle eden bir yapılanmayı geciktirmeden hayata geçirmek zorundadır.

Bir parçası olmayı hedeflediğimiz Avrupa Birliği ilkeleri bağlamında da, sivil insiyatiflerin önemi, sivil toplum örgütlerinin ağırlığı, tüm politikaların oluşumu ve yönlendirilmesinde etkilerini göstermektedir.

Artan rekabet ortamında, ülke geleceğinin en önemli ekonomik ve sosyal sektörü turizmde seri kararlar alabilmek ve gecikmesiz uygulayabilmek için, zaman oldukça kısadır. Burada doğru ilkelerle kurgulanmış bir plan sürecinin sektöre öncülük etmesi kaçınılmazdır.

Planlama sürecinde güçlü yerel sivil insiyatiflerin aktif olarak yer alması amaçlanmaktadır.

Öte yandan ülkesel ve yerel boyutta sivil insiyatif oluşturmak sorumluluğunu üstlenen sektör kuruluşları, vizyon geliştirmek ve kamu işbirliği içinde uygulanabilir projeler üretmek zorundadır. Bu noktada yerel envanterin saptanması, yerel değerlendirme ve yerel tanıtma için projeler geliştirilmelidir. Bu projelerin üretiminde, merkezi yönetimden tabana yöneltilen şekilde değil, tabandan merkeze yönelen bir sistem ile oluşturulmasına özen gösterilmeli ve yerel sahiplenme esas alınmalıdır.

Turizmin çok yönlü ve dinamik bir endüstri ve hizmetler sistemi olması, sektörle ilgili geliştirilecek plan ve politikalarda devletin ilgi ve desteğini gerekli kılmaktadır.

Turizm sektöründeki unsurların ülkesel ve yerel boyutta bir bütünün ayrılmaz parçaları olduğu gerçeğinden hareketle, sivil inisiyatiflerin güçlenebilmesi ve etkinleşebilmesi için gerekli yasal yapının oluşturulmasında ve uygulanmasında Kamu yönetiminin etkin bir rol üstlenmesi gerekmektedir.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu, 14 Aralık 1999 tarihinde oluşturulmuş ve komisyon çalışmalarını;

1. İşletmecilik-Konaklama-Ulaşım,
 2. Yatırım-Teşvik-Altyapı- Çevre,
 3. Tanıtım ve Pazarlama,
 4. Eğitim-Kalite-İstihdam,
 5. Yasal Düzenlemeler Ve Avrupa Birliği İle İlişkiler,
 6. Deniz Turizmi,
- alt komisyonlarıyla yürütmüştür.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlıkları çerçevesinde kurulan ve görevini tamamlayan Turizm Özel İhtisas Komisyonu'nun seçkin üyelerine, bu raporun hazırlanmasındaki katkıları için teşekkürlerimi sunarım.

Ankara, 10 Ağustos 2000

Tavit KÖLETAVİTOĞLU

Turizm Özel İhtisas Komisyonu Başkanı

GENEL DEĞERLENDİRME

Turizm sektörü, Türk insanının refahının yükseltilmesi ve Türkiye'nin kalkınmasında giderek daha fazla rol oynamaktadır. Turizmde daha hızlı büyüme, daha fazla istihdam, daha yüksek rekabet gücü ve daha yüksek turizm geliri belirli şartların yerine getirilmesine bağlıdır. Bu durumda yatırım, teşvik, altyapı, çevre, yasal düzenlemeler, tanıtım, pazarlama, işletme, eğitim, kalite, AB ile ilişkiler gibi unsurlar turizm hedeflerine ulaşmada kilit öneme sahiptir. Bu unsurlar sistemin ayrılmaz parçalarıdır ve birbirlerini etkilemektedirler. Bu nedenle en kısa zamanda hazırlanması gerekli Turizm Master Planı süreci kapsamında bir bütün olarak ele alınmaları ve mevcut eksikliklerin eş zamanlı olarak giderilmesi önem taşımaktadır.

Dünya turizm trendlerinde gözlenen değişimler şöyle özetlenebilir:

Yenilik ve çeşitlilik talebi artmaktadır. Deniz, kum, güneşten oluşan talebin yerini kültür, tarih, sağlık, kongre, yatçılık, eğlence, heyecan motifleri almakta, kıyı turizminin yerine tüm ülkenin, sezonluk seyahatler yerine yılın tümüne yayılan turizm hareketi gelişmektedir.

Uzun mesafeli deniz aşırı seyahatlerde artış görülmektedir.

Tüketicinin bilgilendirilmesi ve korunması, artık evrensel değer ve sistemlere bağlanmakta, kalıcı ve dengeli bir turizm gelişimi için tüketicilerin sürdürdüğü kampanyaların etkisi artmaktadır.

Destinasyon seçimi ve rezervasyon sürecinde internet hızla önem kazanmaktadır.

Turizmin ekonomik, sosyal kültürel ve ekolojik etkileri üzerinde daha yüksek bilinç ve duyarlılık egemen olmakta, parası ve zamanı daha fazla, zor tatmin olan, meraklı ve seçici turist kitlesi önem kazanmaktadır.

Gelişen turist yapısıyla birlikte kalite, saniter altyapı, çevre, konukseverlik beklentileri artmaktadır.

Bu süreçte, dünya turizmindeki değişimleri Türk turizmine aktaracak projeler kilit öneme sahip bulunmaktadır.

Bu projelerin başında Turizm Master Planı gelmektedir. Turizm Master Planı, turizmde ürün çeşitliliğine gidilmesi, önceliklerin saptanması, uygulamanın mekan ve zamana yayılması ve bu süreç içinde yer alacak aktörlerin tanımlanması, fonksiyonlarının belirlenmesinde yol gösterici olacaktır. Master plan ile turizmde bölgesel insiyatifin güçlendirilmesi desteklenecektir. Bu noktada yerel envanterlerin yapılması, değerlendirilmesi ve yerel tanıtım için proje geliştirilmesi önem kazanmaktadır.

Türk turizmi, Akdeniz çanağında tesislerin fiziki kalitesiyle uluslararası standarda en üst seviyede ulaşmıştır. Ancak "Varış Noktasında Toplam Kalite" kavramının geliştirilmesi ve yerleştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Turizm bölgelerindeki ekonomik yapının, sivil yerel

insiyatifin, halkın ve bireylerin sektöre sahip çıkması sağlanmalı, bu yönde gerekli bilinç yaratılmalı, turizm yöresi belediyeçiliği geliştirilmelidir.

Sektörde hizmetler zincirindeki kalite standardının genelde düşük olması, rekabeti engelleyen önemli faktörlerden biridir. Düşük fiyatlara rağmen talep yetersizliğinin temel nedeni, arz edilen turizmin talep edilen turizm olmamasıdır.

Türk turizminin acilen gereksinim duyduğu değişimlerden bir diğeri de yeniden yapılanmadır. Dünya turizminde değişen talep yapısı Türkiye'ye büyük avantaj sağlamıştır. Geleneksel deniz, kum, güneş odaklı talep yapısından, geniş bir yelpazeye yayılan ve birçok değişik unsur içeren talep yapısına geçiş, Anadolu'nun sektöre sağladığı ortak kültür mirası arzı ile örtüşmektedir. Bu noktada turizmdeki mevcut idari yapının yetersizliği kendini göstermektedir. Merkez ağırlıklı bir yönetim şekli yerini, sivil toplum örgütlerinin yerel insiyatif kullandığı bir yönetim tarzına bırakmalıdır. Bu konudaki çağdaş yapılanmanın esasları ve işbölümü saptanırken, devletin koordinasyon sağlama, standart belirleme ve denetleme işlevlerini yerine getiren, diğer işlevlerini ise özel sektör meslek örgütlerine devreden bir yapıya kavuşturulması gereği dikkate alınmalıdır. Turizmde sivil insiyatifin ağırlık kazanması, yurtdışı sivil örgütlerle yakın ilişkilerin kurulmasını, dolayısıyla ülke tanıtımı ve pazarlamasında önemli adımların atılmasını sağlayacaktır.

Türk turizminin en büyük eksikliklerinden biri olan tanıtma konusunda yapılması gereken işlerin başında, turizm sektörünün ekonomik, sosyal, politik öneminin kamuya ve kamuoyuna anlatılması gelmektedir. Turizmde gerekli adımların atılmasında tüm kesimlerin sektör konusunda bilinçlendirilmesine ihtiyaç vardır. Tanıtma konusunda kamu ve özel sektör birlikte çalışmalıdır. Tanıtma ülke imajı ve sektörel tanıtma olarak iki temel kavramla ele alınmalıdır. Ülke imajı, siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik ve yönetsel boyutlarıyla Türkiye imajının geliştirilmesini ifade eder. Ülke imajı konusunda örgütlenme ve kaynak yaratma fonksiyonları ağırlıklı olarak kamunun sorumluluğunda olmalıdır.

Tanıtmanın diğer kolu olan sektörel tanıtma, sektörel bazda turizm ürününün geliştirilmesini ve ülkeye yönelik turizm talebini arttırmayı hedeflemektedir. Sektörel tanıtma kendi içinde ikiye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki Türkiye'nin toplam turizm varlığını ve potansiyelini ortaya koyan sektörel tanıtımdır. Burada sivil insiyatif ağırlıklı olarak söz sahibidir. Sektördeki sivil toplum kuruluşları, meslek örgütleri, yerel yönetimler ve ticari birimler ortak sorumluluk ve katkıya sahiptirler. Sektörel tanıtmanın ikinci unsuru ise, turistik yöre ya da ürün bazlı tanıtmayı hedef alan bölge+ürün tanıtmasıdır. Sektördeki ticari birimler kendilerini tanıtırken ülkeyi ve bölgelerini de tanıtmış olmaktadır.

Ülke imajı ile ilgili politika ve strateji, kamu, üniversite ve özel sektörün oluşturacağı Ulusal Tanıtma Konseyi tarafından belirlenmelidir. Sektörel tanıtma ise özel sektör ağırlıklı olarak, kamu+sivil toplum örgütlerinin bir araya gelmesiyle oluşturulacak kurul tarafından üstlenilmelidir.

Avrupa Birliği'ne uyum sektörün önemli konularından biridir. Avrupa Birliği, turizmi Avrupa kimliğini oluşturma açısından son derece önemli bir katalizör olarak görmekte, bu nedenle

yapısal ve bölgesel fonlar kanalıyla sektördeki KOBİ'leri desteklemektedir. Tam üyelik sürecinde olduğumuz bu dönemde, Avrupa Birliği'ne uyumda gerekli düzenleme ve yapılanma için eğitim ve koordinasyona ihtiyaç vardır. Mevzuat uyumunun başarıya ulaşması, merkezi idare ve yerel yönetimler ile sivil toplum örgütlerinin uyum sürecine aktif katılmaları ile mümkün olacaktır. Diğer yandan Avrupa Birliği'nin özellikle Akdeniz ülkelerindeki yatırım projelerine sağladığı finansal destek programları yakından izlenmeli, yerel ölçekte projelerin geliştirilmesine önem verilmelidir.

SEKİZİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE BEKLENEN TEMEL GELİŞMELER

1990'lı yıllar, dünya turizminin istikrarlı olarak büyümeye devam ettiği, ancak rekabet ortamının giderek yoğunlaştığı bir dönem olmuştur. Doksanlı yıllarda dünyada yıllık ortalama artış oranı, turist sayısında % 4, turizm gelirlerinde ise % 7,2 olmuştur. Söz konusu artış hızı baz alınarak yapılan tahminler, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı dönemi sonu olan 2005'te dünyadaki turist sayısının 830 milyon kişiye, turizm gelirin ise 700 milyar dolar civarına ulaşacağını göstermektedir.

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde Türk turizminin dünya pazarından elde ettiği pay (hem turist sayısı, hem de turizm gelirlerinde) % 1,5 ile % 2 arasındadır. Ancak Türk turizminde büyüme hızı dünya ortalamasının üstündedir. Sekizinci Plan dönemi sonunda Türk turizminin dünya turizminden alacağı payın, hem turist sayısı hem de gelirlerde % 2'nin üstüne çıkarak % 2,2'ye ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu durumda Türkiye'nin 2005 yılında 18 milyon yabancı turisti ağırlayarak, 16 milyar dolara yakın gelir elde etmesi beklenmektedir.

Yabancı turist sayısındaki artış yanında, yerli turist hareketinin de önümüzdeki plan dönemi içinde önemli oranda canlanacağı beklenmektedir. Halen Bakanlık belgeli konaklama tesislerinde toplam gecelemlerin 2/3'ü yabancı, 1/3'ü ise yerli turistler tarafından gerçekleştirilmektedir. İç turizm potansiyelinin tesislerde konaklama talebini artırması, konaklama kapasitesinin de artmasını etkileyecektir.

YATIRIM

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı sonunda ulaşılacak turist talebinin, halen 350 bin olan Bakanlık belgeli konaklama kapasitesini 640 bin dolayına yükseltmesi hesaplanmaktadır. Önümüzdeki 5 yıl içinde 300 bine yakın yatağın sisteme girmesi mümkün gözükmemektedir. Her ne kadar 1.200 tesis ve 230 bin yatak için yatırım belgesi alınmış ise de, bu tesislerden çok azının 8. Plan dönemi içinde tamamlanacağı tahmin edilmektedir.

Turizm yatırımları için sağlanan teşviklere 90'lı yılların ikinci yarısından itibaren getirilen kısıtlar nedeniyle, işletmeye açılan yatak sayısında önemli ölçüde azalma olmuştur.

Turizm, düşük maliyetli döviz girdisi ve istihdam sağlaması, nitelikli işgücü talep etmesi nedeniyle ekonomik olarak, dünya barışına katkı sağlaması nedeni ile de siyasi olarak bir makro sektördür. Buna karşın turizm yatırımları, normal koşullarda geri dönüşü uzun yıllar

alan, sermaye/hasıla oranı yüksek, siyasal, sosyal, doğal ve ekonomik olaylara son derece duyarlı ve kırılabilir, dolayısıyla girişimciler için riskli yatırımlardır. Bu nedenle bütün dünyada turizm yatırımları özel şekilde teşvik edilmekte, turizmde gelişmiş ülkelerde dahi teşvikler ısrarla sürdürülmektedir.

Türkiye, turizm yatırımlarında verimli teşvik mekanizmasını 1985-91 yılları arasında uygulamıştır. Söz konusu dönemde turizm yatırımları uzun vadeli, düşük faizli krediler ve hibe türü nakdi teşvik ile desteklenmiştir. Bugün dünya standartlarında olmaları ile öğündüğümüz konaklama tesislerimizin büyük bölümü 1985-91 arasında uygulanan teşvik sisteminin ürünüdür.

Şu anda dünyada turizm yatırımları için uygulanan teşvikler, ağırlıklı olarak faiz sübvansiyonlu uzun dönemli krediler ve nakdi teşviklerden oluşmaktadır. Bu yaklaşım ülkemizde de benimsenmelidir.

Turizm yatırımlarına yabancı sermayenin çekilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle enflasyonu düşürme çabaları ile birlikte enflasyon muhasebesinin uygulanması ve yabancıların Türkiye’de mülk edinmelerinin kolaylaştırılması uygun olacaktır.

Son yıllarda azalan arazi tahsisleri şeffaf ve objektif kriterlere dayalı bir sistem dahilinde devam etmeli, tahsis edilen arazilerdeki yatırımların 3 yıl içinde tamamlanarak işletmeye açılması şartı konmalıdır.

Turizm tesislerinin en fazla 7 yılda bir modernize edilmesi kaçınılmaz bir gereksinimdir. Modernizasyon ve yenileme yatırımlarının uygun faizli kredilerle desteklenmesi gerekmektedir.

Türkiye’nin mevcut yatak kapasitesinin 2/3’ü sahil turizmine dönük olarak kıyı şeridinde toplanmıştır. Türk turizminin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması kapsamında termal ve sağlık turizmi, kültür turizmi, kongre turizmi, dağ ve yayla turizmi, kış turizmi, üçüncü yaş ve gençlik turizmi, yat ve deniz turizmi yatırımlarına gereksinim duyulmaktadır.

ALTYAPI VE ÇEVRE

Fiziksel büyümeye paralel olarak altyapının aynı oranda gelişmeyişinin doğurduğu sorunların, turizm sektörünü olumsuz yönde etkilediği özellikle Batı Akdeniz’in gelişmiş turizm ülkelerinde yaşanan örneklerle sabittir.

Atık su, artırmış suyun derin deniz deşarjı, katı atıklar, temiz su gereksinimi, elektrik enerjisinde yaşanan sıkıntılar, karayollarının iyileştirilmesi, turizm alan ve merkezlerine yakın yeni havaalanlarının açılması mevcut altyapı sorunlarının başlıcalarıdır.

Turizm alanlarında altyapı yatırımlarının finansmanı, özel sektör ile devletin belli oranlarda katılımıyla gerçekleştirilmelidir. Altyapı tesislerinin işletilmesi özel sektör ile kamunun temsil edildiği altyapı birliklerine verilmelidir. Böylece ATAK benzeri projelerin oluşturulması, bu

projelerin yurtdışı finans imkanlarından yararlanması ve projelerin hayata geçirilmesi ivme kazanmış olacaktır.

Turizm bölgelerindeki aşırı yoğunlaşma, sahillerdeki turistik beldelerde aşırı yapılaşmaya neden olmaktadır. Bu yapılaşmanın ana nedenlerinden biri turizmin yöre ekonomisine getirdiği canlılık sonucu iç göçün, dolayısıyla da konut talebinin artması, diğeri ise, tatil amaçlı ikinci konutlardaki artışlardır. Her iki konut türündeki artış, ayrıca beraberinde ciddi altyapı sorunlarını da getirmektedir.

Aşırı yapılaşmanın bir diğeri sebebi de, yerel yönetimlerin rant amaçlı yapılaşmayı artıran imar planı değişiklikleridir. Turizm yörelerindeki yerel yönetimlerin imar planı yapma ve uygulama yetkileri yeniden düzenlenmelidir.

Tüm bunların ötesinde, çevreyi korumak ve yeni kirlenmelere neden olmamak için ülkesel ve bölgesel fiziki gelişme planları hazırlanmalıdır. Bütün sektörler bu fiziki plan kapsamı içinde değerlendirilmeli ve buna uymaları sağlanmalıdır.

İŞLETME

Türk turizminde Bakanlık belgeli konaklama işletmelerinin yıllık ortalama doluluk oranları ve fiyatları olması gerekenin altındadır. İşletmeler, en önemli sorunlarını etkin pazarlama ve tanıtma eksikliği olarak görmekte, tanıtma ve pazarlamaya yönelik faaliyetlerin teşvik edilmesini talep etmektedirler. Bu bağlamda, turizm gelirin en az % 2'sinin tanıtıma harcanması zorunlu gözükmektedir.

İşletmelerin sektörel dış ticaret tipi örgütlenmeye gitmeleri ve uluslararası franchising sistemine katılmaları pazarlama imkanlarının geliştirilmesi açısından önemlidir.

Küçük ve orta boyutlu turizm işletmelerinin KOBİ kapsamına alınması, sanayi kolundaki KOBİ'lere tanınan teşviklerin turizm sektörüne de yansımaya imkan verecektir.

Diğeri yandan, seyahat acentalarına sağlanan Eximbank kredilerinin turizm işletmelerine de verilmesi ve bu tür kredilerin işletmenin modernizasyonu için kullanılması önemli bir darboğazın aşılmasında rol oynayacaktır.

Turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin içinde buldukları mali koşulların, Türkiye'nin yakın rakipleri ile eşit düzeye getirilmesi rekabet açısından gereklidir. Örneğin birçok ülke turizm sektöründe, standart KDV oranının yarısı, hatta üçte biri kadar bir oranı uygulamaktadır. Buna Türkiye'ye girişte alınan ayakbasta paralarının yüksekliği eklenince, fiyat açısından rekabet düzeyi düşmektedir.

Turizm işletmelerinin mali yapısını sarsan bir diğeri önemli unsur da, TL'nin aşırı değerliliğinden kaynaklanmaktadır. Sektörün gerçekçi kur politikasına ihtiyacı vardır.

Turizm işletmelerinin ülkeye döviz getiren ihracatçı kuruluş, hizmetlerinin de döviz getirici mal ve hizmet kapsamına alınması, turizme ihracat sektörünün kullandığı desteklerden yararlanma olanağı sağlayacaktır.

Turizm işletmeleri için iç turizm desteği, yüksek sezon harici dönemlerde kullanılan bir dolgu malzemesi olmak yerine, kalıcı ve sürekli bir talep unsuru haline gelmelidir. Bu bağlamda Türk halkının gelir düzeyinin yükselmesi ile tatil kredisi uygulamasının yaygınlaştırılması önem arz etmektedir.

Turizm işletmelerinin sermaye piyasasına açılmalarına engel bazı unsurların ortadan kaldırılması, tesislerin taze kaynak ihtiyacına cevap verecektir.

Türk turizminin gelişmesinde önemli katkısı bulunan özel sektör hava taşımacılığına, istikrarlı ve sağlam filoların oluşması için destek verilmelidir. En başta sivil havacılık otoritesinin kurulmasını öngören yasa hazırlanmalıdır.

Turizmin en önemli parçalarından biri olan ulaşım sektörü ölçek olarak büyütülmeli, ihtiyaçları uygun modellerle giderilmeli, eğitim ve hizmet kalitesi artırılmalıdır. Taşımacılık sektörü, hukuki altyapısı düzenlenerek bir an önce kurumsallaşmalı, ihtiyaçlara göre planlanan yatırımları yapmalıdır.

EĞİTİM

Bir ülkenin turizm sektörünün geleceği, sunduğu hizmetlerdeki kaliteye bağlıdır. Turizmde kalite doğrudan eğitimin bir fonksiyonudur. Ancak sektör, teknik anlamda eğitim talep etmemektedir.

Turizm eğitimi ve kalitesinde sertifikasyon anahtar kelimedir. Sertifikasyon, mesleki eğitimde standardizasyonu, değerlendirmenin devlet ve sektör tarafından ortaklaşa yapılmasını, uluslararası kriterlere göre verimlilik ve iş kalitesinin gelişmesini ve istihdam için gerekli olan beceri düzeyinin belirlenmesini sağlamaktadır. Mesleki niteliklerin belgelendirilmesi için düzenleme yapılmalı, sektörde doğrudan veya dolaylı hizmet veren personelin tamamı belge sahibi olmalı ve kendi meslek kuruluşu tarafından denetlenmelidir.

Türkiye'deki turizm eğitim sistemi, daha çok sayıda ara eleman yetiştirmeye programlanmalı, yanlış yerlerde ve vasıflarda açılmış YÖK'e bağlı birçok okul kademeli olarak azaltılmalıdır.

Yerel yönetimler turizmin gelişmesinde en etkin güçlerden biridir. Yerel yönetimlerin hizmetlerinde kaliteyi artırıcı yönlendirmeler yapmaları bu açıdan önemlidir. Turizmde doğrudan hizmet veren meslek gruplarının kalite anlayışına ulaşması sağlanmalı, toplum bilincinin oluşması için yaygın eğitim programları yapılmalı, özellikle medyanın bu konuları işlemesi özendirilmelidir.

Diğer yandan, turizmde eğitim görmüş elemanların işsizliği, iş devir hızının yüksekliği, büyük kent işletmeleri dışında istihdamın mevsimsel özellikte olması sektördeki işgücünün sorunlarıdır. Turistik tesislerde eğitilmiş eleman çalıştırmak yerine, düşük ücret nedeniyle vasıfsız işçiler tercih edilmekte, stajyer öğrenciler ise ücretsiz çalıştırılmaktadır. Turizmin istediği nitelikte insangücü yetiştirilmesi ve çalıştırılmasında özel sektörün katılımı mutlaka sağlanmalıdır.

TANITMA VE PAZARLAMA

Tanıtma ve pazarlama; kar maksimizasyonu, yönetim, bölgesel tanıtım ve pazarlama, bürokrasi minimizasyonu, baştan yapılanma, çeşitliliğin kucaklanması, güneş+turizm etkinlikleri, değişen değerler, ürün kalitesi, iklim değişikliği, yaşayan kültür, toplam kalite yönetimi, toplam turizm ürünü, risk yönetimi gibi temel kavramlar üstüne oturtulmuştur.

Tanıtma ve pazarlamada temel amaç, turizm gelişiminde turizm gelirinini maksimizasyonu sürecinde yönetim ilkesine sadık kalmaktır. Ana hedefler, nitel ve nicel özelliktedir. Ağırlık nicel hedeflerden ziyade, nitel hedeflerdedir. Nitel hedefler, tarihi ve doğal değerleri, kültürel ve sosyal dokuyu dikkate alarak turizm gelişimini sağlayıp, kalitesi yüksek varış noktalarının geliştirilmesidir. Nicel hedefler ise, 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın ilk yıllarında mevcut yatak kapasitesini daha iyi kullanmaktır.

Türkiye'nin genel tanıtımı yanında, turizm tanıtımının yürütülmesinde koordinasyon, kaynak kullanımında rasyonellik, kampanyalar arasında işlevsel bütünlük sağlanmalıdır.

Ana pazar dilimini deniz, kum, güneşe gelen turist oluşturmaya devam ederken, kültür, kongre, kurvaziyer, yatçılık ve sağlık turizmi gibi alternatif turizm ürününü bölgelere göre geliştirerek pazar dilimleri çeşitlendirilmelidir.

İletişim stratejilerinde rekabet üstünlüklerimiz en etkileyici biçimde ortaya konulmalı, reklam kampanyaları ve halkla ilişkilerde her türlü olanak ve yenilik, etkinlikleri üst düzeye çıkaracak şekilde kullanılmalıdır.

Genel ülke tanıtımından sorumlu birim olarak, kamu, üniversite ve özel sektör kuruluşları katılımıyla Ulusal Tanıtma Konseyi oluşturulmalı, tanıtım aracı politika ve stratejiler bu konsey tarafından belirlenmeli ve uygulanmalıdır. Söz konusu tanıtma bütçesi, kurumlar vergisi veya KDV gelirlerinin bir kısmından meydana getirilmelidir.

Turizmde sektörel tanıtma ise, sektörde yer alan kamu ve özel sektör dernek, birlik, vakıf gibi kuruluşlarının bir araya gelmesiyle oluşturulacak kurul tarafından üstlenilmelidir. Ayakbaşı, KDV gibi turizmden elde edilecek gelirlerin bir kısmı sektörel tanıtmanın kaynağını yaratmalıdır. Sektörel tanıtımda bölgesel zenginlikler envanterinin güncelleştirilmesi, hedef kitle ve tüketici profillerinin belirlenmesi ve net tanımı, bölgesel kuruluşların üstlenecekleri pazarlama fonksiyonlarının saptanması, bölgesel ve merkezi yönetim entegrasyonu ve koordinasyonunun sağlanması önem taşımaktadır. Turizm ürünüde imge oluşturulurken, medeniyetlerin beşiği ve çeşitliliği, tesislerin yeniliği, konukseverlik, yaşayan tarih ve kültür mirası, hizmet kalitesi, ülkenin ürün ve iklim çeşitliliği, toplumun mozaik yapısı vurgulanmalıdır.

Satış geliştirme çalışmaları kapsamında, halkla ilişkiler, reklam, bireysel satış, doğrudan ve e-posta ile fiyat stratejilerinin kombinasyonu uygulamaya geçirilmelidir.

Türk turizmine dönük talep yaratıcı çalışmalardan bir birim kaynağın esirgenmesi, onun çok üzerinde gelir kaybına neden olmaktadır. Tanıtma harcamaları gider olarak değil, karşılığı

fazlasıyla alınacak bir yatırım olarak algılanmalıdır. Türk turizmi, dünya normlarına uygun olarak bir önceki yıl elde ettiği turizm gelirinin % 2'sini genel ülke tanıtımına ayırmalıdır. Yurtdışı turizm müşavirlikleri donanımlı ve güçlü bürolar haline getirilmelidir.

YASAL DÜZENLEMELER

Turizm sektörünün gelişiminde en önemli oluşumlardan biri olan yasal düzenlemeler ile kamu ve özel kesimin örgütsel yapılanmasında, kurumlar arasındaki eşgüdümde önemli eksiklikler görülmektedir.

Turizmle doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili otorite ve yasa sayısının çokluğunun yanısıra, yönetimin merkezi ağırlıklı olması, karar sürecinin uzamasına neden olmakta, bu durum sektörün daha dinamik bir gelişim göstermesini engellemektedir.

Yerelleşme, politikada halkın katılımını genişleten, karar vermede yerel özerkliği arttıran itici bir güç oluşturmaktadır. Turizmle ilgili projelerin, merkezi idare tarafından tabana yöneltilmesi yerine, tabandan merkeze yönelen bir inisiyatif daha gerçekçi bir yaklaşım olacaktır. Böylelikle beklentiler, sorumluluklar kazançlar daha geniş bir kitleye ulaşma imkanı bulacaktır. Ancak söz konusu projeleri üretecek yerel toplum örgütleri ve yerel yönetimlerin güçlü ve bilinçli olması vazgeçilmez ön koşuldur. Bu anlamdaki yerel inisiyatifin ağırlık kazanması, yurt dışındaki yerel örgütlerle yakın ilişkilerin kurulmasını, dolayısıyla turizm tanıtımı ve pazarlamasında önemli adımların atılmasını sağlamış olacaktır.

Turizmden sorumlu kamu otoritesi, standartları saptayan, izleyen, koordinasyonu sağlayan ve güçlü denetim mekanizmasına sahip bir yapıya kavuşturulmalı, bu otoritenin temsilcisi Yüksek Planlama Kurulu'nda yer almalıdır. Diğer bakanlıkların turizmi etkileyecek yasal düzenlemelerinde Turizm Bakanlığı'nın ve örgütlenmesi büyük oranda tamamlanmış turizm özel sektörünün görüş ve önerileri dikkate alınmalıdır.

Turizm Bakanlığı Teşkilat Yasası bir an önce çıkarılmalı, özel sektörün kurumsal yapılanması süratle gerçekleştirilmelidir. Halen yürürlükte bulunan, diğer kurumların yetki ve sorumluluğundaki yasa ve yönetmeliklerde mevcut turizmin gelişimini engelleyen unsurlar kaldırılmalı, eksiklikler tamamlanmalıdır.

Turizm özel sektörünün, çağın hızla değişen ve gelişen şartlarına uygun yasal yapılanması tamamlandıktan sonra, bugün Turizm Bakanlığı'nın bünyesinde bulunan bazı yetkilerin meslek örgütlerine devri gerekli görülmektedir.

AVRUPA BİRLİĞİ İLE İLİŞKİLER

Avrupa Birliği 1990'ların ikinci yarısından itibaren Avrupa Birliği'ne özgü bir turizm politikası belirlemeye yönelmiş, turizmin Avrupa kimliğini oluşturma açısından anahtar rolü oynaması, sektördeki KOBİ'lerin desteklenmesi, yapısal ve bölgesel fonlar kanalıyla turizme yönelik teşviklerin artırılması kararlaştırılmıştır.

1994-99 döneminde turizmin gelişmesine AB'nin Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu kapsamındaki yapısal fonlar yoluyla yaptığı 4,7 milyar Euro'luk mali katkı, sektörün faaliyetlerini yönlendirici rol oynamıştır.

Tam üyelik sürecine girdiğimiz bu dönemde, Avrupa Birliği'ne uyumda gerekli düzenlemelere ve yapılanma için eğitim ve koordinasyona ihtiyaç vardır.

Türkiye'nin AB üyeliğine adaylık kararı ile hizmetlerin serbest dolaşımının hukuksal düzenlemelere bağlanabilmesi mümkün olacaktır. Bu bağlamda Türk turizm sektörü AB ülkeleri ile eşit hak ve yükümlülüklerle etkinliğini sürdürecektir.

Avrupa Birliği'nin özellikle Akdeniz ülkelerine yönelik işbirliği projeleri izlenmeli ve bunlar için AB Komisyonu tarafından aday ülkelere de sağlanan finansal destekten yararlanma olanakları değerlendirilmelidir. Bu kapsamda KOBİ'ler önemli yer tutmaktadır. Avrupa Birliği, KOBİ tanımı içine turizm işletmelerini de almaktadır. Türk mevzuatındaki KOBİ tanımı yeniden düzenlenerek, hizmet sektörünü kapsayacak şekilde AB mevzuatına uyum sağlanmalıdır.

DENİZ TURİZMİ

Deniz turizminin, dünya turizm pastasından önemli bir pay elde ettiği, müşterisinin harcama düzeyinin ortalama turist harcamalarından çok daha fazla olduğu dikkate alınarak, gerekli altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi, mevzuatın kolaylaştırılması, Deniz Turizmi Birlik yasasının yürürlüğe girmesi, deniz turizminin havaalanları ve diğer taşımacılık şirketleri ile desteklenmesi önem taşımaktadır.

Türk bayraklı ticari teknelerin yabancı bayraklı ticari tekneler ile olan rekabet sorunları ile, yabancı bayraklı ticari yatların toplu taşımacılık problemleri çözümlenmelidir.

Türkiye'nin 2001 yılına kadar yat bağlama kapasitesi 10.000 olmalıdır. Yapımları karara bağlanmış marinaların sorunlarının çözümlenerek inşaatlarına başlanması, uygun yerlerde yeni marinalar için ihale açılması hedef olmalıdır. Yat limanları inşaatının hızlandırılabilmesi için yeni bir özel onay kurumu tesis edilmelidir.

**VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI
TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU**

**YATIRIM-TEŞVİK-ALT YAPI-ÇEVRE
ALT KOMİSYON RAPORU**

VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU YATIRIM-TEŞVİK-ALTYAPI-ÇEVRE ALT KOMİSYON RAPORU

I. TURİZMİN DÜNYADAKİ DURUMU VE TÜRKİYE'NİN YERİ

Seyahat etmek, dinlenmek, eğlenmek, spor yapmak ve kültürlerini genişletmek insanların vazgeçilmez beşeri istekleridir. Bu istek turizm olayının yaratıcı unsurudur. İnsanların çalışma saatlerini azaltarak kendilerine ayırdıkları zamanı arttırmaları, tatillerini yılın belli bir periyodundan çıkararak, yılın muhtelif zamanlarına yayma çabaları ve ulaşım araçlarındaki gelişmeler, dünyada turizm olayının sürekli gelişeceğini ifade eder.

Nitekim, bu sürekli gelişim, bugün turizmi dünya ticaretinde petrolden sonra ikinci sıraya oturtmuş; 1980 yılında 285 milyon olan turist sayısını 1990 yılında 455 milyon, 1998 yılında 625 milyon kişiye çıkartmıştır. Dünyadaki turizm geliri ise bu müddet içerisinde 102 milyar dolardan 445 milyar dolara ulaşmıştır. Doksanlı yıllarda Dünya turizmindeki ortalama artış hızı, turist sayısında yılda %4, turizm gelirinde %7,2 olmuştur.

Dünya turizm örgütünün verilerine göre, tüm dünyadaki ekonomik duraklamaya karşın, Turizm sektörü bu gelişimini daha hızlı arttırarak devam ettirecek ve

2010 yılında 1050 milyon turist ve 1550 milyar USD turizm geliri'ne,

2020 yılında 1600 milyon turist ve 2000 milyar USD turizm geliri'ne ulaşacaktır.

Doksanlı yılların artış hızıyla bile 2005 yılında Dünya turizm sektörünün erişeceği büyüklükler şöyle tahmin edilebilir.

Turist sayısı : 830 milyon kişi
Turizm geliri : 700 milyar USD

Turist sayısının ve turizm gelirlerinin dağılımı ise, 1998 yılı değerlerine göre aşağıdaki gibidir.

Turist Sayısı Oranı

Dünya	625,2	milyon kişi	%100,0
Avrupa	372,2	milyon kişi	% 59,6
Akdeniz çanağı	210,0	milyon kişi	% 33,6
Türkiye	9,0	milyon kişi	% 1,4

Turizm Geliri Oranı

Dünya	444,7	milyar USD	%100,0
Avrupa	226,1	milyar USD	% 50,1
Akdeniz çanağı	120,0	milyar USD	% 27,0
Türkiye	7,8	milyar USD	% 1,8

Ekonomisini süratle düzeltmek için çözüm arayan Türkiye, Turizm sektöründeki payını arttırmak mecburiyetindedir. Türkiye, henüz kirlenmemiş ve doğal güzelliğini muhafaza eden sahilleri, tarihsel değerleri, coğrafik ve tarihi konumu nedeniyle Akdeniz çanağı ülkeleri içerisinde bu konuda hala en şanslı durumdadır. Bu şansın en iyi şekilde kullanılması ve Dünya turizm gelirindeki payın ikiye katlanması şüphesiz ana hedef olmalıdır.

Ancak ülkedeki satış ve tanıtım organizasyonunun zayıflığı, bölgesel problemleri ve finansal sıkıntılar göz önüne alınarak; VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planında, fazla iddialı olmadan mütevazı davranmak gerekmektedir. Bu nedenle Türkiye'nin dünya turizmindeki payının da, turist sayısında dünya genelinde doksanlı yıllarda gerçekleştirilen, ortalama yıllık %5'lik artış hızı baz alarak, 2005 yılında %2,2'ye ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Doksanlı yıllarda Türkiye'nin, Dünya turizmindeki payının değişimi ve VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı süresince erişeceği tahmin edilen oranlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Tablonun incelenmesinden görüleceği gibi, bazı yıllar ülkede yaşanan problemler nedeniyle, Türkiye'nin payı düşse bile; izleyen yıllarda yıllık %5'lik artış hızıyla erişebileceği değeri, tekrar yakalamıştır.

Yıllar	Turist Sayısındaki Pay (%)	Turist Gelirindeki Pay (%)
1990	1,05	1,26
1991	1,13	1,02
1992	1,38	1,31
1993	1,15	1,07
1994	1,10	1,25
1995	1,25	1,33
1996	1,34	1,40
1997	1,47	1,87
1998	1,43	1,76
1999	henüz belirlenmedi	-
2000	1,70	-
2001	1,79	-
2002	1,88	-
2003	1,97	-
2004	2,07	-
2005	2,20	-

II. ULAŞILMAK İSTENEN HEDEFLER

Bu durumda, VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı sonunda Dünya turizminde Türkiye'nin hedefi şu şekilde belirtilebilir:

-Dünya turizminden alınacak payın %2,2' ye, Ülkemize gelen turist sayısının

830 milyon x %2,2 = 18 milyon kişiye ulaşması beklenmelidir.

-Dünya ortalamasında, turist başına turizm harcaması, yılda ortalama %3'lük bir artışla

1990 yılında 559 USD/kişi,
1998 yılında 711 USD/kişi olmuştur.
2005 yılında 884 USD/kişi olacağı tahmin edilmektedir.

Türkiye'de bu değer 550 dolar/kişi dolayında iken, iyi geçen 1997 ve 1998 yıllarında 895 dolar/kişi ve 872 dolar/kişi değerlerine çıkmış ve Dünya turizminin ancak 2005 yılında erişmeyi planladığı değerleri yakalamıştır. Bu değerlerin önümüzdeki yıllarda daha da artabileceği beklenmemelidir.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı süresince turist başına harcama, 1997 ve 1998 yılları ortalaması olan 884 dolar olarak kabul edilmelidir.

-Bu durumda 2005 yılında, ülkemizin toplam turizm gelirinin 16 milyar dolara, Dünya turizm gelirlerinden alınacak payın % 2,2'ye yükselmesi beklenmelidir.

-Ülkemize gelecek turist sayısında hedeflenen miktarı yakalamak bire bir yatak sayısını arttırmak ile mümkündür. Yatak sayısını dondurmak, dolulukları arttırarak, turizm gelirlerinde hedeflenen artışı yakalamak fikri; turizm ürünümüzün yaz turizmine dönük olması ve talebin yoğunlaştığı yazın üç ayında esasen tesislerin dolu olması nedeniyle bir çözüm değildir ve Türkiye turizmini durma noktasına getirecek bir tehlikedir.

Mevcut turizm belgeli yatakların %65'i Ege ve Akdeniz kıyılarında toplanmıştır ve yaz turizmine yöneliktir. İdeal değerler olan,

Yaz otellerinde : 6 ay sezon, %75 doluluk, kişi başına 10 gün konaklama
Diğer oteller : 12 ay sezon, %60 doluluk, kişi başına 3 gün konaklama

değerlerinden, bir turistik yatağa isabet eden turist sayısı yılda 30 kişi olarak bulunmaktadır. Problemsiz geçen yıllarda, ülkemize gelen turist sayısı turizm belgeli yatak başına 25-26 kişi olmuştur.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı dönemi için, bu değer, belgeli yatak başına 28 yabancı turist olarak kabul edilebilir.

O halde, 2005 yılında, işletmedeki Turizm belgeli yatak sayısının

Turizm belgeli yatak = $\frac{18.000.000}{28} = 640.000$ yatağa ulaşması gerekir.

Nitelikli belediye belgeli yataklar ile beraber Plan dönemi sonunda toplam yatak sayısının

İşletmede turizm belgeli yatak = 640.000
 İşletmede belediye belgeli yatak = 360.000
 Toplam 1.000.000 yatağa ulaşması beklenmelidir.

(Nitelikli belediye belgeli yatak sayısı, 1997 yılındaki 272.477 yatağın, son 7 yıldaki yıllık 10.500 yatak artışına göre hesaplanmıştır.)

III. HEDEFE ULAŞIRKEN YAŞANABİLECEK ZORLUKLAR

Plan hedefine ulaşabilmek için, beş yıllık yatak artışının

2005 yılı turizm belgeli yatak sayısı = 640.000
 1999 yılı işletme belgeli yatak sayısı = -311.480
 1999'yi yatırım belgesi ile işletmede yatak sayısı = - 27.389 (1998 değeridir)
 Hedef alınan yatak artışı 301.131 olması beklenir.

Bu yatak artışını sağlayabilmek için, yıllık yatak artışı hızı %11 olmalıdır. Bu erişilmeyecek bir büyüme hızı değildir. Turizmin gerçek anlamda teşvik edildiği 1986-1990 yılları arasında, yatak sayısındaki artış hızı %13'ün üzerinde olmuştur. Ancak geçen Plan döneminde, işletmedeki turizm belgeli yatak sayısındaki artış oranı önemli düzeyde gerilemiştir.

I Yıl	Turizm İşletme Belgesi veya Yatırım Belgesi ile işletmedeki yatak sayısı	Artış oranı %
1994	314.14	-
1995	323.755	3
1996	340.398	5
1997	351.387	3
1998	341.604	-3
1999	338.869	-1

Görülmektedir ki yıllık %13 olan artış hızları 1995 yılından itibaren yılda %3'lere düşmüş hatta son iki senede eksiye geçmiştir.

Bu büyük düşüşü sadece, problemlili yılların yarattığı talep düşüşünün yatırım arzusunu kırması şeklinde bir sebebe bağlanamaz. Asıl sebep;

- Yatırım teşvik tedbirlerinin son derece azalması,
- Tahsisli çıkarılan arazi sayısındaki azalmalar,
- Tahsisli arazilere uygulanan, şevk kırıcı bürokratik davranışlar ve yorumlardır.

Eğer hedeflenen %11'lik yatak artış hızının yakalanması isteniyorsa turizm yatırım teşvikleri ciddi olarak ele alınmalıdır.

IV. TEŞVİKLER

Turizm yatırımları, geri dönüşü uzun vadeli, sermaye/hasıla oranı yüksek; siyasal, sosyal, doğal ve ekonomik olaylara çok duyarlı, dolayısıyla da girişimciler için fazla cazip olmayan, riskli yatırımlardır.

Öte yandan ülke ekonomisine sağladığı faydalar da tartışılmaz bir gerçektir.

Turizmde başarılı ülkelerde, turizm yatırımları hükümetler tarafından özendirilmekte, bilhassa yatırımlara hibe kredi, faiz ve vergi sübvansiyonları gibi nakdi teşvik araçları vazgeçilmez şekilde uygulanmaktadır. Akdeniz çanağında turizmde iddialı ülkelerde bunun örneklerini geniş çapta izlememiz mümkündür.

Türkiye’de 1985 yılında turizm sektörünün “Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör” kapsamına alınması, çeşitli nakdi teşviklerin yanı sıra, özellikle hibe türü teşviklerle desteklenmesi sonucu 1986-1992 döneminde turizm yatırımlarının hızla arttığı gözlenmiştir. Bu dönemde “Kaynak Kullanımı Destekleme Primi” (KKDP) adıyla verilen hibe türü teşvik, toplam yatırım tutarının %13 dolayında olmasına rağmen, turizm yatırımlarına kazandırdığı ivme büyük olmuştur. 1986-1990 yılları arasındaki, %13’lük yatak hızı artışı bu teşvikler sayesinde gerçekleşmiştir.

1992 yılından itibaren K.K.D.P. sistemi kaldırılmış, fon kaynaklı kredi (FKK) uygulamasına geçilmiştir. İki yıl ödemesiz, beş yıl vadeli bu kredi herşeyden önce kısa vadesi nedeniyle turizm yatırımlarının yapısına uygun gelmemiş; esasen kaynak yetersizliği nedeniyle sistem sağlıklı işlememiş, sonunda fon kaynaklı kredi kaldırılmıştır. Neticede 1995-1999 yıllarında yatırımlarda evvela duraklamaya, sonra da düşüşe geçilmiştir.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde, eski yatırım hızı tekrar yakalanmak isteniyorsa, nakdi teşviklere ihtiyaç vardır.

Teşvikler ile ilgili öneriler aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

1- Yatırım Teşvik Kredileri

Yukarıdaki örneklerle, sonuçları net olarak ortaya konulduğu üzere, turizm yatırım projelerini yapılabilir kılabilecek, nakdi teşvik tedbirlerine tekrar geçilmelidir. Deneyimler, nakdi teşviklerin en az yatırım tutarının %20’si civarında olması gerektiğini göstermektedir.

Bu konuda iki finans modeli önerilebilir.

Birinci model hibe krediyi içermektedir:

- % 40 öz kaynak,
- % 40 uygun faizli 10 yıl vadeli kredi,
- % 20 hibe türü nakdi teşviktir.

Alınacak %40 kredinin yurt dışı kredi şartlarına uygun, libor faizle kullanılması, ilk 3 yılı ödemesiz, 10 yıl vadeli olması şarttır. Devletin destek ve garantisine sahip olduğu taktirde yatırımcı, ihtiyacı olan bu krediyi, dünya para piyasalarından kendisi de bulabilir.

İkinci model, direkt hibe krediyi içermemekte, ihtiyaç duyulan nakdi teşvik, faiz sübvansiyonu şeklinde sağlanmaktadır.

- %50 öz kaynak
- %50 faiz sübvansiyonu sağlamış kredidir.

Bu krediye sağlanacak faiz sübvansiyonu yatırım döneminde %100, işletme döneminde %50 civarında olmalıdır.

2- Yabancı Sermayenin Teşvik Edilmesi

Yabancı sermayenin Türkiye'ye gelmesi ve turizm yatırımlarına ilgi duyması teşvik edilmelidir. Özellikle, dünyadaki ünlü turizm zincirlerinin Türkiye'de yatırım yapması, ülke turizminin gelişmesine büyük katkı sağlayacaktır.

Bu konuda en büyük engel yaşanan yüksek enflasyondur.

Bu nedenle;

Enflasyon muhasebesi sistemi getirilmeli,

Yabancıların Türkiye'de mülk edinmeleri kolaylaştırılmalıdır.

3- Arazi Tahsisleri

Arazi tahsisleri de, önemli bir yatırım teşvikidir. Son yıllarda tahsis edilen arazi sayısında azalma olmuştur. Turizm Bakanlığının yeni alanlar sağlaması ve bu önemli teşvik unsurunun çok iyi değerlendirilmesi gerekir. Güçlükle elde edilen tahsis alanlarının, tahsisi alan firmalar tarafından, turizme kazandırılmasında geç kalındığı da gözlenmektedir.

Örneğin; 1995 yılında yatırım belgeli yatak sayısı 202.483'tür. Bir yatırımın tamamlanıp işletmeye açılması için üç yıl yeterlidir. O halde üç yıl veya en geç dört yıl içinde bu tesislerin tamamlanması ve işletmeye açılması beklenirdi. Diğer bir deyimle 1999 yılı sonunda işletme belgeli yatak sayısının bu rakama yakın bir sayıda artması gerekirdi. Halbuki 1995-1999 yılları arasında işletmedeki yatak sayısı artışı sadece 15.114'dür. O halde en az 4 yıldan beri, belki de daha uzun zamandan beri, 187.369 yatak yarım kalmış veya yapımı çok ağır devam etmektedir. Hedef alınan yatak sayısına erişebilmek için öncelikle, halen yatırım belgesi alınmış tesisler hayata geçirilmelidir.

Arazi tahsisi, alt yapısı ile birlikte çok pahalıya mal olmaktadır. Ayrıca temini de çok zordur. Bu nedenle arazi tahsisleri, yalnız Turizm Bakanlığı tarafından yapılmalı ve şu hususlara dikkat edilmelidir.

Yatırım süresi, ortalama üç yıl olmalıdır. Yatırımcının insiyatifi dışındaki mücbir sebepler dışında bu süre uzatılmamalıdır.

Yatırımların hızını kesen, bürokratik engeller ve uygulamalar kaldırılmalıdır.

Arazi tahsislerinde, turizm sektöründe en az beş yıl deneyimli ve başarılı şirketlere, ve özellikle zincir oluşturan tesislere öncelik verilmelidir.

Firmaların finans yapısı çok iyi araştırılmalıdır.

Tahsis öncesinde, tahsis edilen arazilerin mülkiyet ve imar durumu netleştirilmelidir.

Tahsisli arazilerin, Maliye Bakanlığının tesbit edeceği kriterlerle, yatırımcılara satılması fikri gerçekleştirilmelidir.

4- Yatırımların Modernizasyonu ve Yenilenmesi

Turizm yatırımlarını, yapıları itibarıyla ayrı bir konumda değerlendirmek gerekmektedir. Tesislerin, görsel zevke hitap etmeleri sebebiyle kısa dönemde modernizasyon ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, turizm tesisleri maksimum yedi yılda bir modernize edilmelidir. Günümüz dünyasında hızla gelişen teknoloji ve sürekli değişen moda akımları sebebiyle modernize edilmeyen tesislerin önemli oranda müşteri kaybedeceği tabiidir. Ayrıca rantabl olarak çalışmayan tesisler için tevsî yatırımları da karşı konulmaz bir ihtiyaçtır.

Tesislerin, bu modernizasyon, yenileme ve tevsî yatırımları içinde teşvik tedbirleri getirilmeli, belli büyüklüğü aşan bu tür projelerde, en az 5 yıl vadeli kredi alabilme imkanı sağlanmalıdır. Çünkü kısa vadeli kredilerle veya firmanın tamamen öz kaynağı ile büyük modernizasyonları gerçekleştirmek güçtür, tesislerin işletme sermayelerini kaybetmelerine sebep olmaktadır.

Modernizasyon ve yenileme projelerine verilecek kredilerde, tesisin faaliyette bulunduğu yıl dikkate alınarak 5 ve daha fazla yıldan beri faaliyette bulunan işletmelere öncelik tanınmalıdır. Ayrıca verilen kredinin miktarı, tesisin son 5 yıl içerisinde getirdiği döviz miktarıyla da orantılı olmalıdır.

5- Tanıtıma Katkı

Turizmin bu plan döneminde en önemli sorunu, etkin planlama ve tanıtımın en iyi şekilde yapılmasının sağlanmasıdır. Tesisler ürün bazındaki tanıtımlarını kendileri yapmaktadır. Ancak ülkesel ve sektörel tanıtım muhakkak sektör ve devletin katılımıyla, bir elden yapılmalı ve bu iş için büyük bir kaynak ayrılmalıdır. Bu kaynak, yasal düzenlemeler ile, turizm gelirlerinin %1-2'si oranında sektörden toplanacak bir fon ile devletin, bu fona eşit miktarda tahsis edeceği meblağdan oluşmalıdır.

Tanıtıma ayrılan bu kaynağın, özel sektörün ve kamunun eşit ağırlıkta yer alacağı bir kuruluş tarafından kullanılması sağlanmalıdır.

6- Sektörün yöresel yapılaşması ve yöresel tanıtım

Tek başına ihracat, tanıtım ve AR-GE kapasiteleri sınırlı olan firmalar bir araya gelerek kapasite ve güçlerini birleştirmek suretiyle, sektörel dış ticaret şirketlerini oluşturmakta, bu sayede hem ihracat paylarını artırmakta hem de devlet katkılarında öncelikli olarak yararlanabilmektedirler.

Turizm sektörünün de ihracat gibi döviz kazandırıcı ve desteklenmesi gereken bir sektör olduğu düşünülürse, benzer bir uygulama, turizmin pazarlanması, yörenin ve tesislerin tanıtımı ve problemlerinin çözülmesinde gerekli olacaktır.

Yöresel olarak faaliyet gösteren tesisler, sektör dış ticaret şirketi benzeri bir şirket kurabilir, üyelerinin önceki yıllarda getirdikleri döviz tutarları ve konaklayan kişi adedi ölçü alınmak suretiyle performansları değerlendirilerek hazırlayacakları tanıtım ve pazarlama faaliyetleri onaylandıktan sonra, Eximbank'ın seyahat acentalarını kredilendirdiği fon veya benzeri bir fondan kredilendirilebilir. Bu sayede, hem tanıtım olarak çok daha geniş kitlelere ulaşılma imkanı doğacak hem de yöresel tanıtımda ve dolayısıyla ülke tanıtımında başarı sağlanabilecektir.

Kendine özgü özellikleri olan turizm sektöründe, hangi dönemlerde daha etkin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yapılması gerektiği, hangi dönemde şirketlerin nakit girişlerinin olduğu net olarak bellidir. Bu nedenle, kredi kullanımında, kredinin verilmiş tarihi ve geri ödeme dönemleri önceden belirlenmeli ve bu tarihlere mutlak suretle uyulmalıdır. Aksi takdirde bir hafta geç verilecek bir tanıtım pazarlama kredisi belki de bir sezon kaybına neden olabilecektir.

Hazırlanmakta olan Yatırımlarda Devlet Yardımı ile ilgili kararnemelerde turizmde "Tanıtım ve Pazarlama" için özel teşvik ve fon kaynaklı kredi imkanı getirilmesi gerekli görülmektedir.

7- Turizm Sektörünün KOBİ kapsamındaki destek unsurlarından faydalanması

Bakanlar Kurulu'nun 27/12/1994 tarihi ve 94/6401 sayılı kararının 4'üncü maddesinin verdiği yetkiye dayanarak Dış Ticaret Müsteşarlığınca hazırlanan, AB ve GATT normlarına uygun ihracata yönelik devlet yardımlarına ilişkin;

- Araştırma-Geliştirme (AR-GE),
- Çevre ve Kalite Belgelendirme,
- Yurtdışı Fuarlarına Katılım,
- Pazar Araştırması,
- Yurtdışında Ofis Mağaza Açma ve Tanıtım,
- İstihdam,
- Eğitim,
- Patent harcamaları,

konularında tebliğler, Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu'ndan çıkarılmış ve uygulamaya konulmuştur.

Bahsekonu ihracata yönelik devlet yardımları'na ilişkin tebliğlerden;

- Çevre ve Kalite Belgelendirme,
- Pazar Araştırması,
- İstihdam,
- Eğitim

yardımları kapsamındaki desteklerden sadece KOBİ tanımına giren işletmeler, diğer tebliğler kapsamındaki desteklerden de üretici ve/veya mal ticareti ile uğraşan işletmeler yararlanmakta olup, halihazırda hizmet sektöründeki işletmelerin yararlanmaları imkanı bulunmamaktadır. Dış Ticaret Müsteşarlığı da bu uygulamanın eksikliğini kabullenmektedir.

Nitekim Avrupa Toplulukları Komisyonu KOBİ'leri;

- Azami 250 çalışanı olan,
- Yıllık cirosu 40 milyon ECU'yu (Euro) ya da toplam bilanço değeri 27 milyon Ecu'yu (Euro) aşmayan,
- Ortaklık paylarının %25'den fazlası kamu yatırım şirketleri, risk sermayesi şirketleri ya da kurumsal yatırımcılar dışındaki KOBİ tanımına girmeyen firmalara ait olmayan,

şirketler olarak tanımlanmış olup, tanımda herhangi bir şekilde "üretici olma" şartına yer verilmediği görülmektedir.

Ülkemizde de turizm sektörü KOBİ kapsamı içine girebilmelidir.

Avrupa Birliği'ne Gümrük Birliği yoluyla entegrasyonun başlanması ile ülkemizde önemi ve değeri anlaşılan KOBİ'lerin, teşvik unsurları sağlandığı takdirde, önümüzdeki yıllarda ekonomimize olumlu katkıları artarak devam edecektir. İmalat sanayii sektöründe son derece yararlı sonuçlar vereceğine inanılan KOBİ destek unsurlarının konaklama sektöründe faaliyet gösteren işletmelere uygulanması aynı olumlu etkiyi gösterecektir.

Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ tanımına girebilen turizm konaklama tesisleri, sektörün dış dinamiklere bağlı olması sebebiyle istikrarlı bir seyir çizememektedir. Özellikle yeni işletmeye açılan tesislerde ciddi ölçüde finansman açığı bulunmaktadır. Yurt dışındaki turizm operatörleri tarafından da bilinen bu zaaf, sezon başında fiyat indirimi için zorlama nedeni olmaktadır. Yabancı tur operatörleri tarafından her yıl tekrarlanan bu olumsuz durum sonucunda ülke ciddi oranda döviz kaybına uğramaktadır. Gerek bu tarz döviz kayıplarının önlenmesi, gerekse KOBİ kapsamındaki turizm konaklama tesislerinin hizmet kalitesini yükseltip gerektiği durumlarda kapasite artırımına imkan verilmesi için turizm konaklama sektörünün de KOBİ kapsamındaki destek unsurlarından faydalanması yerinde olacaktır.

Nitekim 1999 yılı programı icra planında ; "Turizm Sektörünün de KOBİ statüsünde değerlendirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılacaktır." denilmektedir. Ayrıca 21 Kasım 1999 günlü Resmi Gazete'de yayınlanan 2000 yılı programında da "Turizm Sektörünün KOBİ Statüsünde değerlendirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılacaktır." ifadesi yer almaktadır.

8- Turizme özgü teşvik kararlarının çıkarılması

Ülke kalkınmasında önemli fonksiyonu olan turizm sektörü, genel teşvik kararlameleri ile değil, turizme özgü özel teşvik kararlameleri ve teşvik politikaları ile desteklenmelidir. Diğer bir ifade ile turizm sektörünün ekonomiye katkısı yanında turizm sektörüne verilen teşviklerin ekonomiye büyük oranda geri döneceği gözönüne alınmalıdır. Turizm sektöründe rakip ülkelerde, özellikle Avrupa Birliği'nde halen uygulanan nakdi teşvik ve krediler ülkemizde de uygulanmalıdır. Aksi halde turizmin beklenen yatırım hedeflerine ulaşması mümkün olmayacaktır.

Turizm sektörü dışındaki sektörler için, ihrac edilen ürünlerde katma değer iadesi, ucuz ihracat kredileri, ihrac ettiği ürünün bünyesine giren ham ve yardımcı maddeleri gümrüksüz ve fonsuz ithal etme, navlun primleri, yaptığı ihracat miktarına bağlı olarak mahsup yoluyla vergi ve sigorta avantajları, vb. önemli avantajlar olmasına rağmen, turizm sektörü bu avantajlardan yararlanmamaktadır.

9- Katma Değer Vergisi

Turizm Sektöründe hizmet veren kuruluşların içinde buldukları mali koşulların, rakip ülkelerdeki benzerleri ile aynı duruma getirilmesi bir zorunluluktur. Türkiye, Avrupa'nın bir çok ülkesine rakiplerine oranla daha uzaktır. Bu mesafenin yarattığı dezavantaja, KDV'nin yüksekliği, ayakbaşı paralarının yüksekliği gibi hususlar eklenince, Türkiye'nin rekabet etmesi zorlaşmaktadır.

Bazı Akdeniz Ülkelerinde uygulanmakta olan KDV oranları:

Ülke	Standart KDV Oranı	Turizmde Uygulanan KDV Oranı
Fransa	%20	%5,5
İtalya	%20	%10
Portekiz	%17	%5
Yunanistan	%16	%8

Bu ülkelerde, KDV oranları 1990'lı yılların başından itibaren indirilmeye başlanmıştır ve net turizm gelirlerinde %10 artış olmuştur.

10- Elektrik-Su-Atıksu fiyatları

Turizm Bakanlığında işletme belgeli tesislerin elektrik-su ve atıksu hizmetlerinden düşük tarife ile yararlanmaları yönetmelik hükmü olmasına rağmen uygulamada buna riayet edilmemektedir.

11- Kur Makası

Gerçekçi kur politikaları uygulanmalı, TL'nin yabancı paralar karşısındaki değeri ile fiili enflasyon birbirine paralel olmalıdır. Geçmiş yıllarda yaşanan kur makasının faturasını sektör ödemiştir.

12- İç Turizm ve Desteği

Özellikle yüksek sezon dışı dönemlerde ve öncelikle çalışan veya emeklilerin tatil ihtiyacının karşılanması için her türlü tedbir alınmalıdır. Bu amaçla, tatil kredisi uygulamasının yaygınlaştırılması gerekir. Yine bu amaçla T.C. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından eğitim dönemleri değiştirilerek okulların kapanış devresinin Mayıs ayına çekilmesi birçok Türk çalışanına tatil yapma olanağı sağlayacaktır.

V. YATIRIMLARIN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ

Türkiye'nin turizm pazarında vitrini, henüz kirlenmemiş denizi ile Akdeniz ve Ege sahilleridir. Bunun doğal sonucu olarak da, yatak kapasitesinin %65'i bu sahillerde ve sahil turizmüne dönük olarak toplanmıştır.

VIII. Beş Yıllık kalkınma Planı döneminde hedef alınan 300.000 yatak artışının büyük bir kısmı, gene çoğunlukla sahil turizmüne dönük olacak ve kıyı bantlarında yapılacaktır. Ancak bu yapılaşma esnasında, çevrenin korunması, çevreye uyum ve aşırı yoğunlaşmadan kaçınma en önemli faktörler olarak ele alınmalıdır.

Ayrıca bir ülkenin turizmını yalnız bir turizm çeşidine yönelik kılmak sakıncalıdır. Turizm sadece bir işletmenin sınırları içerisinde konaklamaktan ibaret sayılamaz. Turizmin çeşitlendirilmesine ve 12 aya yayılmasına imkan veren yatırımlara da eğilmeli ve teşvik edilmelidir.

1- Termal ve Sağlık Turizmi

Termal ve sağlık turizmi, ülke için önemli bir potansiyel olarak görülmektedir. Yatırımların, termal suların kullanım hakkının kamuya ait olması nedeniyle, ağırlıklı olarak yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilen veya işletilen tesisler halinden çıkarılması gerekmektedir. Tesislerin özel sektör tarafından işletilmesi veya uzun süreli tahsislerin yapılabilmesi için yasal ortam hazırlanmalı ve özel olarak yatırım teşvik kapsamına alınmalıdır.

2- Kültür Turizmi

Türkiye, coğrafi konumu itibarı ile eski dünya kıtaları olan Asya, Avrupa ve Afrika arasında doğal bir köprü gibidir; Bu nedenledir ki tarihin ilk devirlerinden beri kıtalar arası insan ilişkileri Anadolu topraklarında olmuştur.

Uygarlık geçmişinin çok eski (10.000 yıl) oluşunun yanı sıra yaşamış olan kavimlerin çeşitliliği de Türkiye'nin arkeolojik ve kültürel zenginliklerini benzersiz kılmaktadır.

Kültürel zenginlik, geleneksel konukseverlik ile bütünleşince Türkiye Turizm için çok çekici bir ülke durumuna gelmektedir.

Turizm Bakanlığınca geliştirilmeye çalışılan ve Kültür Turizmi içinde yer alan turizm türleri şunlardır.

İnanç Turizmi Projesi

Ülkemizde yaşayan üç büyük dinin (Müslümanlık-Hıristiyanlık-Musevilik) günümüze kadar ulaşan önemli ziyaret merkezlerinin, Kültür Bakanlığı ve yerel idarelerle de işbirliği içerisinde restorasyon, çevre düzenlemesi, ışıklandırma gibi açılardan ele alınarak iyileştirilmesi ve tanıtımının yapılarak ziyaretçi sayısının, buna bağlı olarak döviz girdilerinin arttırılması hedeflenmektedir.

İpek Yolu Projesi

Türkiye kültürel mirasının en önemli unsurlarından ve bir çoğu doğaya ve çevresel etkenlere yenik düşmüş olan han ve kervansarayların korunması, bir koruma kullanma dengesi içerisinde yaşatılarak "Tarihi İpek Yolu"nun canlandırılması planlanmıştır. İlk etapta, ana tur güzergahları ile çakışan İpek Yolu üzerinde bulunan ve ön etüdler sonucu belirlenen 11 adet kervansarayın turizm amaçlı kullanılabilmesi için bir işbirliği protokolü Vakıflar Genel Müdürlüğü ve Turizm Bakanlığı arasında 1993 yılında imzalanmıştır. Proje hayata geçirilmeli ve geliştirilmelidir.

Antik Kentler ve Eski Eserler

Bugün, turizm serveti sayılan müzeler kadar turizmin çeşitlendirilmesi kapsamında yer alabilecek ve turistlerin büyük ölçüde ilgisini çeken, bulunduğu bölgenin turizm potansiyelini olumlu yönde etkileyen, dini anıtlar, eski eserler ve antik kentler (ören, tarihi kalıntılar) de büyük önem kazanmıştır. Bu amaçla Türkiye'de bulunan antik kentler ve tarihi çekim merkezlerinin turizm açısından öncelikleri belirlenerek envanterlerinin hazırlanması ve öncelikli altyapı sorunlarının giderilmesi amacıyla başlanan çalışmalar hızlandırılmalıdır.

3- Dağ Turizmi ve Ekoturizm

Dağ turizmi ve ekoturizm, Türk turizmini Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu'ya taşıyabilme imkanı yaratmaktadır.

Anadolu kültürünün tanınmasına fırsat vereceği, o yörelerde turizm fikrini geliştireceği ve yaz turizmi için gelen turiste yeni ürün sunup, Türkiye'de kalış süresini uzatabileceği için teşvik edilmelidir. Özellikle Ağrı, Kaçkar, Erciyes, Toros-Aladağlar teşvik kapsamına alınmalıdır.

4- Kış sporları

İç turizm için gittikçe artan bir talep yarattığı gibi, bazı dış pazarlarda da ilgi uyandırmaya başlamıştır. Yeni tahsis alanları yaratılması ve özellikle pist yapımı konusunda karşılaşılan bazı bürokratik engellerin aşılması gerekmektedir.

Öncelikle, Uludağ, Köroğlu Dağı, Erciyes, Palandöken ve Sarıkamış, ikinci etapta Beydağları, Bolkar Dağı ve Akdağ'ın değerlendirilmesi gerekmektedir.

2005 yılında ulaşılacak yatak kapasitesinin %5'inin dağ ve kış turizminde oluşması düşünülmelidir.

5- Üçüncü yaş turizmi

Kıyı turizminin 12 aya yayılmasına fırsat veren, tesisleri fizibl hale getiren, çoğunluğu sezonluk olan turizm elemanına iş sahası yaratan, mevcut yatırımları değerlendirerek turizm girdisi yaratan, bu özellikleri nedeniyle teşvik edilmesi gereken bir turizm çeşididir.

Ayrıca, yasaların tesislerde bulunmasına zorunluluk getirdiği, özurlülerle ilgili teknik ve yapısal düzenlemelere uyulmalı ve bu düzenlemeler fonksiyonel hale getirilmelidir.

Özellikle Kasım-Mart dönemini kapsayan sürelerde dış turizme dönük olarak, yer hizmetleri meydan girişleri, özel KDV istisnaları, uçaklara benzin sübvansiyonu gibi, satış fiyatlarını düşürüp, rekabet gücünü arttıracak teşvik tedbirleriyle desteklenebilirse, istenilen fayda ancak sağlanabilecektir.

6- Tatil Kentleri

Tatil Kentleri projesi, yaklaşım olarak; belirlenecek alanların içerisinde yaklaşık 50.000 kişinin yaşayacağı, birden fazla fonksiyon içeren, farklı standartlarda ve biçimde konaklama, eğlence, sosyal aktivite, spor alanları, sağlık ve eğitim tesisleri ile ticaret ve alışveriş merkezlerini kapsayan; doğal kültürel, sosyo-ekonomik kaynakların koruma-kullanma dengesinin sağlandığı alanlar planlanması ve düzenlenmesini hedeflemektedir.

Bu amaçla belirlenecek alanın tamamının kamu arazisinden oluşması öncelikli tercih sebebi olmakla beraber en fazla %20'si özel mülkiyete konu olan arazileri de içerebilecek, Ege ve Akdeniz kıyılarında yer alan arazilerden seçilmesi öngörülmektedir.

"Turizm Paket Projeleri" ya da "Tatil Kentleri Projesi"nin mevcut yasal ve organizasyon süreçleri ile gerçekleştirilmesi durumunda karşılaşılabilecek dar boğazlar olacağı düşünülmektedir.

Tatil kentleri projesi, salt fiziksel planlama ve yer seçim kriterleri ile sınırlı olmayan çok boyutlu yasal ve örgütsel düzenlemelerinin ele alınmasını gerekli kılmaktadır.

VI. ALT YAPI

14 yıl gibi kısa bir zaman süreci içerisinde beklenilmeyen bir süratle artan yatak adedi ve Turizm sektöründeki hızlı büyüme, ülke ekonomisine ve sosyal-kültürel gelişmeye çok olumlu etkiler yaparken; olumsuz bazı çevre sorunlarını da yaratmıştır. Özellikle fiziksel büyümeye paralel olarak alt yapının aynı oranda gelişmesinin doğurduğu veya doğurabileceği sorunlar, Turizm sektörünün gelişimini de olumsuz yönde etkileyebilecektir.

Balıkesir ve İçel il sınırları arasında kalan 4000 km'lik sahil bandında, bilhassa Turizm sektörünün geliştiği yörelerde, kentsel yapılaşmanın da artması sonucu, alt yapıdan doğan problemlere daha fazla rastlanmaktadır.

VIII.Beş Yıllık Kalkınma Planı sonunda yani 2005 yılında hedef alınan, 640.000 Turizm belgeli yatak, 18 milyon turist, 16 milyar dolar turizm gelirin e erişebilmek için bu alt yapı problemlerinin öncelikle çözülmesi gerekir.

Türkiye'nin turizm hamlesinde en başarılı örnekler olarak gösterilen Güney Antalya ve Belek projelerinin başarısında, alt yapılarının önceden halledilmesinin payı büyüktür.

Ayrıca;

- Atık su arıtma tesisleri,
- Katı atıkların imhası,
- Temiz su gereksinimleri,
- Alt yapı işletmelerinde teşkilatlanma,
- Karayolları,
- Havaalanları,
- Mavi bayrak organizasyonu,

konularının bir kısmı doğrudan devlet tarafından yapılacak, bir kısmı devletin denetim ve yaptırım gücüyle düzeltilecek, bir kısmı devletin organizasyonunda devlet-özel sektör iş birliği ile kısa sürede çözüme kavuşturulacaktır.

1- Atık Su Arıtma Tesisi

Atıklar, uzman teknik personel tarafından işletilen, işletme sonuçları laboratuvarlarda muntazam kontrol edilen merkezi arıtma sistemlerinde toplanmalı ve arıtılmalıdır.

Antalya yöresi bu konuda kısmen şanslıdır. Diğer yörelerde ise, merkezi arıtma tesislerinin yeterli olmayışı, bazı bölgelerde ise hiç bulunmayışı, yatırımcıyı problemini paket arıtma sistemleriyle çözmek zorunda bırakmıştır.

Bu paket arıtma sistemlerinin, tesislerde mükemmel bir şekilde çalıştırıldığı söylenemez.

- Tesis kapasitesine göre, yanlış hesap edilen arıtmalar,
- Günün bazı saatlerinde, arıtmanın hesap edilen pik debinin üzerinde yüklenmesi,
- Yetersiz veya düzenli temizlenmeyen yağ tutucuları nedeniyle atık suya karışan yağlar,
- Elektrik kesilmesi veya kimyasal etkenlerle bakterilerin ölmesi,

gibi sebeplerle, arıtmaların çalıştığı zannedilerek, denizlerin kirletilmesine neden olunmaktadır

Arıtma tesislerinde her hafta düzenli olarak yapılması gerekli olan kimyasal kontrollerin, tesislerin kendi imkanları ile yapılması güçtür. Bu nedenle paket arıtma tesisleri denetimsiz

kalmaktadır ve turizm alt yapısında boşluk oluşturmaktadır. Devletin bu boşluğu doldurması, denetimlerin sık ve bilimsel olarak yapılması gereklidir.

Merkezi arıtma sistemlerinin bulunduğu yörelerde ise, arıtmalar, artan yoğunluğa paralel olarak tevsii edilemediğinden yetersiz kalmaktadır.

Örneğin, alt yapısı en mükemmel bir şekilde çözümlenerek 1985'li yıllarda uygulamaya konan Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi sınırları içinde kalan bazı beldelerde, artan turizm yoğunluğu ve konut enflasyonu yüzünden, merkezi arıtma sistemleri bugün yetersiz kalmaktadır.

2- Derin Deniz Deşarjları

Türkiye'deki arıtma tesislerinde sadece biyolojik arıtma yapılmaktadır. Çok pahalı olan ikinci ve üçüncü arıtma kademeleri kurulmadığından bu suları kullanma suyu olarak tekrar değerlendirme imkanı bulunmamaktadır.

Bu suyu kum filtrelerinden geçirerek bahçe sulamada kullanmak veya denize deşarj etmek mecburiyeti vardır.

Arıtılan sularda fosfat ve azot oranının yüksek olması nedeniyle iyi arıtılsalar bile, kıydan 50 m uzağa ve 20-30 m derinliğe deşarj edilmeleri gerekir. Aksi halde denizin oksijenini alırlar ve yosunlanmaya sebep olurlar, ayrıca hemen kıydan denize yapılan deşarjın insanlar üzerinde olumsuz etkileri vardır.

3- Katı Atıklar

Bugün bütün bölgelerde uygulanan sistem belediyeler veya alt yapı hizmet birliklerince veya tesis elemanlarınca çöplerin toplanıp, çöp toplama alanına dökülmesi, burada toprağa gömülerek bertaraf edilmesidir.

Bahse konu çöp imha alanlarının seçiminde hidrolojik ve hidrojeolojik araştırmalara yer verilmediği ve gömülen çöpün toprağa sızmasına karşı teknik önlemler alınmadığı için, özellikle yağmurlu mevsimlerde çöp atık sularının yer üstü veya yer altı su kaynaklarına sızarak kirlenmesi önlenememektedir.

Birçok bölgede çöpleri bu yöntemle imha edecek alan da kalmamıştır. Yeni alanların bulunması ise çevre halkının, civar arazi sahiplerinin, orman şefliklerinin baskı ve engellemeleri yüzünden kolay olmamaktadır.

Katı atıkların bilimsel bir yolla imhası kaçınılmaz bir ihtiyaçtır.

Turistik bölgelerde tavsiye edilen imha projesi aşağıdaki ana safhalardan geçmektedir.

Çöplerin evlerde veya tesislerde atılırken, yeniden değerlendirme imkanına sahip olanlar cinslerine göre ayrılarak toplanmalı ve ayrı sevk edilmelidir. Böylece seçilecek ve gömülecek çöp miktarı azaltılmalıdır. Bu, kullanıcının ve tesislerin görevidir.

Çöp toplama yerine getirilen çöpler burada birkez daha ayıklanmalıdır.

Ayrılan çöpler, toprağa sızmayı önleyecek şekilde yalıtılmış; çürüme esnasında doğacak gazları ve suları toplayarak dışarı atacak biçimde projelendirilmiş yataklara gömülerek çürümeye bırakılmalıdır.

Çürütülen bu çöpler daha sonra kompos gübre olarak kullanılabilir.

Maliyet ve alan sorununun çözülmesi için, çöplerin önce bölgesel çöp ayırma istasyonlarında toplanarak ayrılması; gömülecek çöplerin sıkıştırılarak, birkaç bölgeye hizmet veren ana çöp imha merkezine gönderilerek, gömme işleminin orada yapılması da düşünülebilir.

4- Temiz Su Gereksinimleri

Bodrum yöresi hariç, şimdilik alt yapının en iyi çözümlenmiş kısmı temiz su teminidir. Ancak yatak kapasitesinin artmasına ve kentsel nüfus yoğunluklarının çoğalmasına paralel olarak bu konunun da ele alınması gerekir. Aksi halde elektrik enerjisinde karşılaşıldığı gibi gelecek yıllarda kullanma suyunda da problemler yaşanabilir.

Ayrıca sahil yöresindeki turistik bölgelerde, bilgisizce açılan ve işletilen su kuyuları, deniz suyunun bu kuyulara karışması nedeniyle tuzlanma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Konu yalnız su kaynaklarını değil bitki örtüsünü de tehdit edecek boyutlara erişebilir.

Bu tür kuyuların tuzlanmaya karşı devletin kontrolüne alınması şarttır. Şeklen mevcut olsa bile bu kontrol yapılmamaktadır.

5- Elektrik Enerjisi

Bugün bütün Türkiye'nin karşılaştığı bu sorun, son iki yıl turistik tesislerde ciddi boyutlara ulaşmıştır. Gelecek yıllarda daha da artması kaçınılmazdır.

Turistik tesislerin, kısıtlamaya gidilmeyecek işletmeler arasına dahil edilmesi gereklidir. Ayrıca tesislerin yeterli kapasitede jeneratör temin etmeleri kaçınılmaz ihtiyaçtır.

6- Alt Yapı İşletmelerinde Teşkilatlanma

Şu ana kadar izah edilen hususlar alt yapı işletmesinin zorluklarını ve önemini ortaya koymaktadır.

Bahse konu zorlukların yenilmesi, bu konuda yeterince teşkilatlanarak sağlanabilecektir.

Turistik bölgelerde, yerleşik nüfus azdır. Mahalli idareler bu nüfusa göre teşkilatlanmıştır. Yazın, gelen turistler ve ikinci konutlarda yaşayanlarla birlikte bu nüfus özellikle kıyı bölgelerinde 10-15 misli artmaktadır.

Bu nüfus hareketinin getirdiği alt yapı sorunlarının mahalli idareler tarafından çözümlenmesi beklenemez. Mahalli idarelerin gücü buna yetmeyeceği gibi, bazı bölgelerde mahalli idareler turizmi bir külfet olarak görmektedir.

Yaşanan ve artan yoğunluğa bağlı olarak büyüyen alt yapı ihtiyacının çözümlenmesi için turizm işletmeleri mutlaka konuya dahil olmalıdır. Alt yapı yatırımlarının finansmanı turizm özel sektörünün ve devletin belli oranlarda katılımıyla gerçekleştirilmelidir.

Bu kurumsal yapılaşmayı tesis edebilmek için, bazı bölgelerde, turizm işletmelerinin ve kamunun kısmen eşit ağırlıkta katıldığı alt yapı hizmet birlikleri ve şirketleri kurulmuştur. Başlangıçta başarılı sayılacak sonuçlar alınmıştır. Birliklerde mahalli idarelerin ağırlıklı olması, özel sektörle belediyelerin bakış açısındaki farklılıklardan kaynaklanan bazı sorunların yaşanmasına neden olmaktadır.

Ancak bu aksamalar, denemeden vazgeçmek anlamına gelmemelidir. Bu alt yapı ve hizmet birliklerinin, Turizm Bakanlığı ve turizm sektörünün işbirliği ile yönetilecek şekilde yeniden yapılaşması lüzumludur. Bunun için birlik yasası değiştirilmelidir.

Yeni yapılaşmada, birlikler belgeli turistik işletmelere doğrudan hizmet götürmelidir. Konutlara ve diğer kuruluşlara ise, belediyeler bu birliklerden sağladığı hizmeti iletmelidir.

7- ATAK Projesi

Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi Projesi, kısa adıyla ATAK, Ege ve Akdeniz kıyılarında yer alan turizm yoğunluklu, yaklaşık yüz yerleşim biriminin içme suyu, kanalizasyon, atık su arıtma ve katı atık imha tesisleri gibi alt yapı sistemlerinin, yerel yönetimler ve kullanıcıların iş birliği ile yapımını ve işletilmesini amaçlayan bir projedir.

Projenin, yerel yönetim ve kullanıcıların müştereken kuracağı altyapı birlikleri vasıtasıyla yürütülmesi, ve finansmanının "Kullanan Öder" ilkesine uygun olarak geliştirilecek bir modelle karşılanması öngörülmüştü. Projelerin etüd ve hazırlanma safhasında Dünya Bankası hibe şeklinde teknik yardım vermeyi üstlenecek, proje, yapılabilir bulunması halinde Dünya Bankasınca kredilendirilecekti.

Bu çerçevede ATAK projesine 1989 yılında başlanmıştır. Proje çalışmaları, Dünya Bankasından temin edilen 607,5 milyon Japon Yeni tutarındaki karşılıksız teknik yardım ile finanse edilerek Turizm Bakanlığınca yürütülmüştür. Proje uygulamasının asıl sahibi yerel yönetimlerdir ancak yeterli teşkilatları olmaması nedeniyle Proje, Turizm Bakanlığının teknik desteği ile yürütülmüştür.

1990-1992 yıllarında, kıyı bandındaki bütün yerleşim yerlerinde, mevcut durum tesbiti ve fizibilite çalışmaları yapılmış ve toplam alt yapı ihtiyacının 2,5 milyar dolar tutarında olduğu

hesaplanmıştır. Bu boyutta bir kaynağın, dış kredi ve genel bütçe imkanlarıyla karşılanması, kaynağın sınırlı olması nedeniyle zor görülmektedir. Yukarıda söylendiği şekilde, kullanıcının finansmana katkısını sağlayacak kurumsal yapılaşma ve yasal düzenlemeler yapılmadığından, ATAK projesi arzulan hızda yürümektedir.

Bu arada bazı belediyelerin, Turizm Bakanlığı koordinatörlüğü ve Dünya Bankası kredi olanaklarından yararlanmayı sağlayacak kurumsal yapılaşmayı reddederek, keşiflerin çok üzerindeki proje maliyetleri ile, yatırımın tümünü yabancı-yerli müteahhitlik konsorsiyumlarından sağlanan dış kredi olanaklarıyla ihale ettikleri, mali güçlerinin üzerinde borçlanarak projeleri gerçekleştirmek istedikleri görülmektedir.

Turizm potansiyelimizin %65'inin toplandığı Akdeniz-Ege sahillerinin alt yapı noksanlıklarının en kısa zamanda giderilmesi ve ATAK projesinin VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde süratle hayata getirilmesi kaçınılmaz bir ihtiyaçtır. Raporun I. ve II. bölümünde verilen bilgiler ışığında, bu sahil şeridinin 10 yıllık turizm gelirinin;

VIII. Plan döneminde, beş yılda 43 milyar dolar

IX. Plan döneminde, beş yılda 98 milyar dolar

Toplam olarak on yılda 141 milyar dolar

Olabileceği tahmin edilebilir. O halde, turizm gelirlerinden ayrılacak %2' lik bir pay ile oluşabilecek finansman imkanı, ihtiyaç duyulan 2,5 milyar dolarlık yatırımı on yılda karşılayacak büyüklüktedir.

Bunun için oluşturulacak stratejiler şunlardır:

-Belediye Gelirleri Kanunu'nun katkı payları ile ilgili maddelerinde sınırlamaları kaldıracak, yatırım öncesinde peşinat alınmasına ve gerçekçi bir vadelendirmeye imkan tanıyacak ve toplanan katılımın amacına uygun kullanılmasını sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmesi,

-Raporda belirtilen altyapı yapım ve işletme birlikleri kurulmasının özendirilmesi, bu birliklerin teknik ve finansman konularında gerekli bilgiye sahip kadrolara kavuşturulması, bu alanda yeterli müşavirlik hizmeti alabilmelerinin sağlanması veya bu desteğin ilgili Bakanlıklarca verilmesi,

-Altyapılar projelendirilirken nüfus büyüklüklerinin, tüketim normlarının, arındırma düzeylerinin ve kullanılacak teknolojilerin ülkenin ve yörenin gerçeklerine uyması, bu konuda gerekli araştırmaların Turizm Bakanlığının koordinatörlüğünde ilgili birimlerce yapılması, projelerin etüd ve hazırlanmasında, ATAK projesi kapsamında Dünya Bankasının karşılıksız kredi ve teknik yardım vermesinin sağlanması,

Yukarıdaki hususların gerçekleşmesi halinde finans kaynağı oluşacağı ve alınan kredilerin geri ödenebilme imkanı doğacağından, Dünya Bankası kredilerinden yararlanarak yatırımların hızlandırılması.

8- Hava Alanları

Özellikle hava alanlarının dış turizmin gelişmesinde hayati rolü bulunmaktadır. En önemli turizm merkezlerimizden biri olan Bodrum, bu sebeple yıllarca iç turizme dönük kalmış, dış turizmde ise düşük harcamalı turist ile yetinmek mecburiyetinde kalmıştır. Milas-Bodrum havaalanının açılması ile, Bodrum'un çehresi birden değişmiş, dış turizm yönünden Türkiye'nin en hızla gelişen bölgesi olmuştur.

Türkiye'nin dış turizmdeki bağlantısı hava yoluyla sağlanmaktadır. Saatlerce süren bir uçak yolculuğu yaparak gelen turistin, indiği havaalanından azami 1,5-2 saatte gideceği tesise ulaşabilmesi özellikle istenmektedir. Turistik tesislerin belli turizm alanlarında odaklaşmasının esas sebebi budur. Yatak arzında yoğunluğu azaltmak yeni turizm alanları yaratmak istiyorsak, öncelikle bu düşünülen yeni turizm alanlarının yakınında, charter uçaklarının inebileceği havaalanlarını ve bunların karayolu bağlantılarını da birlikte planlamak gerekmektedir.

9- Mavi Bayrak

Mavi Bayrak, Avrupa Birliği'nin bir alt kuruluşu olan Avrupa Çevre Eğitim Vakfı aracılığı ile yürütülen bir kampanyadır. Amacı, sahillerin ve deniz suyunun temizliğini denetlemek, plajlarda ayda iki defa deniz suyunun biyolojik ve kimyasal analizini yaparak, deniz temizliğinin kabul edilen limitler içerisinde olduğunu kontrol etmektir. Bu sayede insanların korkusuzca denizden ve plajlardan istifade etmesini sağlamaktır.

Kampanya, bu merkezi bir örgüt ve kampanyaya katılan ülkelerde kurulan organizasyonlar tarafından yürütülmektedir. Halen Avrupa'nın 19 ülkesi bu kampanyaya katılmıştır. Akdeniz çanağındaki bütün Avrupa ülkeleri ile birlikte Türkiye de bu organizasyonun içindedir.

Denetlemeler sonunda temiz bulunan plaj ve marinalar, kampanyanın simgesi olan Mavi Bayrak çekilerek ilan edilir. Duyuru ayrıca bastırılan harita ve bültenlerde, denizi temiz olan plajlar mavi noktalar ile, denize girilmesi sakıncalı veya tehlikeli olan plajlar kırmızı ve siyah noktalar ile işaretlenerek basın yoluyla da açıklanmaktadır.

Geçmiş yıllarda, organizasyonun çalışmaları yalnız denetlemek ve bilgilendirmekten ibaret kalıyordu. 2000 yılından itibaren tur operatörleri ve turizm acentaları ile işbirliği yapılarak, turistin bilgilendirilmesi ve mavi bayraklı plajlara yönlendirilmesi sağlanmaktadır. Amaç deniz temizliğini ekonomik baskı unsuru ile de gerçekleştirmektir.

Bugün, turizm pazarında rakip durumdaki İspanya, Fransa ve Yunanistan en az ortalama mavi bayraklı plaja sahiptir., çok daha uzun sahili olan ülkemizde mavi bayraklı plaj adedi ise 65'tir. Bunlar da çoğunlukla Antalya ve civarında toplanmıştır. Bodrum'dan-Balıkesir'e kadar uzanan Ege sahillerinde mavi bayraklı plaj adedi çok azdır. Sebebi, özel sektörün ve mahalli idarelerin bu konuda gösterdiği ilgisizliktir. Denetleme, yakından takip, işletme veya mahalli idareler bazında alınacak önlemlerle mavi bayraklı plaj ve tesis sayısının artırılması mümkündür.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde mavi bayrağın, turizmde büyük bir reklam ve pazarlama aracı olacağı açıkça görülmektedir. Bir an önce, özel sektör, mahalli idareler ve devlet işbirliğinde konuya sahip çkılmalıdır.

Bunun için;

- Devletin görevli birimleri tarafından deniz suyundan numune alınmalı ve analizleri muntazaman yapılmalıdır,
- Analiz sonuçları standartlara uymayan plajlarda, sebep araştırılmalı ve önlem alınmalıdır. Bunların çok basit önlemler olduğu ve sebebinin çoğu kez plajın kendisinin değil çevresindeki diğer kullanımların duyarsızlığı olduğu görülecektir,
- Sebeplerin giderilmesinde, mahalli idareler ve devlet, denetim ve yaptırım gücünü, aksamadan kullanabilmeli ve yasalarla desteklenmelidir.

VII. ÇEVRE

Turizm ve çevre ortak bir ilişkiyi simgeleyen kavramlardır. Çevre bir turizm kaynağı olma özelliğini taşıırken, turizmin varolması için çevrenin yaşaması gerektiği, doğanın ve çevrenin aleyhine gelişen bir turizmin kendi kaynağını tüketeceği açıktır. Başarılı bir turizm faaliyeti için temiz ve düzenli çevreye ihtiyaç vardır. Turistlerin doğa koruma ve çevre sorunlarına gittikçe daha duyarlı oldukları gözlenmektedir. Dolayısıyla, alternatif turizmde yerel örf ve adetlere saygı gösterilirken, çevre ve doğa korumasına da özen gösterilmelidir. Tabi ki, çevre korumasına dikkat edilirken turizmden elde edilecek karın da maksimize edilmesine çalışmalıdır.

Ekoturizm sayesinde çevresel değerler korunurken kırsal ve endüstrileşmiş bölgelerde ekonominin çeşitlilik kazanması, ekoturistlerin kalış sürelerinin uzaması ile harcadıkları döviz miktarlarının artması ve milli ekonominin gelişmesi gerçekleşecektir. Yerel ekonomiyi canlandıracak mal ve hizmete olan talep artarak, konaklama tesislerinin gelişmesine imkan verecektir. "Kırleten Öder" prensibi benimsenerek, yerel halk ve yatırımcı da ekoturizme entegre edilmelidir, turizmden elde edilen gelir vergilendirme yoluyla özellikle alt yapı, çevre koruması ve kamu hizmetlerinin temininde kullanılmaya yönlendirilmelidir.

Türkiye'nin çok hızlı büyümesi, özellikle turizm bölgelerinde aşırı yoğunlaşmaya ve büyük ölçüde yapılaşmaya neden olmuştur. Önemli turistik beldeler artık yeşilliklerin ve doğal güzelliklerin hakim olduğu yerler olma özelliklerini kaybetmişlerdir. Bu nedenle turizm yatırımlarının önemli ölçüde yoğunlaştığı, Alanya, Kuşadası gibi turizm merkezleri artık önemli tur operatörleri tarafından boykot edilmeye başlanmıştır. 1970'li yıllarda İspanya'ya gelen turistlerin yarısına yakın kısmı İspanya'nın en önemli turizm merkezilerinden olan Costa Brava yöresine tatil için gelirlerdi. Bu bölgede bugün sahiller 20-25 katlı gökdelenlerle doldurulmuş durumdadır ve artık bölge Avrupalı tur operatörlerince boykot edilmiştir ve bölgeye İngiltere'nin New Castle bölgesinden otobüsle kömür işçileri gelmektedir. Alanya, Kuşadası gibi turistik yörelerimiz de bu konuma gelmek üzeredir. Bu nedenle, yoğunluğa dikkat edilmeli, yeni turizm alanları üretilerek yatırımlar buralara yönlendirilmelidir.

Aslında kıyıların aşırı yapılaşmasının sorumlusu turizm değildir. Ege-Akdeniz kıyıları 4.000 km.uzunluğunda sahil şeridinde sahiptir. Bu şerit üzerinde, birçok yerleşim alanı mevcuttur. Bu yerleşim alanları 28.151 hektarlık bir alan kaplamaktadır. Bu alanın %54'ü kentsel alan, %32'si ikinci konut ve sadece %14'ü turizm alanıdır.

Türkiye'nin çevresel olarak en ciddi sorunu ikinci konutlardır. Bir çoğunun çok ciddi alt yapı sorunları olan ve büyük ölçüde atıl kapasite oluşturmakta olan ikinci konutların mutlaka sınırlandırılması gerekmektedir.

Turistik yörelerde kentsel nüfus süratle artmakta, ikinci konut ve kentsel konut talebini doğurmakta mahalli idareler kendilerine verilen imar planlama yetkisini bazı durumlarda etkin bir şekilde kullanamamakta ve yapılaşma dengeli bir şekilde gelişmemektedir.

Sürdürülebilir Kalkınma, kaynakları tüketmeden ekonomik kalkınmayı sağlamak şeklinde özetlenebilir. Bu kavram ekonomik, sosyal ve çevresel gereksinimleri içermektedir. Mevcut kullanımlarda doğal çevrenin hızla tüketilmesi söz konusudur. Kaynak temeli korunmadıkça ve hatta yenilenmedikçe kalkınma sürdürülebilir olmayacaktır.

Sürdürülebilir kalkınmayı başarmak için tüm ülke düzeyinde sosyal ve çevresel değerleri tanımlamak ve değerlendirerek envanter oluşturmak, politikalar belirlemek, gerekli ölçüm araçlarını temin etmek, kaynak stok muhasebesi ve çevresel gider muhasebesi gibi uygulama alanlarını gündeme getirmek gerekmektedir.

Deniz ortamları, kıyı kumulları, sulak alanlar, içme suyu kaynakları, biyolojik çeşitlilik ve yaban hayatı yaşam alanları, tarım alanları, meralar, ormanlar ve tarihsel çevrenin tanımlanması, tercih ve eğilimlerin ortaya konulması, hedeflerin belirlenmesi, araçların tanımlanması ve eşgüdüm ile sağlıklı bir planlanma sisteminin kurulması gerekmektedir.

Oysa bugün Türkiye'de 3194 Sayılı İmar Kanunu ve ilgili Yönetmeliklerince belirlenen bir fiziki plan anlayışı hakimdir. Bütünlükten yoksun yaklaşımla sektörler arası ilişkiler düzenlenememektedir. Bu nedenlerle, geleceği fiziksel ve sosyo ekonomik açılardan yönlendirebilecek, geliştirecek ve ekolojik değerlerin varlığını sürdürebilmesini sağlayacak sürdürülebilir kalkınmanın en önemli aracı olan planlamanın etkin biçimde kullanılması ilke olarak kabul edilmelidir. Ekolojik ve kültürel değerler ile sosyo ekonomik yapı gözönüne alınarak, öncelikle insan varlığını sürdürebilmek için esas olan çevre değerlerini koruma amacı ile sektörler arası ilişkileri ve dengeleri gözönünde bulunduran ekonomik faaliyetlerin sınırlandırılması sürecinde coğrafi mekandaki dağılımlarının bir bütün olarak verildiği "Ülkesel Fiziki Gelişme Planı" hazırlanmalıdır. Tüm sektörler gibi, turizm planlanmasının da bu çerçevede, ülkesel fiziki plan bütünü içinde yer alması gerekmektedir. Ülkesel fiziki gelişme planları ile bugüne kadar sağlıklı süregelen, daha önce bozulmuş ve bozulma sürecine girmiş bulunan koruma-kullanma dengesinin kurulması gözetilmeli, gelişmelerin sağlıklı yönlendirilmesi ile doğal kaynakların geleceğinin garanti altına alınması amaçlanmalı, daha sonra bölgeler arası bir bütün olarak düşünülmesi avantajlı olabilecek sektörlerin planlanmasına, daha sonra ise çevresel bütünlük gösteren havza sınırlarının bölge planlarının yapımı aşamasına geçilmelidir. Bu planlar ile arazi kullanma özellikleri belirlenmiş alanlarda

yapılaşmaların, denetime ağırlık vererek kontrollü biçimde oluşması sağlanmalı ve plan dönemi içerisinde konulmuş bulunan gerek fiziki, gerekse ekonomik hedeflere ulaşılmasına çalışılmalıdır.

Koruma ve kullanma dengesinin yeniden kurulması, ekolojik yapı ve doğal değerlerle ilgili ülke düzeyinde veri tabanı oluşturulması, korunması zorunlu görülen doğal kaynaklara ilişkin detaylı verilerin bilimsel ve uygulamaya dönük araştırmalar ile sentez edilmesi sonucunda, mekan bazında yeni kararların elde edilmesi yoluna gidilmelidir. Bu şekilde elde edilecek planlar, eklerindeki geniş ve detaylı plan hükümlerinde açıklanan organizasyonel kararlar ve yönetim kararları yanısıra, bunların ne şekilde uygulanacağına dair hüküm ve şartlarla bir bütün teşkil etmeli, geliştirilecek veya iyileştirilerek kullanılacak alanlar için alt ölçekte uyulması gereken şartların çerçevesi de belirlenmelidir.

**VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI
TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU**

**İŞLETMECİLİK-KONAKLAMA-ACENTACILIK-ULAŞIM
ALT KOMİSYON RAPORU**

VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU İŞLETMECİLİK–KONAKLAMA–ACENTACILIK–ULAŞIM ALT KOMİSYONU RAPORU

DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE TURİZMİN GELİŞİMİ

VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE BEKLENEN İLAVE YATAK TAHMİNİ

I- DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE TURİZMİN GELİŞİMİ

Dünyada yabancı turizmin ülkelerarası gelişiminde 1980 yılında 285 milyon olan yabancı turist sayıları yılda ortalama % 4.61 artış hızı ile 1997 de 613 milyon kişiye yükselmiş aynı dönemdeki yabancı turizm gelirleri ise 1980’deki 102 milyar ABD dolarından; yılda ortalama % 9.1 artış hızı ile 1997’de 448 milyar dolara yükselmiştir.

Yabancı turist girişleri ile yabancı turizm gelirlerinin dünyanın başlıca bölgelerindeki dağılımı 1994 ve 1997 yıllarında aşağıdaki miktarlarda ve yıllık ortalama artış oranlarında olmuştur.

Tablo: 1. Dünya Turizm Gelişimi

Bölgeler	Yabancı Turist Sayısı (1000)	Turizm Geliri (Milyon \$)	Yıllık Artış (%)	Turist Sayısı (1000)	Yıllık Artış (%)	Turizm Geliri (Milyon \$)
Avrupa	358.383	175.398	(2.98)	361.600	(8.38)	223.300
Asya Pasifik	77.093	62.198	(5.37)	90.200	(10.18)	83.200
Orta Doğu	12.101	5.437	(6.70)	14.700	(16.52)	8.600
Güney Asya	3.946	3.178	(5.24)	4.600	(8.86)	4.100
Amerika	106.433	95.091	(3.76)	118.900	(8.00)	119.800
Afrika	18.545	6.511	(7.75)	23.200	(10.14)	8.700
Dünya	576.501	347.813	(2.08)	613.200	(8.75)	447.700

Türkiye’nin ve Akdeniz’deki başlıca rakiplerinin seçilmiş son yıllardaki yabancı turist girişleri ile toplam dış turizm geliri ve yabancı turist başına turizm gelirleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo: 2. Seçilmiş Akdeniz Ülkelerinde Turizm Gelirleri

	1992	1994	1995	1996	1997
Fransa					
Gelen Turist (000)	58.500	61.312	60.110	61.500	66.800
Gelir (milyon dolar)	22.190	24.678	27.527	28.241	27.947
Kişi Başına Harcama \$	379	402.5	458	459	418
İspanya					
Gelen Turist (000)	36.054	39.341	39.324	41.425	43.403
Gelir (milyon dolar)	21.035	21.465	25.343	28.428	28.147
Kişi Başına Harcama \$	583	546	644	686	648.5

İtalya					
Gelen Turist (000)	29.974	27.480	31.052	35.500	34.087
Gelir (milyon dolar)	20.013	23.927	27.451	27.349	30.000
Kişi Başına Harcama \$	668	871	884	770	880
Yunanistan					
Gelen Turist (000)	9.000	10.713	10.130	9.725	---
Gelir milyon (dolar)	---	3.905	4.128	4.217	---
Kişi Başına Harcama \$	---	365	408	434	---
Cezayir, Fas, Tunus					
Gelen Turist (000)	---	8.126	7.242	7.070	---
Gelir (milyon dolar)	---	2.618	2.513	2.724	---
Kişi Başına Harcama \$	---	322.2	288.2	385.3	---
Türkiye					
Gelen Turist (000)	7.070	6.670	7.720	8.610	9.689
Gelir (milyon dolar)	3.639	4.921	4.956	5.650	7.002
Kişi Başına Harcama \$	514.3	647.8	647.8	656.2	728.7
Yıllık Harcama Artış %	---	(26)	(-1.0)	(1.85)	(10.13)
Portekiz					
Gelen Turist (000)	8.870	9.132	9.706	10.007	9.713
Gelir (milyon dolar)	---	3.828	4.406	4.695	7.002
Kişi Başına Harcama \$	---	419.2	454	469	721

Kaynaklar: 1992, 1994, 1996 TÜRSAB Raporu Mart 1998

Tablo: 3. Türkiye’de son yirmi yılda Turizm Geliri Gelişmesi

Gelen Turist	Program Hedefi - (Yıllık Artış %)	Gerçekleşme	Gerçekleşme Oranı	Plan	Turizm Geliri (Milyon \$) Gerçekleşme
IV. BYKP 1979-1983	13.942-(12.2)	7.234	51.8	2.418	1.770
Geçiş Yılı 1984	1.800	2.117	117.6	452	840
V. BYKP 1985-1989	12.300-(10.7)	16.493	134.0	3.388	9.330
VI. BYKP 1990-1994	31.830-(8.14)	31.154	97.9	21.702	17.798
VII. BYKP 1995-1999	69.250-(12.0)	49.940	72.1	33.777	29.286
TOPLAM				61.773	59.024

1979’dan 1998 yılı sonunu kapsayan 19 yılda gelen yabancı turist sayısı yılda 1.527 binden 1998 yılında 9.753 bine yükselmiştir. Yıllık ortalama artış oranı aynı dönemdeki plan hedeflerine çok yakın (yılda %10.69) olmasına karşın % 10.28 olarak gerçekleşmiştir.

Aynı dönemde dış turizm gelirleri de plan hedeflerinin yaklaşık % 96’sı oranında gerçekleşerek, yılda ortalama % 18.6 artışla 1979 yılındaki 281 milyon dolardan 1998 yılında 7.177 milyon dolara yükselmiştir.

Gerek 1998 yılında doğu Asya'dan başlayarak Rusya Federasyonu ve doğu Avrupa ülkeleri ile çoğu gelişmekte olan ülkeleri de etkileyen dünya ekonomik krizi, gerekse ülkemizde 1999 yılında Marmara Denizi bölgesinde yaşanan zelzele felaketi ve diğer nedenlerden dolayı 1999 yılına ait Turizm göstergeleri yukarıda verilen değerlendirmelerde dikkate alınmamıştır.

Tablo: 4. Turizm Sektörünün VI. ve VII. Beş Yıllık Kalkınma Planları dönemlerindeki yabancı turist girişi ve turizm geliri

Yıllar	Yabancı Giriş Sayısı (1000)	Turizm Geliri (1000 \$)	
1990	5.389	3.225	Tablo3'e 1989 yılı yabancı turist girişlere (4.559.000) ile döviz gelirlerini de ilave ederek 1989-1999 dönemindeki (\$ 2.556.500) yabancı turist giriş miktarlarını küçük kareler metodunu uygulayarak; $YT=7184 (-)+ 445 (X)$ formülü ile, turizm döviz gelirlerini de; $YG=4500+400 (x)$ olarak belirlemek mümkündür.
1991	5.517	2.600	
1992	7.076	3.600	
1993	6.500	3.900	
1994	6.671	4.321	
1995	7.727	4.956	
1996	8.614	5.650	
1997	9.713	7.002	
1998	9.753	7.177	
1999	7.500	4.500	

Yukarıdaki formüllerde (YT) bin (1000) turist girişi ve (YG) bir milyon ABD doları olarak ifade edilmiştir. (X) 1994 yılı için (0) olarak alınacak ve 1995 yılından başlayarak her takip eden yıl (1) artacaktır.

1989-1999 yıllarının turist girişleri için uygulanan (YT) formülü yabancı turist girişini 1989 yılında 4.950.000, 1999 yılında da 9.409.000 olarak bulunmasını sağlar on bir yıldaki artış oranını da 1.9691 misli olarak verir. Bu artış, aynı dönemde, yabancı turist ortalama giriş artışının yılda % 6.35 olduğunu gösterir

1989-1999 yılları döneminde yabancı turist girişinin yıllık artışını teorik olarak ifade eden bu formül her yıl yabancı turist girişinin yaklaşık 445.000 kişi, yıllık döviz gelirini gösteren (YG) formülü de yıllık döviz geliri artışının ortalama 400 milyon dolar olarak kabul edilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

1989-1999 yılları içinde, turizm gerçekleştirmeleri yönünden daha cazip bir dönemi araştırmak için yapılan çalışma yedi yıllık 1991-1997 döneminin böyle bir sonuç verdiğini göstermiştir. Bu dönemde gelen yabancı turist girişleri $YT= 7.400 + 500 (X)$ formülü ve döviz gelirleri formülü de $YG = 4576 + 656 (X)$ olarak ifade edilmekte, turist girişlerinin yıllık ortalama artış oranı % 7.4, dış turizm gelirlerini yıllık ortalama artış oranı da % 14 olarak bulunmaktadır.

Türkiye'nin turizmde en cazip gelişme döneminin yaşandığı 1984-1998 döneminde gelen turist sayısının yıllık artış oranı gerçekleşmesi % 11.53 olmuştur.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde Turizm sektörünün plan hedeflerinde yabancı turist girişi yıllık ortalama artışı da % 11.53 olarak alınmalı ve bunu sağlayacak teşvik tedbirlerinin uygulanması sağlanmalıdır.

Yabancı turistlerin her yıl Türkiye'de kaldıkları süre içindeki harcamaları 1984-1998 döneminde 1.9217 kat artarak, 396 dolardan 761 dolara yükselmiş, yıllık ortalama artış % 4.775 olmuştur. VIII. BYKP'de turizm sektöründe yurda giren yabancı turistlerin kişi başına harcamalarının her yıl aynı oranda artacağı varsayılmıştır.

2000 Yılı Programında (Resmi Gazete: 21 Kasım 1999 sayı 23883 m) Turizm Sektörü için verilen gelişmeler Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo: 5. Turizm Sektörü Gelişmeleri

	1998 Gerç.	1999 Gerç. T.	2000 Prog.	Yıllık Ortalama Artış (%) 99/98 2000/99	
Gelen Yabancı (1000)	9.753	7.500	9.000	-23.1	20.0
Dış Ülkelere Giden Vatandaş (1000)	4.601	4.800	5.000	4.32	4.17
Turizm Geliri (Milyon Dolar)	7.177	4.500	7.200	-27.3	60.0
Turizm Gideri(Milyon Dolar)	1.754	1.550	1.850	-11.06	19.4

Tablo 5'deki 2000 yılına ait göstergeler esas alınarak VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turizm sektörü için beklenen gelişmeler Tablo6'da verilmiştir.

Tablo: 6. VIII. BYKP döneminde Beklenen Yabancı Turist Sayısı ve Döviz Geliri

Yıllar	Gelen Yabancı Turist Sayısı	Yılda artış (%)	Turist Başına Harcama \$	Turizm Dış Geliri (Milyon Dolar)
2000	9.000	20.00	800	7.200
2001	10.038	11.53	838.20	8.414
2002	11.195	11.53	879.22	9.832
2003	12.486	11.53	920.16	11.487
2004	13.925	11.53	964.10	13.425
2005	15.531	11.53	1010,3	15.688

II. TÜRKİYE'NİN DIŞ TURİZM GİDERLERİ

Türkiye'nin dış turizm giderlerinde dış ülkelere giden vatandaşların 1984 yılında kişi başına 133 dolar olan harcaması 1997 yılında 425 dolar olarak gerçekleşmiştir. Ortalama artış oranı % 9.35'dür. 2000 yılı programında yurt dışına çıkan her vatandaşın ortalama harcamaları 370 dolar olarak alınmıştır ve geçeceği yansımaktan uzak kalmaktadır.

Yurt dışına çıkan vatandaşların 1964'de 113 bin olan sayısı 1999 yılında 4.8 milyon kişiye yükselmiştir. Yıllık ortalama artış hızı % 27.0'dir.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde yurt dışına çıkan vatandaşların yılda % 6 ve kişi başına harcamalarının da aynı oranda artacağı varsayılarak Tablo 7 düzenlenmiştir.

Tablo: 7. Türkiye'nin VIII BYKP Döneminde Dış Turizm Gideri.

Yıllar	Yurt Dışına Çıkan Vatandaş Sayısı (1000)	Kişi Başına Harcama \$	Turizm Gideri (Milyon Dolar)
2000	5000	370 veya 425	1850 veya 2125
2001	5300	392	2080
2002	5618	416	2337
2003	5955	441	2626
2004	6313	467	2948
2005	6691	495	3312

Dünyada turist sayısı ve artışının ve döviz gelirin 1980-1997 trendini sürdüreceği varsayımı ile dünyadaki turist sayısının 2005'de (1.461 x 613) 879 milyon kişiye ve döviz gelirin ise (448 x 1.091) 899 milyon dolara yükseleceği, Türkiye'nin yabancı turist girişi payının (15.531/879) yüzde 1.77'e turizm döviz gelirin ise (15.688/899) yüzde 1.745 yükseleceği beklenebilir.

Aynı göstergeler 2023 yılı için aşağıdaki varsayımlara uygun olarak hesaplanmıştır:

Dünya turizminde döviz geliri artışı ile turist sayısı artışının 2023 yılına kadar da en az 1980-1997 yılları trendini sürdüreceği kabul edilerek 2023 yılındaki turist sayısının 879 x 1.0461 = 1978 milyon kişiye, turizm döviz gelirin ise ABD doları 2005 yılı sabit değeri ve 2023 yılına kadar turizmde sunulacak hizmetlerin çeşitlenmesi ile de her yıl % 5 oranında artacağı kabul edilerek 899 x 1.05=2.163 milyar dolar olabileceği beklenebilir.

Türkiye'ye turist girişinin 2005-2023 yılları arasında, 1991-1997 döneminde sağlanan yıllık artış oranında yükseleceği varsayılırsa, 2023 yılında Türkiye'ye turist girişinin [(1.074) x 15.531] 56 milyonu aşacağı, aynı dönemde turist girişi artışının 1989-1999 dönemindeki kadar yıllık oranla sınırlı kalacağı varsayılırsa 2023 yılındaki turist girişi (1.0635 x 15.531) 47 milyon olabileceği kabul edilebilir. Ancak bu sayıların gerçekleşmesi için KOBİ niteliğindeki turistik tesislerin önemli ölçüde sektöre katılması gerekir. 2005-2023 yılları döneminde

ülkemize giriş yapan her turistın yapacağı harcamanın 2005 yılı sabit ABD doları değeri ve turizmde sunulacak hizmetlerin çeşitlenmesi ile yılda ortalama % 1 artacağı varsayımı ile 2023 yılında [(1.01/18) x (879/899.000)] kişi başına 1223 dolara yükselebileceği beklenebilir. Bu takdirde Türkiye'nin 2023 yılındaki turizm gelirinin yılda 57.5 ila 68.5 milyar dolara, dünyadaki turist payının yüzde 2.4'ü ile 2.8'ine, yabancı turizm geliri payının da yüzde 2.66-3.17'sine kadar yükselebileceği beklenebilir.

III- KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE MEVCUT YATAK KAPASİTESİ, DEVAM EDEN YATIRIMLAR VE VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE BEKLENEN İLAVE YATAK YATIRIM TAHMİNİ

Turizm Bakanlığı İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün verilerine göre, Aralık 1999 itibariyle; Bakanlıktan Belgeli, işletmede 343 bin (321 bini işletme belgesi ile çalışan + 22 bini yatırım belgesi ile çalışan) yatak kapasitesi vardır. 1999 sonu itibariyle yatırımda görünen yatak sayısı ise 232.042 adettir.

Turizm Bakanlığında belgeli Yat ve Marina işletmelerinin 12.211 yat yatağı, belgesizlerle birlikte ise toplam yat yatağının 30.000 olduğu tahmin edilmektedir.

1999 sonu itibariyle yat yatırım ve işletme belgeli 171 yerli işletmeden başka 9 yat işletme belgeli yabancı işletme de vardır. Turizm Bakanlığında belgeli toplam yat sayısı 1.345dir.

Tablo 8 konaklama tahminlerine ilişkin verileri içermektedir.

Tabloların tetkikinde de görüleceği üzere plan döneminde;

Konaklama tesisleri için : \$ 4.430.800.000
Yat Yatırımları ve Yat Bağlama yerleri için : \$ 4.443 800 000

olmak üzere toplam yatırım ihtiyacının \$ 8.874.600.000 olacağı varsayılmıştır.

Tablo: 8. Konaklama Tesisleri Yatak Başına Yatırım Keşfi (ABD doları)

Otel Sınıfı	İnşaat	Tesisat	Teçhizat	Tefriş	Toplam	%
5 yıldız	18.000	15.000	5.000	9,000	47.000	12
4 yıldız	17.000	11.000	2.000	4,000	34.000	14
3 yıldız	8.000	6.000	1.000	1,000	16.000	22
2 yıldız	5.000	3.000	500	1,000	9.500	14
1 yıldız	4.000	3.000	200	1,000	8.200	13
Tatil Köyü	9.000	6.000	1.000	2,000	18.000	15
Diğer (Motel Pansiyon)	2.000	2.500	200	1,000	5.700	10

Tablo: 9. VIII. BYKP dönemi ilave yatak kapasitesinin tesis türlerine göre dağılımı (%)

Tesis Türü	Yatak Maliyeti (\$)	Yatak Sayısı Yüzdesi	=	ABD Doları
5 yıldız	47.000	0.12	=	5.640
4 yıldız	29.000	0.14	=	4.060
3 yıldız		0.22	=	3.520
2 yıldız	9.500	0.14	=	1.330
1 yıldız	8.200	0.13	=	1.066
Tatil Köyü	18.000	0.15	=	2.700
Motel, Parsiyon	5.700	0.10	=	570
TOPLAM	18.886	100.0		19.000

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde inşa edilecek konaklama tesislerinin yatak başına ortalama 19,000 ABD doları yatırıma ihtiyaç göstereceği varsayılarak Tablo 10 düzenlenmiştir.

Tablo: 10. VIII. BYKP Döneminde Konaklama Tesisleri Ek Yatak Kapasitesi İhtiyacı ve Konaklama Tesisleri için Öngörülen Yatırım

Yıllar	Ek Yatak Kapasitesi	Sabit Yatırım İhtiyacı \$
2001	37.100	704.900.000
2002	41.200	782.800.000
2003	46.100	875.900.000
2004	51.400	976.600.000
2005	57.400	1.090.600.000
Toplam	233.200	4.430.800.000

NOTLAR

-Yıllık Ek yatak kapasitesi ihtiyacı, yabancı turist girişlerinde öngörülen yıllık artışın 28'e bölünmesi ile bulunmuştur.

-Eğitim Yatırımları, konaklama yatırımlarının %2'si olarak alınmıştır.

-Altyapı yatırımları konaklama yatırımlarının %3'ü olarak alınmıştır.

-Pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine Devletçe ayrılacak kaynak konaklama yatırımlarının %2'si olarak alınmıştır.

IV. VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI TURİZM İŞLETMECİLİK ALT KOMİSYONU ÖNERİLERİ

1. Turizmin VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde en önemli sorunu etkin pazarlama ve tanıtımın en iyi şekilde yapılmasının sağlanmasıdır. Bu işlevin yapılabilmesi için her yıl elde edilen turizm gelirin % 2 'si tutarında bir kaynağın kamu ve özel sektör temsilcilerinin katılımı ile, kurulması öngörülen Ulusal Tanıtım Konseyi tarafından etkin kullanılması sağlanmalıdır. Bu fonun gelirleri ve harcamaları her türlü vergi kolaylığından ve teşvik avantajlarından yararlandırılmalıdır.

2. Özel sektörün, sektördeki birliklerin tanıtım ve pazarlamaya yönelik faaliyetleri her türlü vergi ve teşvik avantajları ile desteklenmelidir.

3. Turizm sektöründe bir milyon \$'ın üzerinde döviz girdisi sağlayan otellere, yöresel otelciler birliklerine, Türkiye Otelciler Birliği tarafından hazırlanan projelere 500.000 \$'a kadar fon kaynaklı veya düşük faizli tanıtım ve pazarlama kredisi verilmesi imkanı sağlanmalıdır.

4. Sektörün, en önemli sorunu olan turistik ürünü pazarlama olanaklarının geliştirilebilmesini temin için yatırımcı/otelci açısından iki yol bulunmaktadır:

- Sektörel dış ticaret şirketi (SDŞ) tipi örgütlenme,
- Bir uluslararası "franchising" sistemine dahil olma.

22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı'nın (3k) maddesine dayanarak çıkartılmış bulunan 26.12.1996 tarih ve ihracat 96/39 sayılı "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ" çerçevesinde, belli koşullara haiz küçük ve orta büyüklükte işletmelerin (KOBİ) ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak, faaliyet göstermeleri mümkün olabilmektedir. Ön koşul olarak, kamu otoritesince ilgili mevzuatta gerekli değişikliklerin yapılması ve turizm sektöründeki yatırımcı /otelci işletmelerin de SDŞ tipi örgütlenmeye gitmelerinin potansiyel yararları aşağıda sıralanmıştır.

-Üye işletmelerin, yıldız sınıflandırılması ve pansiyon çeşidi dikkate alınarak, sezon bazında uygulayacakları asgari, homojen ve istikrarlı ücret düzeylerinin tespiti ve fiyat kırma "çaresizliğinin" önlenmesi,

-Üye işletmelere SDŞ tarafından yurtiçi ve yurtdışında açılacak ofisler marifetiyle, acentalık ve tanıtım hizmetleri (promosyon, piyasa çeşitlendirmesi, rezervasyon, ulaşım vb.) verilmesi ve böylelikle maliyetlerin düşürülerek gelirlerin artırılması,

-Üye işletmelerde minimum işletme standartlarının getirilerek, uygulamaya konulması ve kalite anlayışının sağlanması,

-Tahsilatın profesyonel SDŞ yönetimi tarafından müşteriden peşin olarak yapılarak, üye işletmelere süratli bir şekilde geri döndürülmesi sayesinde, acentalarca işletmelere (müşteri çıkışından asgari 14 gün sonra ve TL olarak asgari kurdan) yapılan geç ve/veya gecikmeli ödemeler nedeniyle uğranılan kayıpların asgariye indirilmesi,

-Fiyatlarda taviz vermeye zorlama "last minute" gibi oluşumlarla mücadele edilmesi ve önlenmeye çalışılması,

-Üye işletmeler adına, tek merkezden SDŞ tarafından, internet ve intranet olanaklarını da kullanarak, yurtiçi ve yurt dışında AR-GE faaliyetleri neticesinde, piyasa fiyat ve talep konularında imkanların araştırılarak, azami faydanın sağlanması, erken uyarı sistemleriyle doğabilecek muhtemel krizlere karşı hazırlıklı olunması,

-Üye işletmelerin girdi (yiyecek, içecek, temizlik malzemeleri, teknik malzemeler, demirbaş,vb.) alımlarının SDŞ tarafından tek merkezden toptan ve hacimli olarak yapılarak, üye işletmelere vade ve fiyat avantajı sağlanması (ve bunun sektöre girdi temin eden yan sektörlerle de hacimli ve istikrarlı satış yapma imkanı getirmesi),

-SDŞ statüsü kazanılması sayesinde bu tür şirketlere tanınmış olan muafiyet ve teşviklerden öncelikli olarak yararlanılması ve özellikle "ihracata yönelik devlet yardımları" içerisinde yer alan AR-GE, çevre koruma, yurtiçi ve yurtdışı uluslararası nitelikteki ihtisas fuarları açılması, pazar araştırması, yurtdışı ofis- mağaza işletme ve tanıtım faaliyetleri, eğitim gibi alanlarda getirilmiş bulunan imkanlardan yararlanılması,

-SDŞ tarafından organize edilecek hizmet içi eğitim programlarının ve üniversitelerdeki ilgili ders programlarının işbirliği içerisinde hazırlanması, sektörün ihtiyacı olan nitelikli personel yetiştirilmesinde faaliyet gösterilmesi,

-SDŞ tarafından düzenlenecek veya yurtiçi ve yurtdışında üçüncü kişilerce (üniversiteler, turizm dernek ve birlikler, büyük otel zincirleri vb.) düzenlenen seminerler, paneller ve konferanslara üye işletmelerin yöneticilerinin katılmalarını sağlayarak bilgi birikimini artırmak ve vizyonunu geliştirmek,

-SDŞ tarafından istatistiki veri tabanının oluşturulmasını sağlamak ve bu bilgilerden sektöre ilişkin yapılacak çalışmalarda yararlanmak ve üye işletmeler ile faydalanmasına sunmak,

-Yabancı otel zincirlerine, havayolu şirketlerine ait GDS'lerle (Global Distribution System) işbirliği yapmak ve karşılıklı olarak turist ve bilgi alışverişinde bulunmak,

-Merkezi satın alma ve personel alımı sayesinde, bilgi paylaşımı yoluyla, üye işletmelerin giderlerinde tasarruf sağlamak,

-Bankacılık, sigortacılık, leasing, factoring, forfeiting, yatırım ve menkul değerler gibi alanlarda faaliyetlerde bulunmak ve üye işletmelerin bu gibi hizmetlerden yararlanmalarını sağlamak,

-Benchmarking, outsourcing (bazı işletme faaliyetlerinin üçüncü kişilere yaptırılması) gibi enstrümanlar sayesinde işletme organizasyon ve faaliyetlerinde tasarruf, fayda ve iyileştirmeler sağlamak,

-Üye işletmelere SDŞ tarafından reorganizasyon (organizasyon şemaları ve iş tanımlarının hazırlanması) yönetim ve destek bilgi sistemleri, muhasebe, maliyet kontrol, denetim, bilgi işlem, finansman, insan kaynakları gibi idari faaliyet alanlarında ihtiyaç bulunan bilgilerin aktarılması ve hayata geçirilmesi amacıyla girişimlerde bulunarak kurumsallaşmalarına katkıda bulunmak,

-Üye işletmelerdeki personelin istifade edebileceği sosyal yardım ve dayanışma amaçlı vakıf hizmetlerinin verilmesi,

-Kamu otoritesi üzerinde sektörün geliştirilmesini teminen daha etkin baskı grubu oluşturulması.

-Dünyadaki tüm büyük tur operatörlerinin, yatırımcı/oteller tarafından büyük özveri ve riskler karşılığında gerçekleştirilen otelleri, elde ettikleri kazançlarla "rahatlıkla" satın alarak veya kendileri inşa ettirerek ya da az sayıda işletmelerle öncelik ve ayrıcalık anlaşmaları yaparak, buralara kriz dönemlerinde bile müşteri temin etme uygulaması içinde olduğu bir ortamda, turistik ürünün asıl sahibi yatırımcı /otelci kesimin de kendi pazarlama sistemlerini SDŞ tipi avantajlı bir sistem içerisinde kurmalarının sağlayacağı yararlar oldukça büyüktür.

Önerilen zor bir tedbirdir, ancak sektörde her yıl karşılaşılan türlü sorunlar nedeniyle yitirilen kaynaklar, katlanılan zararlar, belirsizlik ve tedbirsizlik nedeniyle yaşanan sorunlar dikkate alındığında, yukarıda sayılan nimetlere ulaşmak üzere böyle bir sistem realize etmek için katlanılacak külfet küçük kalacaktır. Başta EGS olmak üzere farklı sektörlerde de olsa, SDŞ örneğinden çıkarılacak önemli dersler bulunmaktadır. Unutulmamalıdır ki, birlikten kuvvet doğar ve "küçük özveriler" büyük getiriler sağlayabilir. Daha da somutlaştırılırsa SDŞ için başlangıçta örneğin 1.000 turistik işletmenin havuza ortalama 100 bin ABD doları ile katkıda bulunması durumunda, toplam fatura 100 milyon ABD doları olabilecektir.

5. Yöresel olarak faaliyet gösteren tesisler, oteller ve üyelerin önceki yıllarda getirdikleri döviz tutarları ve konaklayan kişi adedi kıstas alınmak suretiyle performansları değerlendirilmelidir. Hazırlanacak tanıtım ve pazarlama faaliyetleri Türkiye Otelciler Birliği tarafından onaylandıktan sonra Eximbank'ın seyahat acentalarını kredilendirdiği fon veya benzeri bir fondan kredilendirilmesi durumunda, tanıtım olarak çok daha geniş kitlelere ulaşılabilir imkanı doğacak, yöre ve dolayısıyla ülke tanıtımında başarı sağlanabilecektir.

Bu kredilerin ve/veya hazırlanmakta olan 2000 yılı Yatırım ve İşletmelerin teşviki kararnamesinde Turizm Tanıtım ve Pazarlanması için özel teşvik ve fon kaynaklı kredi imkanı getirilmesi gerekli görülmektedir.

6. Bakanlar Kurulu'nun 27.12.1994 tarihli ve 94/6401 sayılı Kararının 4'üncü maddesinin verdiği yetkiye dayanarak Dış Ticaret Müsteşarlığınca hazırlanan, AB ve GATT normlarına uygun ihracata yönelik devlet yardımlarına ilişkin;

-Araştırma-Geliştirme (AR-GE),
-Çevre ve Kalite Belgelendirme,

- Yurtdışı Fuarlara Katılım,
- Yurtiçi Fuar Organizasyonu
- Pazar Araştırması,
- Yurtdışında Ofis Mağaza Açma ve Tanıtım,
- İstihdam
- Eğitim,
- Patent harcamaları ,

konularında Tebliğler, Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu'ndan çıkarılmış ve uygulamaya konulmuştur.

Bahse konu İhracata Yönelik Devlet Yardımları'na ilişkin Tebliğlerden;

- Çevre ve Kalite Belgelendirme,
- Pazar Araştırması,
- İstihdam,
- Eğitim,

yardımları kapsamındaki desteklerden sadece KOBİ tanımına giren işletmeler, diğer Tebliğler kapsamındaki desteklerden de üretici ve/veya mal ticareti ile uğraşan işletmeler yararlanmakta olup, halihazırda hizmet sektöründeki işletmelerin yararlanmaları imkanı bulunmamaktadır. Dış Ticaret Müsteşarlığı da bu uygulamanın eksikliğini kabul etmektedir.

Nitekim, Avrupa Toplulukları Komisyonu KOBİ'leri;

- 250'den fazla çalışanı olmayan,
- Yıllık cirosu 40 milyon ECU'yu (Euro) ya da toplam bilanço değeri 27 milyon ECU'yu (Euro) aşmayan,
- Ortaklık paylarının % 25' den fazlası kamu yatırım şirketleri, risk sermayesi şirketleri ya da kurumsal yatırımcılar dışındaki KOBİ tanımına girmeyen firmalara ait olmaya,

şirketler olarak tanımlanmış olup, tanımda herhangi bir şekilde "üretici olma" şartına yer verilmediği görülmektedir.

7. Avrupa Topluluğuna Gümrük Birliği yoluyla entegrasyonun başlaması ile Türkiye'de önemi ve değeri anlaşılan KOBİ'lerin önümüzdeki yıllarda ekonomiye olumlu katkıları teşvik unsurları ile artarak devam edecektir. İmalat Sanayi sektöründe son derece yararlı sonuçlar vereceğine inanılan KOBİ destek unsurları, Hizmetler-Turizm-Konaklama sektöründe faaliyet gösteren işletmelere uygulandığında aynı olumlu etkiyi gösterecektir.

Ülkede faaliyet gösteren ve KOBİ tanımına girebilen konaklama tesisleri, sektörün dış dinamiklere bağlı olması sebebiyle istikrarlı bir seyir çizememektedir. Özellikle yeni işletmeye açılan tesislerde ciddi ölçüde finansman açığı bulunmaktadır. Yurt dışındaki turizm operatörleri tarafından da bilinen bu zaaf, sezon başında fiyat indirimi için zorlama nedeni olmaktadır. Yabancı tur operatörleri tarafından her yıl tekrarlanan bu olumsuz durum sonucunda ülke ciddi oranda döviz kaybına uğramaktadır. Gerek bu tarz döviz kayıplarının

önlenmesi, gerekse KOBİ kapsamındaki konaklama tesislerinin hizmet kalitesini yükseltip gerektiği durumlarda kapasite artırımına imkan vermesi sebebiyle, turizm konaklama sektörünün de KOBİ kapsamındaki destek unsurlarından faydalanması yerinde olacaktır.

Nitekim 1999 yılı programı icra planında, "Turizm Sektörünün de KOBİ statüsünde değerlendirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılacaktır." denilmektedir. Ayrıca 21 Kasım 1999 günlü Resmi Gazete'de yayınlanan 2000 yılı programında da ; "Turizm Sektörünün KOBİ Statüsünde değerlendirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılacaktır." ifadesi aynen yer almaktadır.

Yukarıda arz edildiği üzere, Turizm sektörü kendi inisiyatifi dışındaki nedenlerle şimdiye kadar yaşamadığı kadar önemli sıkıntılar içerisindedir. Sektörün 2000 yılını bu kötü moral ve ekonomik sıkıntılar içerisinde geçirmesi mümkün değildir. Bu nedenle Hükümetler tarafından da benimsenen ve programlara konulan Turizm Sektörünün de KOBİ Teşvik ve Kredi imkanlarına kavuşturulması için Bakanlar Kurulu Kararının alınması gerekli görülmektedir.

8. Turizm Yatırımlarının Modernizasyonu Kredisine ihtiyaç duyulmaktadır. Turizm yatırımlarını, yapıları itibariyle ayrı bir konumda değerlendirmek gerekmektedir. Turizm yatırımlarının görsel zevke hitap etmeleri sebebiyle kısa dönemlerde modernizasyon ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, turizm yatırımları maksimum yedi yılda bir modernize edilmelidir. Günümüz dünyasında hızla gelişen teknoloji ve sürekli değişen moda akımları sebebiyle modernize edilmeyen turizm tesislerinin önemli oranda müşteri kaybedeceği tabidir.

1980 yılının ortalarında başlayan turizm yatırım atağı günümüzde ivmesini kaybetmiş olmasına rağmen, bu dönemde işletmeciler yurda son derece güzel tesisler kazandırmıştır. Ancak bir bütünlük ve süreklilik isteyen turizm yatırımlarının sadece yapılması yeterli olmayıp, modernizasyon ve hatta rantabl olarak çalışmayan tesisler için tevsi yatırımlarının da yapılması gerekmektedir.

Turizm yatırımlarının bir diğer yapısal özelliği de geri dönüş sürelerinin uzun olmasıdır. Sanayi yatırımlarında geri dönüş süresi 4-5 yıl gibi bir süre olmasına rağmen bu dönem turizm yatırımlarında 7-10 yıl olabilmektedir. Dolayısıyla turizm yatırımlarına kısa vadeli kredi verilmesi, işletmelerin işletme sermayelerini kaybetmelerine sebep olmaktadır. Bu durumu önleyebilmek için kredi vadesinin asgari 5 yıl olması, tesisin faaliyette bulunduğu yıl dikkate alınarak, 5 ve daha fazla yıldan beri faaliyette bulunan işletmelere öncelik tanınması ve kredi tahsisinin yatırım teşvik politikalarının bir unsuru olarak değerlendirilmesi yerinde olacaktır.

9. Turizm Sektörü kısa vadeli kredi olanaklarından yararlandırılmalıdır. Turizm sektörünün içinde bulunduğu krize rağmen tesislerini faaliyete geçiren işletmeler çok önemli finansman sıkıntısı içinde bulunmakta ve kısıtlı imkanlarla ayakta kalabilme mücadelesi vermektedir. İşletmelerin acil işletme sermayesi sorunu halledilmedikçe turizm hizmet kalitesi aşağı çökilecektir. Bu durum ise ülke için turizm imajının bozulması ile birlikte çözümü karmaşık bir dizi sorun yaratır. Bu nedenle turizm işletmelerine aşağıda belirtilen kıstaslara uygun olarak işletme kredileri verilmelidir.

-İşletmeler Turizm Bakanlığı yatırım veya işletme belgesi sahibi olmalıdır.

-1999 Eylül sonu itibariyle % 50'nin altında doluluk oranı ile çalışan işletmelere öncelik verilmelidir.

-Kredinin vadesi en az iki yıl olmalıdır. Kredinin verilmesini takip eden turizm işletme döneminden sonra altı ay ödemesiz dönem verilmelidir.

-Kredi tutarı Turizm İşletmelerinin bir önceki yıl cirosunun,

5 yıldızlı Otellerde ve I. Sınıf T.K. % 5

4 yıldızlı Otellerde ve II Sınıf T.K. % 6

3 yıldızlı Otellerde % 7

2 yıldızlı Otellerde % 8

1 yıldızlı Otellerde % 8 oranında olmalıdır.

10. Birinci Turizm Şurası Kararlarında da belirtildiği üzere;

-Coğrafi konum itibariyle kruvaziyer turizmde büyük bir potansiyele sahip Türkiye'de bu konuda yapılacak yatırımlar desteklenmelidir.

-Büyük bir pazar potansiyeline sahip Sağlık Turizmi'nin daha rantabl hale getirilebilmesi için ilgili Bakanlıkların eşgüdümü ile, diğer ülkelerden Türkiye'deki termal tesislere gelen turistlerin ödeme problemlerinin çözümü yönünde ikili anlaşmaların temini ile "Sağlık Sigortası" kapsamı içinde ödeme imkanlarının oluşturulması ve bu hususlar çerçevesinde iç pazar için gerekli düzenlemelerin yapılması sağlanmalıdır.

-Termal suların kullanım haklarının kamuya ait olması nedeniyle yatırımları ağırlıklı olarak yerel yönetimler tarafından gerçekleştirilen veya işletilen tesislerin özel sektör tarafından işletilmesi veya uzun süreli tahsislerin yapılması için yasal ortam sağlanmalı ve özel olarak yatırım teşvik kapsamına alınmalıdır.

-Turizm potansiyelinin olduğu yörelerde/bölgelerde "Otel-okul" modeli temel alınarak, gerekli donanımların sağlanması önkoşulu ile YÖK, Milli Eğitim ve Turizm Bakanlıklarınca yeni okullar açılması teşvik edilmelidir.

-Özel sektör tarafından pazar geliştirmeye yönelik tanıtım etkinliklerine uygun teşvikler sağlanmalıdır.

-Ülkede geleneksel el sanatlarının yaşatılması ve desteklenmesi için oluşturulan "Anadolu El Sanatları Köyü" modelinin bir an önce yaşama geçirilmesi sağlanmalı ve teşvik edilmelidir.

11. Döviz kazandırıcı yatırım yapan, turizm hizmetini üreten, yeni ve mevcut tesislerini yenileme ve modernizasyonu için yatırım teşvik belgesi kapsamında kendi imkanları ile dış kredi temin eden turizmcilere, kamu bankaları aracılığı ile verebilecekleri teminat mektubu masraflarının % 50'sinin fondan karşılanması imkanı verilmelidir. Daha önce 94/6411 sayılı

kararname ile sanayi işletmeleri için uygulanan bu teşvikin, turizm yatırım ve işletmelerine uygulaması yapılmalıdır.

12. Ülke kalkınmasında önemli fonksiyonu olan turizm sektörü için, genel teşvik kararnameleeri yerine, turizme özgü özel teşvik kararnameleeri teşvik politikaları tespit edilmelidir. Diğer bir ifade ile, Turizm sektörünün ekonomiye katkısı yanında turizm sektörüne verilen teşviklerin ekonomiye ne kadar büyük oranda geri döneceği göz önüne alınmalıdır. Turizm sektöründe rakip ülkelerde, özellikle gümrük birliğine tabi ülkelerde halen uygulanan nakdi teşvik ve krediler Türkiye’de de mutlaka uygulanmalıdır. Aksi halde turizmin gelişmesi ve beklenen yatırım hedeflerine ulaşması mümkün değildir.

Turizm sektörü dışındaki sektörlerde ihraç edilen ürünlerde katma değer iadesi, ucuz ihracat kredileri, ihraç ettiği ürünün bünyesine giren ham ve yardımcı maddeleri gümrüksüz fonsuz ithal etme, navlun primleri, yaptığı ihracat miktarına bağlı olarak mahsup yoluyla vergi ve sigorta avantajları vb. önemli avantajlar olmasına rağmen Turizm Sektörü bu avantajlardan yararlanmamaktadır.

13. Turizm Bakanlığı tarafından alt yapısı hazır yeni arazilerin turizm amaçlı kullanıma açılması için gereken çalışmalar yapılmalıdır. Arazi tahsislerinin, önceden tespit edilmiş kriterlere uygun olarak, arz talep dengesi, yöre, doğal koşullar ve alt yapı olanakları dikkate alınarak yapılması büyük önem arz etmektedir. Turizm Bakanlığının geliştirmeyi düşündüğü “gayrimenkul sermaye ortaklığı” üzerinde çalışılmalıdır.

14. Eğlence sektörü Turizmi (Disneyland, Formula 1, Dünya Kupası ve Olimpiyat Oyunları Organizasyonları gibi) tanıtımı ve değerlendirilmesi sağlanmalıdır.

15. Kış Turizmini özendirmek, Türk ve yabancı turistin ilgisini artırmak için, örneğin ayakbasta paraları gibi geçici uygulanan teşviklerin sürekli uygulanması sağlanmalıdır.

16. Üçüncü yaş turizmi için gerekli her türlü tedbir, İspanya modeli de dikkate alınarak hayata geçirilmelidir.

17. 250 milyon ABD doları ve üzerindeki büyük turizm yatırımları için, sanayi yatırımlarında olduğu gibi % 200 yatırım indirimi olanağı tanınmalıdır.

18. Turizm sektöründe hizmet veren kuruluşların içinde buldukları mali koşulların, rakip ülkelerdeki benzerleri ile aynı duruma getirilmesi bir zorunluluktur. Türkiye, rakiplerine göre Avrupa’nın bir çok ülkesine daha uzaktır. Mesafenin yarattığı dezavantaja, KDV’nin ve ayakbasta parası yüksekliği gibi hususlar eklenince, Türkiye’nin rekabet etmesi zorlaşmaktadır.

Bazı Akdeniz Ülkelerinde uygulanmakta olan KDV oranları:

Ülke	Standart KDV Oranı	Turizmde Uygulanan KDV Oranı
Fransa	%20	%5,5
İtalya	%20	%10
Portekiz	%17	%5
Yunanistan	%16	%8

Bu ülkelerde, KDV oranları 1990'lı yılların başından itibaren indirilmeye başlanmıştır ve net turizm gelirlerinde %10 artış olmuştur. KDV oranlarının düşürülmesi halinde vergi gelirinde kayıp olmayacağı gibi doluluk oranları artacaktır.

19. Bankacılık sisteminin çeşitli Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, sektörle daha yakın çalışmasını sağlayacak kolaylaştırıcı önlemlerin alınması iç ve dış turizmin gelişmesi açısından önemlidir. TÜROB'un gözetiminde gerçekleştirilecek bu faaliyetler, hem harcanan paranın boşa gitmesini önleyecek, hem de sorumluluk üstlenen yöresel kuruluşlar doğrudan görev alacakları bu faaliyetlerle performanslarını artıracaklardır. Bankacılık sistemi yerli turistlerin tesislerden yararlanmaları için tatil kredisini yaygınlaştırmalıdır. Bu tüketici kredileri için özel fonlar yaratılmalıdır.

20. Türkiye'nin başka ülkelerle yaptığı ekonomik çerçeve anlaşmalarında turizm alanında işbirliğini kolaylaştıracak önlemlere de yer verilmelidir.

21. Yerel yönetimlerin ya da kamu kurumlarının elektrik, su, atık su, telefon gibi hizmetlerde turizm işletmelerini sanayi kuruluşları gibi saymaları ve aşırı fiyatlar uygulamalarının önüne geçilmelidir.

22. Turizm işletmelerini (konaklama ya da organizasyon) ülkeye döviz getiren ihracatçı kuruluş ve hizmetlerini de döviz getirici mal ve hizmet ihracı kapsamında saymak gerekmektedir.

23. Turizm işletmelerinin faaliyetlerinin yılın belli zamanlarında yoğunlaştığı dikkate alınmalı ve vergi /SSK primi ödemelerinde buna göre esnek bir yapılanma benimsenmelidir.

24. Sektörün kur makasından etkilenmemesi için gerekli önlemler alınmalıdır.

25. İç Turizm ve Desteği; özellikle yüksek sezon dışı dönemlerde ve öncelikle çalışan veya emekli halkın tatil ihtiyacının karşılanması için her türlü tedbir alınmalıdır. Bu amaçla, tatil kredisi uygulanmasının yaygınlaştırılması gerekir. Kamu kamp ve tatil köyleri, kamu otellerinin hızla özelleştirilmesi, kaynak yaratmak yanında kamu çalışanının yalnızca belli yerlerde değil, tüm Türkiye'nin otellerinde tatil yapabilmeleri sağlanmalıdır. Yine bu amaçla T.C. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından eğitim dönemleri değiştirilerek okulların kapanış devresinin Mayıs ayına çekilmesi birçok Türk çalışanına tatil yapma olanağı sağlayacaktır.

26. Çevrenin korunması, kıyı güvenliği ve turistin emniyeti yönünden "Turizm Güvenlik Birimleri" oluşturulmalıdır.

27. Turizmin yoğun olduğu yerleşim birimlerinde, alt yapı hizmetlerinin daha sağlıklı yürütülmesini teminen Turizm Bakanlığı ve sektörün temsil edeceği "Alt Yapı Hizmet Birlikleri"nin oluşturulmasını sağlamak amacıyla 1580 sayılı Belediye Yasasında gerekli değişiklik yapılmalıdır.

28. Turizm Bakanlığı'nca hazırlanan "Yat Limanları Master Planı" nda belirlenen yat limanı ve çekek yerlerine ilişkin yatırım kararlarının alınması sürecinde Kurumlar arasında koordinasyon sağlanmalıdır.

29. Akdeniz Ege Turizmi Altyapısı ve Kıyı Yönetim (ATAK) projesi uygulamaları hızlandırılmalı; Turizm Bakanlığı ile Belediyelerin koordinasyonu sağlanmalıdır.

30. Bir turizm türü olarak nitelendirilebilecek "Talih Oyunları Salonları" nın önceden saptanacak bölgelerde, her türlü plan, alt ve üst yatırım programları belirlenmek ve denetim altında tutulmak suretiyle açılması hususu değerlendirilmelidir.

31. 4108 sayılı Kanununun 18. Maddesi ile Gelir Vergisi Kanununun 40/1. maddesine parantez içi hüküm eklenerek yurt dışında yapılan genel giderlere ilişkin götürü gider uygulaması esası getirilmiştir.

Madde aynen aşağıdaki gibidir.

40/1 "Ticari kazancın elde edilmesi ve idame ettirilmesi ile ilgili genel giderler (ihracat, yurtdışında inşaat, onarma, montaj ve taşımacılık faaliyetlerinde bulunan mükellefler, bu bentte yazılı giderlere ilaveten bu faaliyetlerden döviz olarak elde ettikleri hasılatın binde beşini aşmamak şartıyla yurt dışındaki bu işlerle ilgili giderlerine karşılık olmak üzere götürü olarak hesapladıkları giderleri de indirilebilir.)

Konuyla ilgili olarak 194 seri no.lu Gelir Vergisi Genel tebliği yayınlanmıştır. Ancak Maliye Bakanlığının konuya yaklaşımı ve konuyu yorumlama tarzı ile uygulamaya yönelik getirdiği esaslar kanun koyucunun iradesini kısıtlayıcı şekilde oluşmuş, dolayısıyla mükellefler arasında eşitliği bozucu tarzda sonuç doğurmuştur.

Tebliğde her türlü ihracatın açıklaması yapılırken aynen şu ifadeye yer verilmiştir: "İlgili mevzuat çerçevesinde yapılan serbest ihracat, kredili ihracat, konsinyasyon ve müşterek hesap yoluyla ihracat, prefinansman yoluyla ihracat bedeli, ticari numune ihracatı, serbest bölgelere yapılan ihracat ile sınır kıyı ticareti yoluyla yapılan ihracattan sağlanan hasılat götürü gider uygulamasına konu olabilecektir."

Tebliğde fiili mal ihracatına ilişkin ayrıntılı açıklama yapılırken HİZMET İHRACATI kavramı bütünüyle göz ardı edilmiştir. Oysa ki kanun maddesinde ihracat tek kelime olarak dikkate alınmış, mal ve hizmet diye bir ayrıma gidilmemiştir. Zira götürü gider uygulaması ihracatın gerçekleştirilebilmesi için çeşitli şekillerde yapılan fakat tevsik edilmeyen harcamaları kanunen

gider yazabilmek için öngörölmüş bir sistemdir. Bu türden belgeye bağlanamayan giderleri sadece mal ihracatı gerçekleştiren firmalar yapmamaktadır. Hizmet ihracatı ile uğraşan özellikle seyahat acentalarının uluslararası pazardan Türkiye'ye pay koparabilmek için yapmış olduğu ve de belgelendiremediği harcamaların miktarı oldukça yüksektir.

Belirtilen durumun düzeltilmesi ve kanun koyucunun iradesini tecelli ettirebilmek için 194 no.lu tebliğin yeniden düzenlenmesi ile hizmet ihracatının da götürü gider uygulaması içine alınması gerekmektedir.

32. MTO tespitlerine göre turizmin gelişmesi, aynı zamanda önemli ölçüde Özel Sektör Hava Taşımacılığına bağlı olmakta ve bunu gerçekleştiren ülkelerin başında Türkiye gelmektedir. 60 Uçak, 12.000 koltuk, 5.500 personel ile hizmet veren ve Türk ekonomisine yıllık 750 milyon USD döviz girdisi sağlayan, Türk Özel Sektör Havayolları son 10 yılda çok büyük başarılar elde etmiş ve bugün Türk dış hat pazarının % 36'sına sahip olmuştur.

	Pazar Payı
THY	% 19.5
TÜRK ÖZEL	% 36
YABANCI	% 44.5

Buna göre THY ve Türk Özel Sektörü, Türk dış hat pazarında % 55'lik paya sahiptirler. Ayrıca Türk özel havayolları, yabancı havayollarının ülkemiz pazarındaki % 70'lik payını % 45'lere indirerek sağladığı başarıyla da THY'na destek olmuştur.

Türkiye'de cereyan eden müessif olaylar dolayısıyla yabancı havayollarının verimsiz dönemlerde uçuşlarını kısması neticesinde taşımacılık ağırlıklı olarak Türk uçak şirketlerinde kalmaktadır.

Bunun için istikrarlı ve sağlam Türk filolarının oluşmasına yardımcı olacak desteklerin mutlaka verilmesi gerekmektedir.

Sektörün belli başlı gereksinimleri şunlardır:

- 1- Özel bir Sivil Havacılık otoritesinin kurulmasını öngören bir yasanın TBMM'den geçmesini sağlamak,
- 2- Özel Hava Taşımacılarına, ikili hava ulaştırma anlaşmasının böyle bir uygulamaya müsait olduğu ve karşı taraf taşıyıcılarının bu uygulamadan yararlandığı ülkelere dış hatlarda tarifeli seferler düzenleme izni verilmelidir. Aksi takdirde mevcut haksız rekabetler dolayısıyla, yerli şirketlerin sektördeki payı yabancılar lehine hızla düşecektir.
- 3- Özel hava yolu taşımacılığı teşviksiz gelişmeye bırakılmış tek sektör olarak, kamu hizmeti görmektedir ve % 36'lık bir payla Türk turizminin sigortası haline gelmiştir.

Bu itibarla, genel ekonomik menfaatler doğrultusunda THY ile Türk Özel Sektörünü kapsayan müşterek bir stratejinin uygulamaya konulması gerekmektedir.

4- Sektörün gelişmesini engelleyebilecek yatırıma yönelik iki unsur vardır.

Biri yatak kapasitesi dar boğazı, diğeri ise hava limanlarının yetersizliğidir.

Hava limanlarının yetersizliği, DHMİ gelirlerinin hiç olmazsa % 50'sinin 5 yıl süreyle bu amaca yönelik yatırımlara ayrılması ile çözümlenebilir.

Bodrum Hava Alanı, acilen bitirilmeli ve uluslararası standartlara getirilmelidir. Ayrıca; Bursa Yenişehir ve Kayseri askeri hava alanlarının terminal binaları inşa edilerek uluslararası turizm trafiğine tam anlamı ile açılmalıdır.

33. Türkiye son yıllarda uluslararası kongre turizmi pazarında yıldızı yükselen ender ülkelerden biri durumuna gelmiştir. Aralarında UFTAA, WTO, SKAL vb. gibi uluslararası turizm kuruluşlarının genel kurullarını Türkiye'de yapmaları ülkemizin kongre turizmi alanında da ciddi bir merkez olmaya başladığını gösteriyor. Ayrıca bu kuruluşların kongre vb. gibi toplantılarını Türkiye'de yapmaları başka büyük organizasyonların da ülkemizde yapılmasını teşvik etmiştir. Ne var ki, Türkiye bu alanda görmeye başladığı ve önümüzdeki dönemde daha da artacağı anlaşılan kongre turizmi pazarında gelecek talebe karşılık verebilecek sayı ve nitelikte kongre merkezlerinden yoksundur. Turizmin bu önemli sorununa çözüm getirilmelidir.

34. Turizm Yatırım ve İşletmelerinin Sermaye Piyasasına açılmaları için her imkan kullanılmalıdır. Turizm Yatırım ve İşletmelerinin Sermaye Piyasası Kuruluna ve yabancı yatırımcılarla işletme ortaklıklarına girebilmelerinin önünde üç büyük engel bulunmakta idi. Bu engellerin ikisi VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde kısmen aşılmış bulunmaktadır. Hazine arazileri üzerine inşa edilen turizm tesisleri, inşa edildikleri tarihlerdeki bina maliyeti ile bilançolarına kaydedilmekte, bu değerler yeniden değerlendirme katsayısı ile yükseltilememekte idi. 1998 yılında 4369 sayılı kanun bu uygulamaya son vermiştir. Bundan sonra işletmeye alınacak tesisler için sorun çözülmüştür ancak bu kanunla da geriye dönük uygulama yapılmadığından eskiye dönük tesis bilançolarının zayıf durumları devam etmektedir. Ayrıca sanayi tesislerinin kurulacak yeni bir şirkete aynı sermaye olarak konulması halinde bu sanayi tesisleri günlük gerçek değeri ile satılmaları halinde her hangi bir vergi, katma değer vergisi, tapu harç ve alım satım vergilerinden muaf olarak işlem görmesinin turizm işletmelerine tanınmaması ile ilgili sorun, 2000 tarihinde yeni bir vergi kanunu ile düzeltilmiş bulunmaktadır.

Ülkemizde son on beş yılda faaliyete geçen büyük turizm müesseselerinin çoğu hazine arazisi üzerine inşa edilmiştir. Hazine arazileri için devlete her yıl irtifak hakkı bedeli ödenmektedir. Bu tesisler, irtifak haklarının sonunda genelde 49 yıl sonra devlete devredilecektir. Gerek yabancı yatırımcı için, gerekse Türk yatırımcısı için bu tür turizm arazilerinin belirsizliği, sermaye piyasasına geçişte ve yabancı sermaye ile ilişkilendirilmede önemli engeldir. Turizm Bakanlığının üzerinde çalıştığı bir model olan kurulacak bir Gayri Menkul Sermaye Ortaklığına

bu arazilerin devri ile bu arazi bedellerine tekabül eden hisselerin satın alınması ile engellerin aşılması mümkün olabilecektir.

35. Turizmde çok önemli görevler üstlenen turist rehberlerinin mesleki yapılanmaları yasal bir yapıya getirilmesi gerekmektedir. Özellikle yabancı turistlerle geldiği andan gidişine kadar beraber olan rehberler, yabancı gözü ile ülkemizin turizm handikaplarını yaşamaktadırlar. Bu sektörün görüşleri her vesile ile alınmalı, görüşler doğrultusunda varsa hatalar giderilmelidir.

36. Turistik alışveriş sektörü, olumsuz tanıtımdan etkilenen en önemli sektördür. Bu sektör büyük bir potansiyel arz etmekte ve istihdama önemli bir katkıda bulunmaktadır. Normal bir sezonda bu sektörde yılda ortalama 6000 kişi çalışmaktadır. Haftada 400 DM'ye bir hafta konaklayan turist 50 bin marka bir el halısı alabilmektedir. Bu sektör hakkında yaratılan kötü imajın silinmesi gerekmektedir. Bunun en kolay yollarından biri satılan malın üç ay içerisinde geri alınabilme imkanının sağlanmasıdır.

1- İhraç mallarında olduğu gibi sektörünün en önemli gelir kaynağı olan el halıcılığı maliyetlerinin asgariye indirilmesi için ihraç konusu olan, imalatta kullanılan ve Türkiye'de kısıtlı olan hammaddelerin gümrüksüz ithaline izin verilmesi,

2- Asgari 3000 m² kullanım alanına sahip alışveriş merkezlerinin yapımı özendirilmesi ve bu tesisler turistik yatırım ve işletme kredilerinden yararlandırılarak arazi tahsisi sağlanması,

3- Türkiye'ye yoğun turist gönderen ülkeler (İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya) ile İskandinav ülkeleri, büyüme potansiyeli olan ABD ve Japonya gibi pazarlarda devletin teşvik ve desteğiyle özel sektörün kuracağı konsorsiyumun mülkiyetine sahip olacağı "Türkiye Merkezleri" kurulması ve bu merkezlerin Türk yatırımcılara kiralanması ile ilgili, Turistik alışveriş sektörü hakkında VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yer alan öneriler geçerliliğini korumaktadır.

Bu merkezlerde otantik Türk yemekleri, çağdaş Türk konfeksiyon ürünleri, geleneksel Türk el işi ürünleri, çağdaş bankacılık ve monodestinyasyon Türkiye acentalarının mal ve hizmetlerinin satışı organize edilerek gerek Türkiye'nin tanıtılması gerekse bu ürünlerin satışının yurtdışında yaygınlaştırılması teşvik edilmelidir.

Turizm sektöründe ürünün hizmet olduğu ve hizmette kalite, temizlik, modernlik ve estetiğin doğrudan gözetilmesi gereken standartlar olduğu göz önünde bulundurularak, tesisler sık sık modernizasyon, tevsi ve revizyon yatırımları gerektirmektedir.

Mevcut teşvik şartlarını yerine getiremeyen tesislerde bu tür yatırım ihtiyaçları da karşılanamamakta veya çok pahalıya mal olmaktadır. Bu nedenle yatırımlarda konaklama tesislerine sağlanan teşviklerin yeme-içme-eğlence-casino-alışveriş sektörüne de sağlanması gerekmektedir.

**VIII.BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI
TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU**

**TANITMA VE PAZARLAMA
ALT KOMİSYON RAPORU**

VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU

TANITMA VE PAZARLAMA ALT KOMİSYONU RAPORU

I. GİRİŞ

Turizm dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden birisidir. Türkiye planlı dönemle birlikte turizm alanında önemli gelişmeler kaydetmiştir. 1963 yılından başlayarak ülkesel sosyo-ekonomik gelişmenin kamu yatırımları için emredici, özel sektör yatırımları için yönlendirici nitelikte bir merkezi planlamaya bağımlı olması modelini seçen Türkiye’de Beş Yıllık Kalkınma Planları, ülke ekonomisini yönlendiren temel bir belge olarak yürürlüğe konmaktadır.

Dünyada yükselen refah düzeyine paralel olarak seyahate ayrılan gelirin ve ulaşım olanaklarının artması sonucu büyüyen uluslararası turizm pazarından en yüksek payı almak için turist çeken ülkeler arasındaki rekabet giderek artmaktadır.

Söz konusu rekabet ortamında dünya turizm gelirinden Türkiye’nin aldığı payı büyütmek ve ülke turizmini ikibinli yılların dünyasına taşımak için Türkiye’nin uluslararası turizm pazarındaki rekabet gücünü artırıcı stratejilerin dünyadaki gelişmeleri de dikkate alarak belirlenmesi gerekmektedir.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Komisyonu Tanıtma ve Pazarlama Alt Komisyonu olarak, 2000’li yılların turizm ihtiyaçlarını şimdiden görmek ve hangi yeni yaklaşım ve çalışmaların tüm boyutlarıyla Türk turizmi için yararlı olacağını belirlemek amacıyla ve 2005 yılı hedef alınarak aşağıdaki rapor hazırlanmıştır.

II. İÇERİK

Türkiye’nin önümüzdeki 5 yıllık dönem içerisinde turizm sektöründe varmak istediği hedeflere ulaşabilmesi için gerekli stratejik pazarlama yönetimi sürecinin tanımlanabilmesi amacıyla bu raporda;

- Pazardaki mevcut konum nedir? Olanaklar ve beceriler hedeflere ulaşmak için yeterlimidir? Sorunlar nelerdir ?
- Çevredeki gelişmeler nedir ? Gelecekte neler olması beklenmektedir ?
- Bu değerlendirmelerin ışığında kısa ve uzun dönemde hangi hedeflere yönelmek gerekir?
- Hedeflere ulaşmak için ne yapılmalı ve nasıl yapılmalıdır ?

sorularına cevap aranmıştır.

III. MİSYON

- Doğa, kültür, sosyal yapı üzerinde olumsuz etki yaratmayan ve gelecek kuşakların yaşam kalitesini gözetin,

- Döviz, istihdam boyutlarıyla ekonomik gelişime güçlü katkılar sağlayan,
- Yatırımcı ve işletmecilere sermayeleri karşılığında tatminkar karlar sağlayan,
- Turistlere doyurucu tatil deneyimi sunan

bir turizm gelişimini gerçekleştirmektir.

IV. DURUM DEĞERLENDİRMESİ

IV.1. Makro çevre analizi

IV.1.1 Uluslararası turizmin gelişme yönü

İkibinli yıllara girilirken turizmin dünya genelinde artış trendini devam ettirdiği görülmektedir. Son on yıllık dönemin ilk yarısında dünyada turist girişleri (1989-1993) yıllık ortalama % 5 artmış, ikinci yarısında (1994-1998) doların dünya piyasalarındaki yükselmesi, ana pazarlardaki yüksek işsizlik oranları ve Asya'daki mali kriz nedeniyle bu artış % 3,2'ye düşmüşse de 1998'de 625 milyon kişiye ulaşmıştır. Global turizm gelirleri ise aynı dönemde yıllık ortalama % 8,2 artarak 1998 yılında 460 milyar ABD Dolarına yükselmiştir. Bu trend ile 1999 yılında global turist sayısının 650 milyon kişiye, turizm harcamalarının 490 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.

Son on yıllık dönemde Doğu Asya ve Pasifik Bölgesi yıllık ortalama % 6,9 turist giriş hızıyla en yoğun bölge olmuştur. Aynı şekilde Ortadoğu bölgesi de aynı artış hızını yakalamış, bu bölgeleri Afrika % 6,8, Güney Asya % 5,9 ile izlemiştir. Avrupa (% 3,8) ve Amerika'ya (% 3,7) yönelik turist girişi artışında ise az da olsa bir düşme gözlenmiştir.

1999 yılının ilk verilerinden, dünyada turizmin ortalamanın üzerinde büyüme göstereceği anlaşılmaktadır. 1998 yılındaki % 2,5'lük büyüme hızına göre 1999'da % 4 ile 5 civarında bir büyüme ile turist sayısının 660 milyon kişiye ulaşacağı beklenmektedir. 1999 yılının eğilimleri başta Kore Cumhuriyeti, Malezya ve Tayland olmak üzere Asya'dan yurtdışına seyahatlerde dikkat çekici bir yükselmenin gözlemlenmesidir. Diğer bir karakteristik de Avrupa'dan yurtdışı seyahat yerine bölge içindeki destinasyonların tercih edilmesi ve Kuzey Amerika, Asya ve Afrika'da uzun mesafeli destinasyonlara olan ilginin artmasıdır.

Önümüzdeki yirmi yılın sonunda önem kazanacak destinasyonların; Çin (137,1 milyon turist), ABD (102,4 milyon turist), Fransa (93,3 milyon turist), İspanya (71,0 milyon turist) ve Hong Kong (59,3 milyon turist) olması; 2020'de en fazla turist gönderen başlıca ülkelerin ise Almanya (163,5 milyon turist), Japonya (141,5 milyon turist), ABD (123,3 milyon turist), Çin (100,0 milyon turist) ve İngiltere (96,1 milyon turist) olması beklenmektedir.

IV.1.2. Uluslararası turizmde eğilimler ve turist profili

Önümüzdeki yirmi yılın mega eğilimleri ve tüketici profiline ilişkin olarak Dünya Turizm Örgütü'nün çeşitli araştırma sonuçlarının ışığında aşağıdaki saptamalar yapılmıştır:

- 2000’li yıllarda uzun mesafeli ve deniz aşırı seyahatler artacak ve bu yörelerde yeni destinasyonlar önem kazanacaktır,
- Destinasyon seçimi ve rezervasyon süreçlerinde elektronik teknoloji (CD-Rom atlası, internet, web siteleri vb.) gittikçe artan bir önem kazanacaktır,
- Bireylerin eğitim ve refah düzeyindeki yükselme artarak devam edecek, deneyimli seyyah grubu büyüyecektir,
- Turist tercihleri kutuplaşacak, yenilik ve çeşitlilik talebi artacak, konfor ve macera motifleri ağırlıklı olacaktır. Ürün geliştirmede 3 S’nin, yani deniz-kum-güneşin (sun-sand-sea) yerini 3 E (exciting-educational-entertainment) heyecan -eğlence – eğitim temel unsurlarının alması beklenmektedir,
- Tüketicinin bilgilendirilmesi ve korunması evrensel sistemlere bağlanacak, kalıcı ve dengeli bir turizm gelişimi için tüketicilerin sürdürdüğü kampanyaların etkisi artacaktır,
- Ortalama insan ömrünün artmasına paralel emeklilik süresi uzayacak, tatile daha çok zaman ayrılacaktır,
- Bekar ve çocuksuz çiftler ile üçüncü yaş denilen 65+ yaş grubunun dünya nüfusu içerisinde ağırlık kazanması ve seyahate ve eğlenceye daha fazla kaynak ayırmaları beklenmektedir. 2000 yılında 350 milyon Avrupalının 100 milyonu 65 yaşın üzerinde olacaktır.
- Ortalama çalışma süreleri kısalmakta, tatile ayrılan süreler artmaktadır,
- Geleneksel destinasyonlar Asyalı turistlerin akınına uğrayacaktır.

Özet olarak turizm endüstrisi;

- Turizm hareketlerinin ve harcamalarının artarak devam ettiği,
- Hedef bölge ve ülkeler arasındaki rekabetin gittikçe keskinleştiği,
- Turizmin ekonomik sosyo-kültürel ve ekolojik etkileri üzerinde daha yüksek bir bilinç ve duyarlılığın egemen olduğu,
- Tatil hedefleri ve seçenekleri konusunda daha bilgilenmiş ve seçeceği ürün ve hizmetlere ilişkin beklentileri yüksek, deneyimli turist tipinin hızla arttığı,
- Bilgisayarlı enformasyon, rezervasyon ve satış sistemlerinin biçimlendirdiği teknoloji güdümünde bir pazarın oluştuğu,

bir çağda hızla ilerlemektedir.

IV.2. Mikro çevre analizi

IV.2.1. Arz ve talep

Türkiye son on yıllık dönemde gelen turist ve elde edilen turizm geliri açısından 1999-2000 yılları hariç sürekli ve güçlü bir artış eğilimi göstermiştir. 1989 – 1998 döneminde Türk turizminin uluslararası turizm geliri içindeki payı binde 3'den yüzde 1,4'e; yabancı turist sayısı 2,8 milyondan 9,7 milyon kişiye ulaşmış, Türkiye, dünyada en çok turist kabul eden ülke sıralamasında 19., turizm gelirlerinde ise 12. sıraya yerleşmiştir.

Turizm Bakanlığı belgeli yatak kapasitesi 106 binden 321 bine yükselmiştir. Belediye belgeli otellerdeki 354 bin yatak kapasitesinin yanı sıra ikincil konutlar ve yatırım aşamasındaki 254 bin yatak kapasitesiyle birlikte toplam yatak kapasitesinin 1 milyonun üzerinde olduğu hesaplanmaktadır. Sektörde 3,667 seyahat acentası faaliyet göstermektedir..

IV.2.2. Rekabet analizi

Türkiye Avrupa turizm pazarında %3 paya sahiptir. 1999 yılında OECD ülkelerinden gelen turist sayısı 4,171 milyondur. Avrupa'da en çok turizm harcaması yapan ülkeler arasında Türkiye, ilk kez 1997 yılında ilk 20'ye girmiştir.

Uluslararası pazarda Türkiye'nin en önemli beş rakibi İspanya, İtalya, Fransa, Portekiz ve Yunanistan'dır. Tarih ve kültüre öncelik veren kıtaötesi pazarlarda (ABD ve Uzakdoğu) Mısır'ın da önemli bir rakip olduğu ve hatta Fas ile Tunus'un da bu gruba girebilecekleri göz önünde bulundurulmalıdır. Ana rakiplerin 1998 verileriyle turizm gelirleri ve uluslararası turizm gelirlerindeki payları şöyledir;

Ülkeler	Turizm Geliri (milyon \$)	Değişim 1997-98 (%)	Global gelirler-deki payı (%)	Dünya sıralaması
İtalya	30.427	+ 2,8	6,8	2
Fransa	29.700	+ 6,0	6,7	3
İspanya	29.585	+ 11,0	6,7	4
Türkiye	8.300	+ 2,6	1,8	12
Portekiz	4.772	+ 11,6	1,1	24
Yunanistan	3,925	+ 4,1	0,9	26
Mısır	3.800	+ 3,0	0,8	27

Kaynak: DTÖ yayınları

Son on yılda bu ülkelerin performans analizi yapıldığında, Yunanistan, Portekiz ve Fransa'nın kaybedenler arasında, İtalya ve Türkiye'nin kazananlar arasında, İspanya'nın ise 4. sıradaki yerini koruyan ülke konumunda olduğu görülmektedir. Bu dönemde pazar payını, diğer bir deyimle rekabet gücünü en hızlı artıran ülke Türkiye olmuştur.

IV.2.3. Tüketici profili

Türkiye'ye gelen turistlerin özellikleri şöyledir :

- a) Ziyaretçilerin % 56,12'si tatil amacıyla, bunların da % 70,92'si organize turla gelmektedir.
- b) Ziyaretçilerin %42,6'sı ücretli, % 22,6'sı işveren ya da kendi hesabına çalışan, % 34,8'i ise emekli, işsiz, öğrenci ve diğer gruplara dahildir
- c) Yaşlara göre dağılımda 15-24 yaş arası % 14,6, 25-29 yaş arası % 64,7, 50-64 yaş arası % 17,8 (25-64 yaş arası % 81,5), 65+ yaş grubu ise % 3,9'luk bir paya sahiptir.
- d) Ziyaretçilerin Türkiye içinde yaptıkları (ya da Türkiye'ye aktarılan) harcamalarının dağılımında yeme-içme giderleri %28,83 ile birinci, alışveriş harcamaları % 23,24 ile ikinci, konaklama giderleri % 16,26 ile üçüncü, Türkiye içi tur ve ulaştırma giderleri % 13,95 ile dördüncü, kültür ve eğlence giderleri % 5,91 ile beşinci sırada yer almakta, sağlık, kişisel bakım, tütün – sigara, oto kiralama, haberleşme, gazete gibi diğer harcamalar ise geri kalan % 11,81 içinde dağılmaktadır.
- e) Ülkemize gelen turistlerin ortalama kalış süresi 10 gün, ortalama turist harcaması ise 876 ABD Dolarıdır. Gelen turistlerin yaklaşık 3/4'ü orta ve ortanın üstü gelir gruplarına mensuptur. Eğitim düzeyleri itibariyle yarıya yakını ortaokul ve lise mezunlarıdır. Ancak bu oranlar ülkeden ülkeye büyük farklılıklar göstermektedir.

V. TÜRK TURİZMİNİN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ İLE FIRSAT VE TEHDİTLER (SWOT ANALİZİ)

Dünya'daki ve Türkiye'deki turizm trendleri dikkate alındığında, turizm destinasyonu olarak Türkiye'nin karşı karşıya bulunduğu fırsat ve tehditler ile güçlü ve zayıf yönler aşağıdaki gibi sıralanabilir.

V.1. Türkiye'nin güçlü yanları

- İklim, doğal kaynaklar, bozulmamış çevre,
- Zengin tarih ve kültür, örf ve adet, Türk insanının misafirperverliği,
- Turizm olgusuna çabuk adapte olabilecek genç ve dinamik nüfus potansiyeli,
- Özgün sosyo-kültürel özellikler ve doğu ile batının egzotik bir bileşimini sunması,
- Coğrafi konum nedeniyle ana pazarlara olan yakınlık,
- Rakip ülkelere göre daha yeni ve daha nitelikli tesisler,
- Genç ve kıtaötesi pazarlar için henüz keşfedilmemiş bir destinasyon olması,

- İç turizmdeki hareketlenme,
- Halı, deri, konfeksiyon ve mücevher başta olmak üzere alışveriş olanakları,
- Son on yılda gelişmiş destinasyonlar arasına girilmiş olması,

V.2. Türkiye'nin zayıf yanları

- Türk medyasının haber alma ve verme özgürlüğü ile toplumsal menfaatleri dengeleyememesi,
- Altyapı ve hizmet kalitesinin ve destek sektörlerdeki gelişmenin, hızlı talep artışının beraberinde getirdiği ihtiyaçlara cevap verememesi,
- Turist sağlığı ve güvenliğindeki yetersizlikler,
- Tesis ve çevre kalitesi arasında uyumsuzluk,
- Düzensiz ve denetimsiz yönde gelişen ticari faaliyetlerin ülke turizmde ve ürün kalitesinde yolaçtığı yozlaşma,
- Stratejik Pazarlama Yönetimine işlerlik kazandırılmaması,
- Kapasite kullanım oranlarının düşüklüğü,
- Yetersiz dış yatırımlar,
- Finansman yetersizliği,
- Toplumda turizm bilincinin yeterince geliştirilememiş olması ,
- Turistik bölgelerde esnafın turistlere karşı olumsuz davranışları,
- Başta yerel yönetimler olmak üzere kamunun turizme yeteri kadar ilgi göstermemesi,
- Sektörle ilgili kurumlar arasında iletişim eksikliği; yetki karmaşası ve çok başlılık,
- Belirli yörelerde düzensiz ve çarpık yapılaşma nedeniyle doğal çevrenin giderek bozulması; ikinci konut sayısındaki artış; doğal, tarihi ve kültürel mirasın özgün niteliklerinin erozyona uğraması,
- Tanıtma ve pazarlamaya ayrılan kaynakların yetersizliği,
- Trafik riskleri,
- Pazarlara ve turizm arzına ilişkin araştırmaların yetersizliği nedeniyle sağlıklı stratejik kararların alınmasındaki güçlükler,

- Turizm arzındaki olumsuz gelişmelerin gerek ülke imajını, gerekse turistik ürün imajını olumsuz yönde etkilemesi ve rekabet üstünlüklerimizin ortaya konulmasını güçleştirilmesi; sonuçta düşük fiyatlara ve düşük fiyatların bir çekim unsuru haline gelmesine yol açması ,
- Türk ekonomisinin kronikleşmiş yüksek enflasyon sorunu.

V.3. Türk turizmini tehdit eden faktörler;

- Dış basında, Türkiye’de ortaya çıkabilen münferit terör eylemleri ile demokrasi, insan hakları vb. konulara ilişkin olarak yer alan olumsuz yayınlar ve bunların neden olduğu imaj sorunları,
- Coğrafi konum nedeniyle yakın çevrede (Ortadoğu, Balkanlar, BDT Ülkeleri) yaşanan savaşlardan ve siyasi istikrarsızlıklardan olumsuz yönde etkilenme ,
- Son yıllarda Türk turizmini doğrudan etkileyen dış destekli terörist faaliyetlerin ortaya çıkması,
- Türk ekonomisinin kronikleşmiş yüksek enflasyon sorunu,
- Yatay ve dikey entegrasyonlarla dev boyutlara ulaşan uluslararası tur kartellerinin rasyonel çalışma yöntemleri, modern teknik donanım ve ölçek ekonomileri gibi avantajları kullanarak piyasaya egemen olmaları ve hem dış talep, hem de işletmelerin kar marjları üzerindeki baskılarını arttırmaları,
- Yabancı tur kartellerinin Türkiye’deki acenta ve otelleri satın alarak döviz kayıplarına neden olmaları,
- AB’nin Birlik içi turizm hareketlerini özendirici politikaları,
- AB üyesi rakip ülkelerin birliğin bilgi ve finans desteklerinden yararlanarak rekabet güçlerini hızla arttırmaları.

V.4. Türk turizmi için fırsatlar;

- AB ve Yunanistan ile olan ilişkilerdeki yumuşama, AB adaylığı,
- Küreselleşme olgusu içerisindeki Avrasya bölgesinin artan önemi ve Türkiye’nin siyasi ve ekonomik yönden stratejik önem kazanması,
- Türkiye’nin rekabet gücünün yüksek olduğu doğa, tarih ve kültür turizmine olan ilginin artması,
- Batı Akdeniz’deki kirlenme sonucu Doğu Akdeniz bölgesinin artan çekiciliği,
- Eğitim düzeyi yüksek ve deneyimli turist segmentindeki büyümenin potansiyel tüketicilerin karşı propagandadan etkilenme olasılığını azaltıcı etkileri,

- Büyüyen dünya turizmi ,
- Gelişen ulaşım olanakları ve buna bağlı olarak uzun mesafeli seyahatin artması.

VI. STRATEJİK ANALİZ

SWOT Analizine göre Türkiye'nin içinde bulunduğu konumda, üzerinde hassasiyetle durulması gereken kritik ve öncelikli faktörler şöyle sıralanabilir:

- Dünyadaki, pazarlarımızdaki ve Türk turizmindeki gelişmelere ilişkin araştırma yetersizliği,
- Karşı propagandanın yoğunlaşması ve genel ülke tanıtımındaki yetersizlik nedeniyle ülke imajının erozyona uğraması ve bu nedenlerle turizm tanıtımındaki etkinliğin azalması,
- Ülkemize gelen turistlerin tatil deneyimlerindeki kalite erozyonu ve azalan tatmin düzeyi,
- Araştırma, Planlama, Uygulama ve Kontrol boyutlarıyla Stratejik Pazarlama Yönetimine işlerlik kazandırılmaması,
- Yetki girişimlerinin yarattığı tıkanıklık ve sektörel örgütlerin verimlilikten ve etkinlikten uzaklaşan yönetim biçimleri.

VI.1. Türk turizminin ürün yaşam eğrisi

Türkiye rakiplerine kıyasla genç, kitle turizminin baskısı altında ezilmemiş, kıtaötesi pazarlar için henüz yeterince keşfedilmemiş bir destinasyondur. Ürün yaşam eğrisinin 1987- 1997 arasındaki on yıla isabet eden büyüme döneminde çok hızlı yol almıştır. Kısa süreli krizlerle geçici talep duraklamaları yaşamış olmasına rağmen, Türkiye'nin büyüme döneminde gerçekleştirmiş olduğu yıllık ortalama talep artış ivmesi, dünya ortalamasının 4,5 katı kadar olmuştur.

Destinasyon olarak Türkiye;

- 1977 – 1987 yılları arasında başlangıç,
- 1987 - 1997 yılları arasında büyüme dönemi yaşamıştır.
- 1998'den itibaren ise olgunluk dönemine giriş sinyalleri vermeye başlamıştır.

1998 ve 1999 yıllarında yaşanmış olan talep duraklamasını birinci derecede Asya Krizi, terörist saldırılarının ve teröristlerin yakalanması ve tabii afetler gibi faktörlerle açıklamak mümkün olmakla beraber, Türk turizm ürününün olgunluk dönemine giriş sinyalleri vermekte olması da üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Bu teşhise bağlı olarak yapılması gereken öncelikle toplam kalite yönetimine ağırlık verilmesi ve beraberinde tanıtımdaki etkinliği artırılmasıdır.

VI.2. Gelişme stratejileri

8.Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde ulaşılabacak nicel stratejik hedefler:

a) Kısa erimde;

Turizm İşletme Belgeli yatak sayısı	:	478,400
Turizm Yatırım Belgeli yatak sayısı	:	232,000
Belediye Belgeli yatak sayısı	:	292,100
Yabancı ziyaretçi sayısı	:	13,100,000
Yabancı başına ortalama harcama	:	863 US \$
Turizm geliri	:	11,3 Milyar US \$

b) Orta ve uzun erimde;

Turizm İşletme Belgeli yatak sayısı	:	551,600
Turizm Yatırım Belgeli yatak sayısı	:	336,800
Belediye Belgeli yatak sayısı	:	295,100
Yabancı ziyaretçi sayısı	:	14,900,000
Yabancı başına ortalama harcama	:	863 US \$
Turizm geliri	:	12,8 Milyar US \$

VI.2.1.Ana Gelişme Stratejileri

- Ürün ve pazar seçimlerinin isabetli olduğu ve payımızın azalma gösterdiği pazarlarda mevcut ürünlere daha çok talep yaratmak üzere derinliğine nüfuz etme (penetrasyon) stratejisi uygulanması ;
- Rekabet koşullarına bağlı olarak ürünlerimizin ve pazarlarımızın çeşitlendirilmesi.

VI.2.2. Ürün geliştirme stratejileri :

- Çevre, altyapı, üstyapı, hizmet kalitesi ve insan davranışları boyutlarıyla turiste sunulan tatil deneyiminin bir toplam ürün olduğu dikkate alınmalı; tüm bu bileşenlerin birbirine paralel ve dengeli gelişimi sağlanmalıdır.
- Kapasite artırıcı yatırım kararlarında bölgesel ve yerel düzeyde doğal ve sosyo kültürel ve teknik taşıma kapasiteleri dikkate alınmalıdır.
- Kısa erimde yarım kalmış yatırımların işletmeye açılmasına öncelik verilmeli; uzun erimde ise yatırımda olan yatağın 3. yılda 1/5'i ve 4. yılda 1/5'inin işletmeye geçmesi düşünülmelidir.
- Rekabet gücünü ve verimliliği artırmak sürecinde sadece kapasite artırımı değil, toplam turizm ürününün kalitesini yükseltmeye öncelik verilmelidir.

- Etkin imar denetimi başta olmak üzere doğal ve fiziksel çevre kalitesini yükseltici önlemler; teknik altyapının geliştirilmesi; mevcut tesislerin modernizasyonu; yaygın ve örgün eğitim ve sertifikalı personel istihdamını zorunlu kılacak düzenlemeler aşamalı olarak uygulamaya konulmalı ve plan dönemi sonunda tüm turistik tesislerin sertifikalı personel çalışmalarını sağlanmalıdır.
- Turizm İşletmeleri Nitelikler Yönetmeliği, işletme kalite standardı mantığıyla yeniden ele alınmalıdır.
- Ürün geliştirme kararları tüketici gereksinimlerini, rekabet ortamının özelliklerini ve bunlardaki değişme eğilimlerini ortaya koyan araştırmalara dayalı olarak verilmelidir.
- Gerçekleşen tüketici tatmini sürekli olarak ölçülmeli ve ürün geliştirme kararlarında yol gösterici olmalıdır.
- Kapasite artırıcı ve ürün çeşitlendirici kararlarda arz/talep dengesi ve pazarlanabilirlik temel kriterler olarak dikkate alınmalıdır. Turizm arzı hem iç hem de dış talebin özelliklerine göre biçimlendirilmelidir.
- Mevsim uzatıcı ve doluluk oranlarını arttırıcı arz türleri geliştirilmeli, mevcut tesislerin bu yöndeki tevsi ve modernizasyon yatırımları özendirilmelidir.
- Toplumda tarih ve doğal çevre bilinci yaygınlaştırılmalıdır.
- Fiziksel planlamadaki yetki karmaşası ve çok başlılık, fiziksel boyutu da içeren çok sektörlü bölge planlarıyla bertaraf edilmelidir.
- Az gelişmiş bölgelere talep yaratmak için, uzun süreli tatil paketleri yerine 3-5 günlük butik tarzında ve derinliği olan tur paketlerinin oluşturulması özendirilmelidir.
- Tüketici haklarının korunması, turist sağlığı, hijyen ortamının sağlanması büyük önem arz etmektedir.
- Turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek için tüketici tercihleri dikkate alınarak golf, kış, dağ, termal, sağlık, yat, toplantı ve insentif, üçüncü yaş ve eko turizmi geliştirme faaliyetlerine devam edilmelidir.
- Deniz turizmi, yatçılık, kruvaziyer ve marina yatırım ve işletmeciliği boyutlarıyla geliştirilmelidir.
- Kültür turizminin geliştirilmesi özendirilmelidir.

VI.2.3.Tanıtma:

Genel ülke tanıtımı/Turizm tanıtımı ilişkisi

Genel ülke tanıtımında amaç; siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik ve yönetsel boyutlarıyla Türkiye imgesinin ulusal stratejik hedefleri destekleyecek şekilde geliştirilmesidir.

Ülkenin turizm açısından tanıtımı ise pazarlamanın dört temel işlevinden birisi olup, amacı turizm imgesinin doğa, tarih, kültürel değerler, güvenlik, temizlik, hijyen, vize kolaylıkları, ulaşım, konaklama, eğlence, alışveriş olanakları vb boyutlarıyla geliştirilmesi ve sonuçta ülkeye yönelik turizm talebi yaratılmasıdır.

Bu bağlamda genel ülke tanıtımı ile turizm tanıtımı birbirini tamamlamaktaysa da kapsamı ancak kısmen örtüşmektedir. Her iki tanıtma etkinliğinde de reklam ve halkla ilişkiler dahil olmak üzere entegre iletişimden yararlanılmaktaysa da hedef kitleler farklı olabilmektedir. Örneğin seyahate ayrılabilen geliri veya zamanı olmayan gruplar genel ülke tanıtımının hedef kitleleri arasında yer alabilmesine karşılık turizm tanıtımı için hedef kitle oluşturmazlar.

Genel ülke tanıtımı ile turizm tanıtımı, sonuçları itibariyle karşılıklı etkileşim içerisindedirler. Her iki alanda da etkinliğin artırılmasına ihtiyaç vardır. Ancak Türkiye'nin genel imgesi ile turizm imajını birbirinden ayırmak ve her iki alanda varlığını sürdüren sorunlara farklı çözüm yolları aramak ve başarıyı farklı kriterlerde ölçmek gerekir.

Genel ülke tanıtımı ve turizm tanıtımının yürütülmesinde koordinasyon sağlanmalı, kaynak kullanımında rasyonellik, kampanyalar arasında işlevsel bütünlük yaratılmalıdır.

Turizm tanıtımında hedef pazarlar /kitleler:

Türkiye toplam turizm pazar payının % 85'ini oluşturan Avrupa, ülke için korunması ve geliştirilmesi gereken birinci derecede önemli pazardır. 1999 yılında pazar payının büyük ölçüde kaybedilmiş olduğu ülkelerde (Almanya, Avusturya, Finlandiya, İsveç, İtalya, İspanya, Portekiz) pazara nüfuz etme stratejilerine ağırlık verilmelidir.

1999 yılında yaşanan krizden göreceli olarak daha az etkilenmiş ülkelerde (ABD, Japonya) ise nüfuz etme stratejisine ilaveten pazar geliştirmeye de ağırlık verilmelidir.

DTÖ araştırmalarına göre 1995-2020 döneminde en hızlı turizm gelişmesine sahip olacak Doğu Asya-Pasifik bölgesi ve özellikle Çin'e özel bir önem verilmesi ve bu bölgelere yönelik özel pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi gereklidir.

Ayrıca gelecek 25 yıllık dönemde Orta Doğu ülkelerinden uluslararası seyahatlere katılacakların sayısının 9 milyondan 35 milyona yükseleceği öngörüldüğünden, ülkemize bu kadar yakın bir pazarın artan seyahat potansiyelinden yararlanmanın tanıtma politikamızın öncelikleri arasında yer alması yerinde olacaktır.

Fransa, İspanya ve İtalya dışındaki Avrupa ülkelerinde ana pazar dilimini deniz, kum, güneşe gelen turistler oluşturmaya devam edecektir. Bu pazarlarda bir yandan mevcut ürünlere olan talep arttırılmalı diğer yandan kültür, kongre, kurvaziyer, yatçılık ve sağlık turizmi gibi alternatif turizm ürünlerine talep yaratılarak pazar dilimleri çeşitlendirilmelidir.

ABD ve Japonya'nın yanısıra Fransa, İtalya ve İspanya'da da tarih ve kültüre meraklı pazar dilimlerinin ağırlıklı olduğu göz önünde tutulmalıdır.

Pazarlara göre farklılaşma göstermekle beraber Türkiye'nin yurtdışı tanıtım ve pazarlama etkinliklerinde hedef kitleler ağırlıklı olarak;

- Genç/orta yaşlı ve 3.yaş gruplarından,
- Eğitim düzeyi orta ve yüksek kişilerden,
- Çocuksuz evli ve çocukları 14 yaşın altındaki ailelerden,
- Seyahat deneyimi yüksek turistlerden oluşmalıdır.

Reklam kampanyalarının, özellikle ortanın üstü gelir grubu ile 35-55 arasındaki orta yaşlılara yoğunlaştırılmasında yarar vardır. Bu grupta yer alanların ortak demografik özellikleri :

- Geliri ve harcama gücü yüksek olabilen,
- Eğitim düzeyi düşük olmayan,
- Çalışma hayatının stresinden kaçmak isteyen,
- Fiyat/kalite ilişkisine duyarlı,
- Hobileri olan,
- Kitle turizminden ve kalabalıktan kaçış imkanları ile farklı tatil deneyimini ve bireyselliği önemseyen kişiler olmalarıdır.

İletişim Stratejileri:

- Tüm tanıtma etkinliklerinde Türkiye'nin pazar konumu güçlendirilmeli ve rekabet üstünlükleri en etkileyici biçimde ortaya konulmalıdır. Türkiye'yi rakiplerinden üstün kılan en önemli özellik Asya ile Avrupa arasındaki köprü konumundan kaynaklanan doğa, tarih ve kültür zenginliği ile çeşitliliğidir. Bir arada yaşadığımız farklılıkların zenginliği Türkiye markasının dünyada fark yaratması için en büyük şanstır ve bu benzersizliğin ön plana çıkartılması pazarlama iletişiminin ana eksenini oluşturmalıdır.
- Türkiye mevcut pazar konumunu devam ettirebilmek için dahi geçmişte olduğundan daha büyük bir çaba göstermek ve pazarlamadaki etkinliğini hızla arttırmak zorundadır. Bunun ön koşulu araştırma, planlama, uygulama ve performans değerlendirme işlevlerinin profesyonel

bir biçimde yerine getirilmesini sağlayıcı sistemlerin kurulmasıdır. Uygulamada karşılaşılan finansman, örgütlenme ve kalifiye insan gücü yetersizliklerinin giderilmesi öncelik arzeden konulardır.

- Tanıtımda *entegre pazarlama iletişimi* kavramına işlerlik kazandırılmalı, bu kapsamda reklam, halkla ilişkiler, satış promosyonu ve bireysel satış etkinlikleri birbirlerini karşılıklı olarak destekleyecek ve promosyondaki nihai etkinliği en üst seviyeye çıkaracak şekilde kullanılmalıdır.
- Görsel ve işitsel medya, basılı medya, elektronik medya, doğrudan pazarlama, afiş ve panolar gibi iletişim kanalları birlikte ve bütünsellik içerisinde kullanılmalıdır.
- Talep kompozisyonunda yüksek gelir gruplarının payı artırılmalı ve beraberinde ikincil harcamaları özendirici önlemler alınmalıdır.
- İkincil konutların pazarlanmasına yönelik organizasyonlar geliştirilmelidir.
- Beklenmedik zamanlarda güvenlik ve benzeri faktörlere bağlı krize girilmesi ihtimali dikkate alınarak ek iletişim stratejilerinin geliştirilmesinde ve bu tür durumlarda hangi pazarlara, segmentlere ve promosyon taktiklerine öncelik verileceğinin kriz yönetimi yaklaşımı içerisinde belirlenmesinde yarar vardır.

Reklam kampanyaları:

- a) Hedef kitlelere "seçmeli" olarak odaklanmalı ve böylelikle etkinliği yüksek erişim sağlanmalıdır.
- b) Yüksek düzeyde farklılaşmaya dayalı "odakta yoğunlaşma" yaklaşımı ile rekabet üstünlüklerine yoğunlaşmalıdır.
- c) Uzakdoğu ülkeleri dışında tüketiciye yönelik kampanyalara ağırlık verilmeli, mevcut imaj sorunlarının duygulara hitabedilerek, farklı pazar özelliklerini dikkate alan mesajlarla ve sıcak görsel öğeler kullanılarak bertaraf edilmesine çalışılmalıdır.
- d) Kıta ötesi pazarlarda "bilgilendirici"; yerleşik bir imaja sahip olduğumuz pazarlarda "ikna edici" mesajlara ağırlık verilmelidir.
- e) İkna edici mesajlar gerektiğinde "referans" larla güçlendirilmelidir.
- f) Eğitim düzeyi yüksek hedef kitlelerin mantığına, bunların dışında kalanların ise daha çok duygularına hitabedilmelidir.

Halkla ilişkiler:

- a) Kuvvetli kalemlerin, karizmatik kişilerin bölgede ağırlanarak ve bilgilendirilerek, kendi çevrelerinde ve eserlerinde bölge özelliklerinden bahsetmelerinin sağlanması

b) Bölgede var olan haber ve yeniliklerden muhabir ve program yapımcılarını haberdar ederken, medyanın çeşitli araçlarında bölgenin tanıtımının Türkiye bütünündeki benzerlik ve ayrıcalıklarıyla belirtilmesi

c) Bölge ile ilgili roman, film gibi eserlerin yapılması ile birlikte bölgedeki yaşayan kültürün (folklor, bölge mutfağı, el sanatları vb.) eğlence ve dinlence ürünü olarak geliştirilmesi

d) Dış ülkelerde yerleşik Türk vatandaşlarının, ülkenin genel ve turistik tanıtım sürecinde gönüllü tanıtıcılar konumuna gelmelerini sağlamak üzere TRT/INT ve TRT/Avrasya gibi kanallarda eğitici programlar yayınlanmasında yarar görülmektedir. Aynı uygulamanın özel TV kanallarınca yapılması da özendirilmelidir.

İç tanıtım:

- 1997 yılında 5,4 milyar dolarlık bir hacme ulaşan iç turizm talebi profesyonelce ele alınmalı ve geliştirilmelidir.
- 1997 yılında Türk vatandaşlarının yurtdışında yaptıkları tatil harcamasının 677 milyon dolara ulaştığı dikkate alınarak bu talebi yurtiçine kaydıracak özendirici araçlara başvurulmalıdır.
- İç tanıtımda talep yaratmanın yanı sıra yerel halkı turizmle bütünleştirici ve yöresel değerlere sahip çıkılmasını sağlayıcı bir bilincin geliştirilmesi özendirilmelidir.

VI.2.4. Dağıtım:

Türkiye spesiyalisti tur operatörlerini, yerel seyahat acentalarını, hava taşımacılarını ve konaklama tesislerini yurtdışındaki tur kartellerinin baskılarına karşı koruyacak önlemler geliştirilmelidir.

VI.2.5. Fiyat

İç ve dış rekabet ortamının baskıları altında ve kaliteden ödün vermek pahasına fiyatları düşürmekten kaçınılmalıdır. Bu tür politikaların azalan tüketici tatmini, artan şikayetler, imaj erozyonu ve azalan taleple sonuçlanacağı daima hatırdta tutulmalıdır.

Sektördeki fiyat kırma yarışının ve haksız rekabetin disipline edilebilmesi için mesleki örgütlenme güçlendirilmeli ve sektörün iç denetimini sağlayıcı araçlar geliştirilmelidir.

Uluslararası pazarlarda fiyat rekabetine girmek yerine, kaliteyi, ürünün benzersizliğini ve yüksek tüketici tatminini ön plana çıkaran "value for money" (satın alınan değer) yaklaşımı benimsenmelidir.

Fiyatı etkileyen faktörler ışığında işletmeler kendi pazar dilimlerine ve kendi öz yapılarındaki toplam turizm ürününün özelliklerine göre fiyat stratejilerini belirlemek durumundadır. Bu süreçte bazı genel soruları ürettikleri hizmetin niteliği, tesislerin nicelik, nitelik ve konumları açısından değerlendirmeleri özendirilmelidir.

Ancak makro boyutta bir genelleme söz konusu olacaksa;

- Turizm toplam ürünü dikkate alındığında; nüfus etme, zaman dilimine bağlı farklılaştırmaya dayalı fiyat stratejileri benimsenirken,
- Butik hizmet üretebilen ve de tesislerin toplam turizm ürününe göre ayrıcalıklı üstünlüklerinin bulunması halinde "pazarın kaymağını alma" fiyat stratejisi ile "prestij fiyatlandırma" stratejilerinin benimsenmesi, ülkenin değişik bölgelerine veya bir bölgedeki farklı tesis veya hizmet düzeylerine değişik yapıdaki hedef kitleleri cezbedebilir.
- Ülkenin oldukça sık karşılaştığı kriz dönemlerinde de kriz yönetimi politikaları çerçevesinde "promosyonel fiyat stratejilerinin" uygulanması denenebilir.

VII. PAZARLAMA KARMASININ PLANLANMASI

Yukarıda özetlenen uzun vadeli gelişme stratejileriyle tutarlı olarak Turizm Bakanlığı başta olmak üzere ilgili kurum ve kuruluşlarca ürün, fiyat, dağıtım ve tanıtma boyutlarıyla, hedefleri ve araçları net olarak belirlenmiş yıllık planlar geliştirilmeli, bu planların uygulanmasındaki başarı düzeyi hedefler kriter alınarak sürekli olarak ölçülmelidir.

VIII. UYGULAMA

Plan uygulamasında sağlanacak başarı, proje-program geliştirme, hedeflerle tutarlı finansman, etkin örgütlenme, kalifiye insan gücü, yüksek motivasyon girdilerine bağlıdır. Bu girdilerin herhangi birindeki eksikliğin hedeflere ulaşmayı engelleyici rol oynayacağı sürekli olarak hatırdta tutulmalıdır.

VIII.1. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planının gerçekleştirme durumu

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planının sektörle ilgili amaç, hedef ve politikalarının gerçekleştirme durumu şu alt başlıklar halinde özetlenebilir.

- Sayısal hedef olarak 2000 yılı itibariyle Bakanlık Belgeli 800.000, Bakanlık + Belediye Belgeli 1,3 milyon yatak kapasitesi öngörülmüştür. Mevcut durum itibariyle işletme ve yatırım belgeli yatak kapasitesi 600,000 civarında olup, yatırım hedeflerinin altında kalmıştır. Belediye belgeli tesislerle beraber bu sayı 850,000'e ulaşmaktadır.
- 13-17 milyon yabancı turist sayısı öngörülmüştür. 1999 yılında sektörde yaşanan kriz sonucu 7,5 milyon kişi olarak gerçekleşen turist sayısının önümüzdeki yıl sonunda bu hedefi yakalaması mümkün görülmemektedir.
- Aynı şekilde 2000 yılı itibariyle 10,3 – 13,8 milyar dolar turizm geliri hedefine de ulaşamamaktadır.
- Sayısal hedefler bakımından ulaşılabilen tek hedef, 4,5 – 4,8 milyon olarak hedeflenen yurtdışına çıkan yerli turist sayısı olacaktır.

- VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde öngörülen tüketicinin korunmasına ilişkin hukuki ve kurumsal düzenlemeler tam olarak yerine getirilememiştir.
- Tanıtma finansmanına özel sektörün katılma düzeyinin arttığına ilişkin bir gösterge yoktur.
- Turizmde karar sürecine katılımın genişletilmesi için mevcut düzene bir yenilik getirilmemiştir. Bölgesel ve yöresel pazarlama uygulamalarında somut sonuçlar elde edilememiştir.
- İkincil konutların pazarlanmasına ilişkin yeni ve etkili bir düzenleme yoktur.
- Konaklama kapasitesinin turizm türlerine ve bölgelere göre dağılımında dengesizlik azalmamış, artmıştır.
- Turizm hareketlerinin mevsimlere dağılımı yumuşamamaktadır.
- Çıkarılması gerektiği belirtilen 6 yasa ve bir yönetmelik henüz çıkartılmamıştır.
- Tanıtım bütçesi içerisinde yurtdışı reklamlara ayrılan yıllık ödenekler, 1995 yılından itibaren döviz bazında her yıl azalma göstermiştir.
- Bütün bu olumsuzluklara karşın Türkiye turist sayısı ve turizm gelirleri açısından pazar payını artırabilmiş, turistlerin ortalama kalış sürelerinde ve ortalama harcamalarında artış eğilimi görülmüştür.

VIII.2. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın uygulanması ile ilgili öneriler

VIII.2.1. Örgütlenme ve mevzuat

- Planlama, uygulama ve performans değerlendirme aşamalarında sorumluluk paylaşımı ve katılımçılık ilkelerine işlerlik kazandırılmalıdır.
- Sektörel örgütlenme, aşamalı yetki ve sorumluluk devri ile yerelleşme doğrultusunda geliştirilmeli; bu çerçevede gerekli kurumsal altyapı önceden hazırlanmak kaydıyla kamunun belirli işlevleri özel sektör meslek kuruluşlarına devredilmelidir.
- Merkezi kamu kuruluşlarıyla meslek kuruluşlarının işlevleri; araştırma, stratejik planlama, kalite standartlarını belirleme, denetim ve performans değerlendirme alanlarına odaklanmalıdır.
- Toplam ürün, tanıtma, fiyat ve dağıtım boyutlarıyla turizm sektörünün gelişmesini etkileyen ve yönlendiren kamu, özel sektör, bilim ve araştırma kurumları, STK ve diğer kuruluşların işlevleri arasında yatay ve dikey entegrasyonu sağlayacak bir örgütlenme modeli geliştirilmelidir.
- Genel ülke tanıtımı, turizm tanıtımı, işletme düzeyinde promosyon ve bölgesel tanıtım dahil olmak üzere tanıtmanın çeşitli türleri ve kademeleri arasında işlevsel bütünlük sağlanmalıdır.

- Bu çerçevede, genel ülke tanıtımından sorumlu "Ulusal Tanıtım Konseyi" oluşturulmalı, bu Konsey tarafından tanıtım politikaları ve buna bağlı uzun ve kısa vadeli tanıtım stratejileri belirlenmeli ve uygulamaya konulmalıdır.
- Turizm tanıtımındaki örgütlenme dinamik, yaratıcı, sektörün ve sivil inisiyatifin yönetim ve finansmanına katkıda bulunduğu, yurtdışı merkez ve bölgesel birimlerin faaliyetlerini bütünleştirici bir yapıya kavuşturulmalıdır.
- Mevcut yasa ve yönetmeliklerde, plan hedef ve stratejileri gerçekleştirmek üzere verimliliği ve etkinliği artırıcı düzenlemeler süretle yapılmalıdır.
- Turistik merkezlerde ve özellikle kongre imkanına sahip illerde yerel yönetimlerin katılımıyla kongre ve ziyaretçi büroları teşkil edilmelidir.
- Tüketicinin korunmasında önemli bir yer tutan şikayetlerin çözülmesi için "Alo Turist" hattı, "seyahat sigortası" ve benzeri sistemler geliştirilmelidir.

VIII.2.2.Finansman

- Ülkeye dönük talep yaratıcı tanıtım çalışmalarından bir birim kaynağın esirgenmesi, onun çok üzerinde gelir kaybına sebep olmaktadır. Tanıtım harcamaları gider olarak değil, karşılığı fazlasıyla alınacak bir yatırım olarak algılanmalıdır.
- Turizm pazarında gelişmenin sürdürülebilmesi için tanıtma ve pazarlama alanında yapılması gereken ataklarda kaynak bulmakta zorlanılmaktadır. Turizm gelirleri 1 – 4 milyar dolar olan ülkeler bile Türkiye'nin reklam bütçesinin üzerinde ödeneklerle pazarlarına seslenmektedir. Turizm Bakanlığının tanıtım ödenekleri, Dünya Turizm Örgütü normlarına uygun olarak, bir önceki yılın turizm gelirleri toplamının % 2'sinden az olmayacak bir düzeye getirilmelidir.
- Turizm tanıtımında kamu-özel sektör ortaklığı uygulaması konusunda ilgili olarak bazı ülkelerde özel sektörün Ulusal Turizm Örgütü bütçeleri ve özellikle tanıtma bütçeleri içindeki payını gösteren tabloda aşağıda sunulmaktadır. Tablodan, özel sektörün tanıtma bütçesine değişik oranlarda katkıda bulunduğu ve bu katkının kimi ülkelerde % 51'e ulaştığı görülmektedir.
- Turizmden elde edilen gelir ülke ekonomisi içerisinde artık daha farklı dağılmaktadır. Eskiden turist harcaması içerisinde en önemli kalemleri ulaştırma ve konaklama oluşturmakta iken günümüzde alışveriş ve yeme içme en önemli kalemler haline almıştır. Dolayısıyla tanıtma ve pazarlama faaliyetlerine sadece turizmden doğrudan gelir elde eden kesimlerin değil, dolaylı gelir elde eden kesimlerin de dahil edilmesi gerekir.

Ülke adı	Toplam Ulusal Turizm Örgütü Bütçesi Kaynağı (% yüzde)				Tanıtma Bütçesi Kaynağı (% yüzde)	
	Merkezi Hükümet	Yerel Hükümet	Vergi	Özel Sektör	Kamu	Özel
Almanya	100,00	-	-	-	100,00	-
Avustralya	79,80	5,20	-	15,00	66,00	34,00
Avusturya	60,00	20,00	-	20,00	60,00	40,00
Finlandiya	70,80	3,00	-	26,20	75,00	25,00
Fransa	100,00	-	-	-	49,00	51,00
Mısır	100,00	-	-	-	75,00	25,00
İngiltere	70,00	-	-	30,00	70,00	30,00
İspanya	100,00	-	-	-	100,00	-
İsrail	100,00	-	-	-	92,00	8,00
Yunanistan	100,00	-	-	-	100,00	-
Türkiye	100,00	-	-	-	100,00	-

Kaynak: DTÖ yayınları

VIII.2.3. Kalifiye insan gücü

- Kamu ve özel sektör kuruluşlarındaki istihdam politikası, kalifiye uzman istihdamına imkan verecek ve nitelikli işgücünden azami ölçüde yararlanmayı sağlayacak şekilde düzenlenmelidir.
- Hizmette liyakat ve kariyer esasına işlerlik kazandırılmalıdır.
- Çalışanların performans değerlendirilmesine tabi tutularak terfi ve ödüllendirilmelerine özen gösterilmelidir.
- Sektörel hizmet içi eğitim ve bilgi tazeleme amaçlı eğitim etkinliklerine, STK+Sektör+Kamu işbirliğiyle devamlılık sağlanması özendirilmelidir.
- Sertifikasyon sisteminin kurumsallaşmış, yasallaşmasının sağlanmasına (STK+Sektör+Kamu) çeşitli kesimlerin destek vermesi özendirilmelidir.

VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU

TANITMA VE PAZARLAMA ALT KOMİSYONU RAPOR ÖZETİ

Tanıtma ve Pazarlama Alt Komisyonu Raporu çalışmaları çerçevesinde,

- Temel Amaç ve Ana hedefler (nitel-nicel)
 - Pazar/Müşteri Profili
 - Ürün ve Tesis
 - Varış Noktalarının (Destinasyon) gelişiminde tanıtım pazarlama
 - İmgenin gelişimi
 - Olası kaynaklar
- Öneriler çerçevesinde baştan yapılanma konuları irdelenmiştir.

Çalışmadaki ana sonuç kamu özel sektör ve STK ortaklığı ile merkezi tanıtma yerine bölgesel tanıtmaya ve pazarlamaya ağırlık verilmesi merkezinde oluşmuştur.

Kaynaklarının yaratılmasında ortak yatırım söz konusu olurken tanıtım ve pazarlama işlevlerinin gerçekleşmesinde hedef kitlelerin ayrıcalıklı yapı ve özelliklerine göre ürünün güneş + turizm etkinliklerinden oluşturulmasına özen gösterilerek çeşitliliğin kucaklanması ile kar maksimizasyonuna varılması öngörülmektedir. Turizmin tanıtım ve pazarlanmasında ana ilke yönetim olarak düşünülmüştür.

Hizmetlerin sunumunda, alt yapının geliştirilmesi ve korunmasında bürokrasiyi asgariye indirmek amacı ile evrensel akımlar ve toplumun anlayış ve gereksinimleri çerçevesinde Turizm Bakanlığı ve sektörün yapı ve hizmet üretiminin baştan yapılanarak yeni bir örgüt anlayışına ve yapısına ulaştırılması öngörülmüştür.

Ekteki rapor ana hatları açıklar niteliktedir.

Rapordaki temel kavramlar;

- Kar maximizasyonu
- Yönetişim
- Bölgesel tanıtım ve pazarlama
- Bürokrasi minimizasyonu
- Baştan yapılanma
- Çeşitliliğin kucaklanması
- Güneş + turizm etkinlikleri
- Değişen değerler
- Ürün kalitesi
- İklim değişikliği
- Yaşayan kültür
- Toplam kalite yönetimi
- Toplam Turizm ürünü
- Risk yönetimi'dir.

I. TEMEL AMAÇ: Sürdürülebilir Turizm Gelişiminde Turizm Gelirinin Maksimizasyonu sürecinde yönetim ilkesine sadık kalmak.

A. ANA HEDEFLER:

Nicel hedeflerden ziyade nitel hedeflere ağırlık vermek.

A.1. Nitel Hedefler: Tarihi, doğal değerleri, kültürel ve sosyal dokuyu dikkate alarak turizm gelişimini sağlayıp, kalitesi yüksek varış noktalarının geliştirilmesi.

Değişen değerlerin dikkate alınması

- İyiye ulaşmak için olan evrensel isteksizlik
- Devamlı bir kaçış
- Her türlü sınırlamaya karşı olan isyan
- Aşırı boyutta teknolojiye odaklaşma
- Bireysellikteki artış
- Etkin ve verimli uygulamalardaki itibar artımı
- Kalite yönetimi
- Risk yönetimi
- Otantik değerlerin önem kazanması

Ürün kalitesinin gelişiminde

- tarihi miras ve doğal çevre bilincine yer vermek
- alt yapının geliştirilmesi ve mevcudun iyi korunması
- Ticari ahlakın gelişimi
- Tüketici haklarının korunması
- Hijyen ortamının sağlanması ve düzenli kontrolü
- Trafik yasalarının uygulanmasında AB standartları ile uyum sağlanması
- Medyanın doğru bilgileri yansıtmasını ve toplumda şiddet duygularını kamçılamayacak yayınlar yapmasını sağlayacak düzenlemelerin toplumda egemen olması
- Dengeli talep/arz yönetimi

A. 2. Nicel Hedef: VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın ilk yıllarında mevcut yatak kapasitesini daha iyi kullanmak.

Bölgeler bazında dengeli bir turizm gelişimini planlamak.

Kısa erimde mevcut yatırım trendinin (1987-1998) aynen devam etmesi senaryosunun uygulanması, 478.400 TIB yatağa ve \$11.300 milyar gelire ulaşmak.

Uzun erimde de yatırımda olan yatağın 3 yılda $\frac{1}{5}$ 'i ve 4. Yılda $\frac{1}{5}$ 'inin işletmeye geçmesi senaryosunun benimsenmesi, 551.600 TIB yatağa ve \$12.826 milyar gelire ulaşmak.

II. PAZAR: Ana Pazar dilimini deniz, kum, güneşe gelen turist oluşturmaya devam ederken, kültür, kongre, kurvaziye, yatçılık ve sağlık turizmi gibi alternatif turizm ürününü bölgelere göre geliştirerek Pazar dilimleri çeşitlendirilebilir.

B. Hedef kitledeki misafir profili şöylece tanımlanabilir:

- demografik yapı
 - orta yaş eğitilmiş
 - üçüncü yaş grubu
 - genç eğitilmiş-çocuksuz genç evliler
- gelir düzeyi yüksek
- hobileri olan
- seyahat deneyimi yüksek
- bireysel turizm açısından düşünülünce internet kullanımının hakim olduğu grup

C. Pazarlarda öngörülen gelişmenin sağlanabilmesi için aşağıdaki hususlara dikkatle eğilinmesi:

Türkiye genelinde olduğu kadar bölgesel bazda var olan ve de potansiyel turizm ürününün önceki yıllarda yapılmış olan envanterin güncelleştirilmesi ve kamu, STK, Sektör ve de yerel halkla bu bilginin enine boyuna paylaşarak toplam turizm ürünü bilincinin yaygınlık kazanmasının sağlanması.

Bölge kimliğine uyumlu turizm gelişim planları oluşturulurken, yaşayan kültürlerin odak noktası olarak alınmasına özen gösterilmesi.

Bölgelerarası dengeli gelişim süreci içinde öncelikli gelişim projelerinin sırası yapılabirlik analizlerinin sonuçlarına göre belirlenmesi.

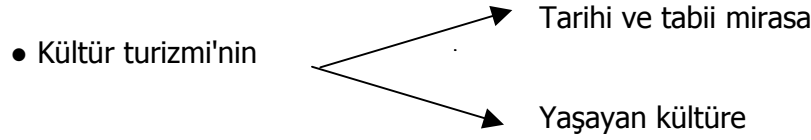
Mümkün mertebe halen gelişmiş olan bölgelerin taşıma kapasitesinin zorlanmaması. Özendirici önlemlerin de bu paralelde gelişmesi.

Bu bağlamda önceki yıllardaki genel izlenim sağlayan kitlesel on beş günlük paketlerden uzak durarak (yani tüm Güneydoğu, Doğu ve İç Anadolu turunu 15 günlük bir paketin içine almaktansa) 3-5 günlük butik ve derinliği olan tur paketlerinin oluşturulmasının özendirilmesi.

Ürün çeşitlendirerek Pazar dilimlerindeki gelişmeyi sağlama sürecinde bölgelerin insiyatiflerini kullanabileceği yasal ve mevzuat değişikliklerine hızla gidilmesi, ülke yerine bölgesel pazarlama şansı yaratılarak talep düşüşündeki risklerin asgariye çekilmesi.

Yöre el sanatları, folklorü gibi yaşayan kültür ağırlıklı uygulamalı paketlerle ziyaretçinin bölgede kaldığı kısa sürede yörenin kültür mozaiğine nüfus etmesinin özendirilmesi.

Pazarın dilimlenerek geliştirilmesi sürecinde öncelikli ağırlıklar;



dayanarak geliştirilmesi özendirilmesi,

- Özel etkinlikler-Turizmin geliştiği bölgelerdeki dört ve beş yıldızlı otellerin atıl kapasitesi değerlendirilerek ve kongre merkezi mevcut şehirlerde kongre turizminin gelişimi için gerekli yerel, uluslararası ve evrensel ağların kurularak yoğun pazarlama etkinliğine gidilmesi,
- Çeşitli hizmet ve turizm paketlerin gelişimi sürecinde turizm ürününe destek ürün ve hizmetlerin (aynı hızla) gelişmesinin planlanarak uygulamaya geçilmesi (örneğin: ulaşım ağı, sağlık hizmetleri, tabii afet ve kazalarla ilgili acil hizmetler gibi). Gelişme sürecinde toplam turizm ürünü anlayışına sahip çıkılması,
- Var olan turizm ürününün ve de geliştirilmekteki tüm ürünlerin özellikleri, dağıtım kanalları, irtibat noktalarının ivedilikle sanal (web sayfalarının oluşturulması) ortama geçirilmesinin özendirilmesi.

III. ÜRÜN VE TESİSLER

Kısa erimde var olan büyük tesislerin yenileme ve ek hizmet üniteleri ile evrensel niteliklerini korumaları sağlanarak yıl boyuna dağılacak doluş oranlarını yükseltmek hedeflenmelidir.

Orta ve uzun erimde KOBİ'lerin teşviki ile evrensel nitelikte butik hizmet sağlayan küçük işletmelere paralel asgari konfor ve temel ihtiyaçların sağlandığı küçük işletmelerin gelişmeleri, turizm ürün gelişiminin odak noktasını oluşturmalıdır.

Ayrıca yeni gelişecek bölgelerdeki tahsisli aralarda tatil kasabası-tatil köyü anlayışı içinde mega varış noktaları gelişimi çalışmaları ve yerel halkın da katkısı ile gelişim imkanları yaratılmalıdır. Mevcut yerleşmeler imar mevzuatı bağlamında yönlendirilerek varış noktaları ve destek hizmet merkezleri yaratılmalı. Böylece yerel ekonomik yarar da arttırılmış olur.

IV. VARİŞ NOKTALARININ GELİŞİMİNDE TANITIM VE PAZARLAMA (DESTINASYON GELİŞİMİ)

A. Ülke Tanıtımı: Ülkenin imgesinin oluşturulmasında ve tanıtımının sağlanmasında toplumdaki bütün kesim ve kuruluşların girişim ve koordinasyonu ile ulusal düzeyde bir eş güdümlü, toplumu bilinçlendirerek "Ulusal Tanıtma Konseyi" oluşturmak. Konseyin makro ve mikro düzeyde siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel tanıtımın temel öge ve çerçevesini belirterek ilgili her STK ve Kamu kuruluşunun toplumun kendi ilgi alanlarında bu çerçeve ve imge modellerine sadık kalarak tanıtım atağını başlatmak. Tüm bu gelişim sürecinde ortaklık anlayışının egemen olmasına özen göstermek.

B. Varış Noktasının Tanıtımı:

Ortaklık anlayışı çerçevesinde

- STK + Kamu + Turizm Sektör mensuplarının bir konsey oluşturarak bölgenin tanıtımını ve imgesini geliştirmesi,
- Bu amaçla tüm ilgililerin tanıtım bütçesine bölgesel tanıtım konseyinin önerileri doğrultusunda katkıda bulunması için yasal düzenlemelerin yapılması.

Bölgesel tanıtım konseyinin görevleri

- gelişme planlarının yapılması,
- Bölge ile ilgili internette Bölge sayfalarının, hedef kitlelerin dilinde hazırlanması,
- toplumu turizm konusunda bilinçlendirme (zira bölge tanıtımı toplumun tüm kesitleri ile birlikte yapılabilir),
- Turizmi bütünleyen-temel ve destek ürün ve hizmetlerin bir tanıtım paketi ile toplumu ve turist gönderen ülkeleri bilinçlendirme,
- Bölgesel tanıtım fonunun oluşturulması (Belediyeler+tesisler+destek ürün ve hizmet üreten birimlerin katılımı ile),
- Bölgesel tanıtım fonuna, proje bazında, Uluslararası finans birliklerinden fon aranması.

C. Varış Noktasının Pazarlanması:

C.1. Genel Öneriler

Bölgesel zenginliklerin envanterinin güncelleştirilmesi ve tüm toplumun bu kaynaklar hakkında bilinçlendirilmesi.

Bölgenin hedef kitlesinin ve/veya farklılaştırılmış hedef kitlelerinin net tanımı.

Yerli ve yabancı tüketici tip ve özelliklerinin her iki yılda yenilenecek araştırmalarla net tüketici profillerinin belirlenmesi. Bu amaçla tanıtma müşavirliklerinden düzenli standart bilgilerin akışını sağlamak.

Bölgesel kuruluşların üstlenecekleri pazarlama fonksiyonları ile ilgili matris oluşturulması.

Bölgesel yönetim ile merkezi yönetim entegrasyonu ve koordinasyonun sağlanması.

C.2 Satış Geliştirme (Promosyon) Karması İle İlgili Öneriler

1. Halkla İlişkiler

Kuvvetli kalemlerin, karizmatik kişilerin bölgede ağırlanarak ve de bilgilendirilerek kendi çevrelerinde ve eserlerinde bölge özelliklerinden bahsetmelerinin sağlanması.

Bölgede var olan haber ve yeniliklerden, muhabir ve program yapımcılarını haberdar ederken, medyanın çeşitli araçlarında bölgenin tanıtımı Türkiye bütünündeki benzerlik ve ayrılıklarının

belirtilmesine özen gösterilmelisi. Bölgede yerel ve uluslararası ufak ve büyük etkinliklerin yer almasına (spor turnuvaları, kültürel etkinlik, kongre, festivaller, v.s.) ve medyada duyurulmasına özen gösterilmelidir.

Bölge ile ilgili roman, film gibi eserlerin yapılması ile birlikte bölgedeki yaşayan kültürün (folklor, bölge mutfağı, el sanatları gibi öğelerin) eğlence ve dinlence ürünü olarak geliştirilmesinin sağlanması.

2. Reklam

Geliştirilecek imge ve slogan tüm reklam araçlarında eş anlı olarak piyasaya sunulmalıdır. Ancak bölgelerdeki hedef kitlelerin özellikleri ve varış noktasında bekledikleri değişik hizmetler dikkate alınarak bölgeler bazında alt mesajlarda çeşitlendirilmeye gidilebilir.

Evrensel trend'lerde yer alan temaların bütününde Türkiye Turizm ürünü ile hizmetlerini konumlandırmaya gayret etmelidir (örneğin, Akdeniz mutfağında-Türk zeytin yağlılarının tanıtımı gibi). TV için özel ilgi ve eğitim programlarının ilgisini çekecek etkinlikler yaratılmalıdır ve bu etkinliklerin haber olarak verilmesine özen gösterilmelidir.

Reklamlar profesyonel şirketlere ihale edilirken Turizm müşavirliklerinin bilgisine başvurmanın yanısıra reklamın bölgesel denetimi için de müşavirliklere yetki verilmelidir.

3. Bireysel Satış

Yöre halkının Turizm ürünü hakkında bilinçlenmesi ile birlikte bireysel satış önem kazancaktır.

Direkt ve e-posta ile reklam özellikle iş ve kültür turizm için geçerli olup veri bankasının ve e-posta'nın güncel gelişmeleri kapsamı içinde yer alması önemli bir olgudur.

4. Fiyat Stratejileri

Fiyat etkileyen faktörlerin ışığında işletmeler kendi Pazar dilimlerine ve de kendi öz yapılarındaki toplam turizm ürününün özelliklerine göre fiyat stratejilerini belirlemek durumundadırlar. Bu süreçte bazı genel soruları ürettikleri hizmetin niteliği, tesislerinin nicelik, nitelik ve konumları açısından değerlendirmeleri özendirilmelidir.

Ancak makro boyutta bir genelleme söz konusu olacaksa:

Turizm toplam ürünü dikkate alındığında; nüfuzetme, zaman dilimine bağlı farklılaştırmaya dayalı fiyat stratejileri benimsenirken,

Butik hizmet üretebilen ve de tesislerin toplam turizm ürününe göre ayrıcalıklı üstünlüklerinin bulunması halinde-pazarın kaynağını alma fiyat stratejisi ile prestij fiyatlandırma stratejilerinin benimsenmesi, ülkenin değişik bölgelerine veya bir bölgedeki farklı tesis ve hizmet düzeylerine değişik yapıdaki hedef kitleleri cezbedebilir.

Ülkenin oldukça sık karşılaştığı kriz dönemlerinde de kriz yönetimi politikaları çerçevesinde promosyonel fiyat stratejilerinin uygulanması denenebilir.

V. İMGE

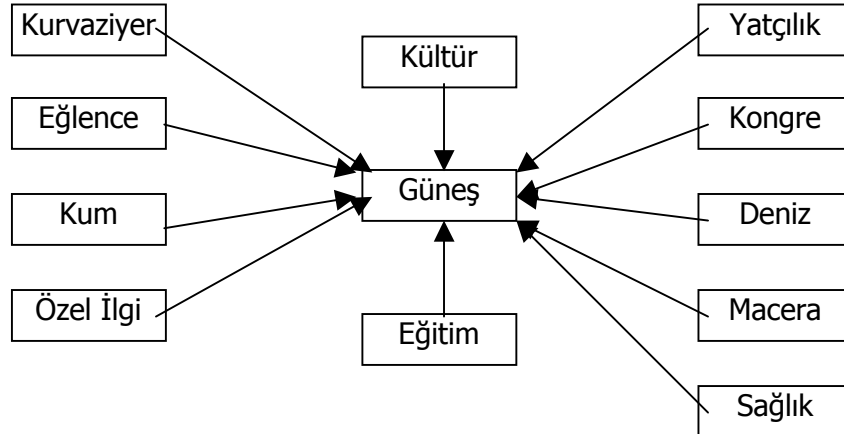
Ülke imgesinin oluşturulmasında Ulusal Tanıtma Konseyinin telkin kararlarının icra kanallarına kısa dönemde ulaşabilmesi için çalışmalar geliştirilirken Turizm Bakanlığının Yüksek Planlama Kurulunda söz sahibi olmasının yasal bir baza oturtulması önem kazanmaktadır.

İmgenin geliştirilmesinde bugüne dek olumsuz imgelere neden olan hususlara açıklık getirmek-tabii afetler ve siyasi istikrarsızlığın ve de iklimlerdeki değişimin olumsuz etkilerinin oluşturduğu imgenin nötralize edilmesine özen göstermek. Kriz masası yönetimine işlerlik kazandırmak.

Turizm Ürünü İmgesinin gelişiminde:

Güneş odak noktası alınarak alternatif turizm ürünleri ile ikili veya üçlü paketler, var olan Pazar dilimlerinin özelliğine göre oluşturulma yolu seçilmelidir. Her koşulda misafirperverlik ve yeni bakımlı tesislerin varlığı vurgulanmalıdır.

(Örneğin: Güneş + kültür → Eğitimli 3. yaş gurubu için)



İmgenin her düzeyde oluşturulmasında:

- Medeniyetlerin beşiği ve çeşitliliği,
- Tesisin yeniliği, bakım onarımının her daim yapılarak iyi bir görünümde olması,
- İnsan kaynağının niteliği,
- Bölge halkının davranış modeli ve misafirperverliği,
- Genç toplum,
- Bölgedeki yaşayan kültür ve de tarihi miras,

- Hizmetteki kalite,
- Ülkedeki ürün ve iklim çeşitliliği,
- Toplumun yapısı,

Türk Turizm Ürününün İmgesini oluşturacaktır. Bu nedenle bahsi geçen öğelerin sistem içindeki konumlandırılması sağlanarak, oto kontrol mekanizmaları ile imgenin olumlu ve sürekli gelişimi yolu seçilmelidir.

VI. KAYNAKLAR.

A. Ülke imgesinin geliştirilmesi ve ülke tanıtımı için ulusal tanıtım fonu oluşturulurken;

- Kurumlar Vergisi matrahından kesinti veya KDV gelirlerinin bir kısmından faydalanılabilir,
- Proje bazında sponsorlar bulunabilir,
- Uluslararası fonlardan bölgesel tanıtım projelerine katkı sağlanabilir..

B. Turizm tanıtımı içinde Turizm Geliştirme fonunun baştan yapılanması esas çerçevesinde (Bkz. 2634 sayılı yasa Md. 21,22,23);

- KDV'ye esas teşkil eden mal ve hizmet bedeli üzerinden % 2 kesinti,
- Ayakbaşı gelirlerinden pay,
- Kamu mülklerinin turizme tahsisinden alınacak maktu gelir,
- Ulusal tanıtım fonundan düzenli ve/veya proje bazında kaynak aktarımı,
- Fonu özellikle turizm amacı ile kullanmak,
- Kanunun ilgili maddelerinde ve fon yönetmeliğinde günün koşullarına göre fon gelirlerini arttırıcı kullanım alanlarını yeniden belirleyici düzenlemeler yapmak,
- Proje bazında yerel ve uluslararası sponsorlar ve/veya uluslararası kuruluşlardan fon akışı temini.

VII. TURİZMDE SEKTÖREL YAPILANMA

ANA HEDEF: Özel sektör ve kamunun baştan yapılanmasıdır.

1. Kamunun (Bakanlığın) baştan yapılanması, küçülmesi; icraatının koordinasyon, yasaların uygulanması ve denetimi ile sınırlandırılması sürecinde bölgelere yetki devrinin sağlanması.

2. Süreç: işlevlerin sektör, yerel idare ve STK ile ortaklaşa yürütülmesine ulaşmak için;

İ'inci aşamada: (2000-2005) Turizm Bakanlığı'nın ve sektörün yeniden yapılanması, ve sektörle ilgili yasaların AB'ne giriş sürecinde yeni eğilimlere uygun olarak hazırlanması ve onaylanarak yürürlüğe girmesi.

Bu aşamada Bakanlığın:

İcraa ve yürütme işlevlerini üç düzeyde-merkez, yerel yönetimler, yurt dışı örgütleri olarak planlamak

Merkezdeki icra birimlerini

- Tanıtma ve Dış ilişkiler
- Yatırım ve İşletmeler
- İnsan kaynakları geliştirme

olarak üç ana genel müdürlüğe indirmek, müdürlüklerin alanlarında sektörü yönlendirecek az sayıda ancak eğitim ve deneyimleriyle uzmanlaşmış personele sahip, hacimce küçük, etkinliği ve niteliği yüksek bir yapı içinde düzenlenmesi.

Yerel yönetimlerde (kamu+STK+Sektör+Üniversiteler) ile Bölgesel tanıtım, enformasyon, yerel yatırımlar (merkezle koordinasyon içinde) fonksiyonlarının yürütülmesi.

Yurt dışındaki icra birimleri tanıtma müşavir ve ateşeliklerin STK, sektör ve profesyonel şirketler ile merkezde oluşturulan genel strateji ve politikalar çerçevesinde, gerekli yetki devri ile dış tanıtım ve pazarlama işlevlerini yürütmeleri ve denetimi için yetki verilmesi (örneğin firma ve kompozisyon seçiminde ilgili müşavirlik/ateşeliğin görüşünün değerlendirilmesi; medya planı ve diğer iletişim araçlarında belli bir sınır içinde olarak değişikliklere inisiyatif tanınması).

Yeni oluşturulacak uluslararası fon kaynakları yönetim kurulunun görevi merkezde oluşacak genel strateji ve politikalar çerçevesinde uluslararası fonların sağlanabileceği dış merkezlerdeki bürolarda projeler üretmek ve evrensel, bölgesel fonlarla bu projelerin finansmanını merkezin onayı ile işlerlik kazandırmak, yürütme sürecinde de konuyu izlemek ve denetlemek olarak tanımlanabilir.

Yeniden Yapılanma Sürecinde Tanıtım ve Dış İlişkiler Koordinasyon Birimi:

Yüksek Tanıtım ve Pazarlama Danışma Koordinasyon kurulu (STK+Sektör+Kamu +Yerel İdareler+Üniversiteler) Tanıtma Genel Müdürlüğü'ne genel stratejilerin oluşumunda danışmanlık görevini üstlenir.

Tanıtma Genel Müdürlüğü'ne bağlı

Bölgeler Direktörlüğü

tesis edilerek turist gönderen veya gönderme potansiyeli yüksek olan bölgelerde dış tanıtım birimleri geliştirilir veya yeniden oluşturulur. (örneğin: Kuzey Amerika, Uzakdoğu, Avrupa, Güney Amerika, BDT/Rusya, Çin gibi) Evrensel turist akımları trendlerine göre öncelikli bölge müdürü bölgeler direktörlük görevini de üstlenir.

Tanıtma Pazarlama Müdürlüğü

ülkenin iç ve dış tanıtımında sorumlu işlevleri izlerken merkezde araştırma, planlama iletişim yönetimi fonksiyonlarını bölgesel birimlerle işbirliği içinde yürütür.

Finansman Müdürlüğü:

gelişen strateji ve politikaların hayata geçirilebilmesi için fonların mobilizasyonunu sağlar.

İnsan Kaynakları Yönetimi Müdürlüğü:

Personel istihdam, performans değerlendirme işlevleri ile birlikte, Personel Eğitim ve gelişimini, Emeklilik ve sosyal haklarla ilgili düzenlemelerden sorumlu olur.

Sektörün Baştan Yapılanması

- Meslek kuruluşları + STK arasında koordinasyonun sağlanması,
- Merkezde temel strateji ve politikaların oluşturulmasında bölgesel örgütlerin katılımının sağlanması,
- Ana politikalar çerçevesinde bölge örgütlerinin, yatırım pazarlama, insan kaynakları geliştirme, işletmelerin belgelendirme ve denetimi (kamu kuruluş+STK) işlevlerini yürütülmesi.

II'inci aşama: Türkiye Turizm koordinasyon Birliği'nin oluşturulmasının, VIII.Beş Yıllık Kalkınma Planı dönemini izleyen 2006-2010 yıllarında yapılabilirliği tartışılabilir. Örgütlenme Türkiye'ye gelen Turist Profili çerçevesinde ve ihtiyaç hiyerarşilerine göre turizm ürününün geliştirilmesini ve bölgesel farklılıklarla ve/veya bölge içindeki farklılıklarla çeşitliliği TTKB ile (Sektör+STK+Kamu) kucaklamaktır.

Türkiye Turizm Koordinasyon Birliği (TTKB) odak noktası olarak alınarak.

- uygun görülecek bir bakanlıkta (yüksek planlamada söz sahibi olan) Müsteşarlık düzeyinde örgütlenebilir.
- TOBB + TTKB ile birlikte çalışıp, bilgi aktararak hükümette ilgili bakanlıkça temsil edilir.
- Ayrıca tüm aşağıdaki kuruluşlarla direk koordinasyon ve bağlantılı çalışarak turizm işlevlerini yürütür.

- Yerel Otoriteler,
- Bölgesel Birlikler,
- Turizm Şurası,
- Kültür, spor, iletişim, ulaşım bakanlık ve kamu yönetim birimleri
- Diğer Bakanlıklar,
- Tanıtım ve Dış İlişkiler Koordinasyon Birimi,
- Bölgesel Turizm Kurulu.

BAŞTAN YAPILANMA SÜRECİNDE DİKKAT EDİLECEK UYGULAMALAR VE SAKINCALAR

Her iki aşamada da;

1. Bürokrasi kademelerinde esnek yetki devri sisteminin gelişimi,
2. STK'ya yetki ve görev devirlerinin işlerlik kazanması
3. Atama ve terfilerin-iş tanımlarına ve yıllık bazda yapılacak performans değerlemelerine dayalı yapılması sistemine ısrarla işlerlik kazandırmak,
4. Dış tanıtım bürolarının evrensel trendlerin geliştireceği turist kaynaklarına ve ülkenin hitap ettiği hedef kitlenin özellikleri dikkate alınarak tesis edilecek öncelikler listesine göre devreye girmesi veya çıkarılması,
5. STK bölgesel idari mekanizmaları geliştirilip yasal dayanakları oluşturulmadan ve de yöre halkı Turizm olgu ve işlevleri açısından gerekli bilinçlenmeye ulaşmadan, yönetim, ortaklık, iş etiği gibi ögeler bütünü gelişmeden ikinci aşamada sözü edilen örgütlenme modelinin benimsenmesi büyük sakıncalar yaratabilir.

OLUŞTURULAN SENARYOLARIN ANA BAŞLIKLARI

OLUMLU	OLUMSUZ
<p>Küreselleşme ile sınırlarının kalkması. Refah ve turistik etkinliklerin artışı. Ulaşım araçlarının ucuzlaması. Bilgi teknolojisi gelişmelerinin turizmi etkilemesi. Refah artışının Türk iç turizmine olumlu etkisi. Ortalama ömür artışı sağlıklı emeklilik (Maddi birikimli kesim talebi). Ortalama çalışma sürelerinin kısalması. Tatile ayrılan sürelerin artması. Engelsiz seyahatler, formalitelerin kalkması Tanıtım Atağının sonuçlarını vermesi. Yerli kurvaziyerlerin artışı. Avrupalı turistlerin seyahat sıklığının artması. Tanıtım faaliyetlerinin iyileşmesi. Doluluğun tüm yıla yayılması. Kriz politikaları ile krizlerin daha kolay atlatılması (Sürekli kriz yönetimi). Çeşitlendirilmiş ürünlerin daha çok kullanılması. Bölgesel tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yoğunluk kazanması. Pazarlama tanıtım fonu yönetiminin sektör ağırlıklı olması. Genel kalite kavramının gelişmesi. Teknolojik gelişme.</p>	<p>Siyasal istikrarsızlık. Ucuz ve kalitesiz ülke imajının sürmesi. Terör ve doğal afetlerin sürmesi. Sektör içinde eşgüdüm sağlanamaması. Fiyat-kalite uyumunun, rekabet kavramının yanlış anlaşılması ile bozulması. Çevre standartlarının bozulması. Finansman sıkıntıları nedeniyle yeni yatırımların ve hatta yenileme ve idame yatırımlarının yapılamaması. Ana pazarlardaki şirket evlilikleri. Yeni varış noktalarının çeşitlendirilememesi ve sezonun uzatılamaması. Rakip destinasyonların gelişmesi. İç pazarın gelişmemesi. Ulaştırma altyapısının turizmdeki gelişmelere ayak uyduramaması. Kriz politikasının üretilmemesi. Uzun erimli politikaların geliştirilememesi. Profesyonel yönetim ve eğitilmiş insan gücünün yeterince sağlanaması. Tanıtımda koordinasyon eksikliği nedeniyle insan gücü ve kaynak israfı. İklim değişiminin getirdiği olumsuz etkileri görmezlikten gelme.</p>

**VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI
TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU**

**EĞİTİM-KALİTE-İSTİHDAM
ALT KOMİSYON RAPORU**

VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU

EĞİTİM-KALİTE-İSTİHDAM ALT KOMİSYON RAPORU

Dünyada artık bilim ve teknoloji yolu ile rekabet edebilme en belirleyici unsur olmaktadır. Dolayısı ile genel olarak Türkiye’de ve sektörde bireylerin beceri düzeylerinin yükseltilmesi, sosyal yapının güçlendirilmesi yolu ile değişime uyum sağlayan işgücü ihtiyacı bulunmaktadır. Bir taraftan eğitim üreten kurumların kendisi diğer taraftan ise insanı merkez alan bir bütüncül kalkınma, sosyal gelişme, bilgi seviyesinin yükseltilmesi, rekabet edebilecek standartlara ulaşma topyekün bir yaygın ve örgün eğitim seferberliği şeklinde gerçekleşmek zorundadır.

Makro düzeyde bir rekabet gücünü oluşturabilecek bir eğitim politikasının izlendiği süreçlerde bireyler, dış dünyaya, evrensel değerler ve yeni düşüncelere açık yani laik, çoğulcu demokrasiyi özümsemiş, düşünme-algılama-problem çözme yeteneği gelişmiş; kişisel sorumluluk ve toplumsal duyarlılığı yüksek, bilim ve teknoloji üretimine yatkın, beceri düzeyi yüksek insan gücünü oluşturacaklardır. Bu durumda, eğitim programları, üretim yöntemi ve teknikleri ile gerekli araç-gereci evrensel ölçülerde yeniden düzenleyecek dinamik kurumsal yapılar gereklidir.

Diğer bir söyleyişle, turizm eğitiminin konusu ülkenin genel yaşam kalitesini iyileştirme, refah düzeyini yükseltme ve toplumsal gelişmeyi artırma dinamiklerinden soyutlanamaz; bunların hepsi bir bütünü oluşturmaktadır ve süreklilik arz etmektedir. Bunun yanısıra mukayese edilebilirlik ve ortak standartlara sahip olmak gereği açıktır.

Mikro düzeyde ise sektörde istihdam edilecek kişilerde aranacak nitelikler, Turizm Geliştirme Vakfı (TUGEV) tarafından yapılan “Konaklama Sektörü Yöneticilerinin Elemanlarında Aradıkları Nitelikler” araştırmasına göre:

- Fiziki uygunluk (%22)
- Meslek sevgisi (%15)
- Düzgün ifade (%15)
- İlişki kurma yeteneği (%13)
- Yabancı dil (%9)

hususları ilk sırayı almakta ve bunları da genel kültür, temizlik, beceriklilik ve pratiklik (%4) olarak diğer husular takip etmektedir. Yukarıda sayılan özelliklerin hepsi öğrenilebilir ve öğretilebilir niteliktedir.

Diğer taraftan hizmet sektöründe kalitenin ölçülmesinde Parasuraman, Zeinthal ve Berry’e göre (1988);

- Söz verilen hizmeti zamanında yapmak,
- Çalışanların istekli olmaları ve derhal hizmet vermeleri,
- Firmanın müşteriye verdiği önem, ilgi,
- Çalışanların bilgi ve nezaketleri, güven vermeleri,
- Fiziksel görünüm, cihaz ve personel hususları dikkate alınmaktadır.

Yukarıdaki hususların tümü öğrenilebilir ve öğretilbilir bilgi ve becerilerdir. Ancak, turizm sektöründe hizmet arz edenler, ihtiyaçları olduğu halde, parasal güçle desteklenmiş satın alma anlamında turizm eğitimi talep etmemektedirler.

Eğitim arzı açısından bakıldığında; turizm meslek eğitimi, örgün turizm eğitimi olarak Y.Ö.K bünyesinde 79 adet 2 yıllık M.Y.O, 14 adet 4 yıllık Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O/Fakültesi, Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı 56 adet Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'nde gerçekleştirilmektedir. Ayrıca Turizm Bakanlığı'na bağlı 11 adet Turizm Eğitim Merkezi'nde (TUREM) ve bazı özel kurslarda da turizm meslek eğitimi verilmektedir.

Arz ve ihtiyaç mukayese edildiğinde; bir turizm işletmesinde yönetici, yönetici yardımcısı ve bölüm şefi sayısı, ara eleman ve yardımcı eleman sayısına göre daha az olmalı iken turizm meslek eğitimi programlarının mezun ettiği öğrenci sayısı bu ihtiyacın tersine işaret etmektedir.

ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Ülke turizminin itibarı ve karlılığı bütün bileşen hizmetlerde eğitim ve kalitenin idame edilebilmesine bağlı olmaktadır. Ancak mevcut eğitim arzı ihtiyacı karşılamamakta, öte yandan talep de oluşmamaktadır. Bu durumda yapılması gereken, eğitime olan talebin oluşturulmasını sağlayacak tedbirlerin alınmasıdır. Bu nedenle turizm eğitimi ve kalitesinde "Sertifikaasyon" anahtar husus haline gelmektedir. Sertifikaasyon, mesleki eğitimde standardizasyonu, değerlendirmenin devlet ve sektör tarafından ortaklaşa yapılmasını, uluslararası standartlara göre verimlilik ve iş kalitesinin gelişmesini ve istihdam için gerekli olan beceri düzeylerinin belirlenmesini sağlarken bu nitelikleri kazandıracak eğitimi de zorunlu hale getirmektedir. Dolayısı ile mesleki niteliklerin belgelendirilmesi için bir düzenleme yapılmalı, sektörde doğrudan ve dolaylı hizmet veren personelin tamamı belge sahibi olmalı, ayrıca kendi meslek kuruluşu tarafından denetlenmeli ve sertifikalandırma işlemi tek kaynaktan yapılmalıdır. İş yaşamı ile eğitim sistemi arasında sağlam köprülerin kurulmasına olanak sağlayan işverene ve işalana yararlar getiren " Meslek Standartları Komisyonu Sınav ve Belgelendirme" çalışmaları tamamlanarak "Türk Meslek Standartları Kurumu" iş yaşamındaki yerini almalıdır.

Bu arada Turizm Bakanlığı'nın mesleki niteliklerin belgelendirilmesi çalışmaları dikkate alınmalı ve Meslek Standartları Komisyonu çalışmaları ile ilişkilendirilerek süratle uygulamaya geçilmelidir.

Diğer taraftan, 27.10.1999 tarih ve 4457 nolu kanunla kurulan "Türk Akreditasyon Kurumu", kamu ve özel sektörde kalite sistemi, ürün ve personel belgelemesi yapan kuruluşlara akreditasyon hizmeti sunacaktır. Böylece hem eğitim kurumlarına hem de sektöre ulusal ve uluslararası standartlara göre faaliyette bulunma, kısaca "kalite" yolu açılmış olacak ve ilgili kurum "kalite" altyapısının en üst denetleme ve belgeleme kurumu olarak görev yapacaktır. Kanunda belirtilen akreditasyon, akredite etmek, belge, belgelendirme, denetleme, standart, teknik düzenleme, belgelendirme kuruluşu, kalibrasyon, kalite ve işaretleme gibi tanımlar, kalıcı, tescil edilmiş ve sürekli bir kalite kavramını yerleştirerek eğitim kurumlarına ve sektöre

yaptırımlar getirerek sorunların aşılması sürecini başlatabilecektir. Bu sürecin değişme ve yenileşmeyi sağlaması zaman alacaktır, ancak rekabet edebilmenin tek çözümüdür.

Sözü geçen kanun beraberinde veri toplama ve kayıt sistemini de getirecek ve karar alıcılara ihtiyaç duydukları nitelik, miktar ve zamanda bilgi sağlayarak güvenilir altyapının oluşmaya başlaması yolunu açacaktır. Böylece, kalite güvencesi sistemleri yaygınlaşarak, uluslararası izlenebilir ölçü sistemi ve akreditasyon mekanizması yolu ile "kalite" altyapısı sağlanacaktır. Akreditasyon sisteminin küçük ve orta ölçekli kuruluşlar tarafından kabul görmesi ve yaygınlaştırılması sorun olarak ortaya çıkabilecektir. Bu bilincin oluşturulması amacı ile çeşitli tanıtıcı programlar düzenlenmeli ve akredite olan her ölçekteki işletmeye çeşitli teşvikler sağlanmalıdır. Kalite için oluşturulacak altyapıların geliştirilmesi için Ar-Ge faaliyetleri vazgeçilmez unsurdur.

Sorunların çözümüne ilişkin makro düzeydeki öneri, toplumun eğitim, yaşam seviyesi ve üretkenliğini arttırıcı yapısal dönüşümler içinde bireyin ön plana çıkartılmasında yatmaktadır. Bu nedenle bireylerin niteliğini yükseltecek köklü ve sürekli eğitim, bilim ve teknoloji politikaları üretilmesi gereklidir.

Mikro açıdan ise, sektörel eğitim konusunda oldukça yol alındığı hesaba katılarak, ağırlık yaygın eğitime kaydırılmalı ve bu konuda çeşitli etkinliklerde bulunulmalıdır. Toplum bilincinin geliştirilmesine katkı için medyanın etkin kullanımına yönelik, kamu ve özel yeni kaynak aranmalıdır. Sektör, yaygın eğitim boyutundaki çalışmalara özellikle televizyon programları ile yoğun katkı getirmeli, ayrıca yaygın eğitim konusunda TUREMler kullanılmalıdır. Böylece gelişme sürecinde, hayat boyu eğitim anlayışı ile geniş kitlelere katma değer becerileri kazandırılabilir ve sosyal gelişmeleri sağlanabilir. Yine yaygın eğitim kapsamında sektörde öğrenci olacak adaylara meslek tanıtımı ve daha bilinçli seçim yapma katkısı getirilmelidir.

Öğretim kurumları açısından ülkede mevcut ara eleman eksikliğine karşın lisans ve önlisans düzeyinde gereğinden fazla ve yanlış yerlerde okul açılmış bulunmaktadır. Okulların yeri seçilirken daha gerçekçi olması için Y.Ö.K ile işbirliği ve koordinasyon içinde görüş alışverişi yapılmalıdır. Turizmin gelişmediği, turizm tesislerinin bulunmadığı, altyapısı yeterince oluşturulmamış yerlerde yeni Turizm Meslek Okulları açılmamasına özellikle dikkat edilmelidir. İhtiyaç fazlası eleman yetiştirmeyi engellemek için 2 ve 4 yıllık yüksekokul sayıları kademeli olarak azaltılmalıdır.

Meslek Yüksek Okulları'nda, istihdamı kolaylaştırıcı bir etken olarak turizm faaliyetlerinin tümünü içeren eğitim programları yerine ilk yılın ikinci yarısından itibaren branşlara ayrılarak eğitim verilmesinin daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle Meslek Yüksek Okullarında branşlaşmaya ilişkin program geliştirme düzenlemeleri yapılmalıdır. Böylece eğitim kurumları sektörün ihtiyaçlarına karşılık verebileceklerdir.

Turizm eğitimcilerine eğitim-öğretim dönemi dışındaki tarihlerde sektörde çalışma imkanı sağlanmalıdır. Böylece eğitici, tesislerde en son teknolojiyi görürken staj için gelen öğrenciyi denetleyebilir ve aynı zamanda vasıfsız elemanlara hizmetiçi eğitim verebilir. Öte yandan, eğitimcilerin bilgi ve becerilerini arttırıcı projelerin geliştirilmesi ve uygulanması turizm

işletmeleri tarafından da teşvik edilmeli, bu sürecin gerçekleşmesi ve sürdürülebilmesi için hukuki düzenlemeler yapılmalıdır.

İşveren açısından tesislerde eğitilmiş eleman çalıştırmak yerine, çoğu kez vasıfsız işçiler ücret politikaları nedeni ile tercih edilmekte ve stajyer öğrenciler hemen hemen ücretsiz çalıştırılmaktadır. Stajyer öğrencilerin tesise gidişi ile çalışanların çoğunun işine son verilmekte ve bu durum, genç çalışanların mevsimlik özellik sergileyen sektörden kopmalarına, mağdur olmalarına ve aldıkları eğitimin heba olmasına neden olmaktadır. Mesleki eğitimin yeniden düzenlenmesi aşamasında, staj konusu hukuki yönden güvence altına alınmalı, turizm işletmeleri staj için gelen öğrenciye ucuz işgücü olarak bakmak yerine onların teorik bilgilerini pratiğe dönüştürme katkısını bir sorumluluk olarak algılamalıdır. Ancak, böyle bir işbirliği içinde staj programları yararlı bir hale getirilebilir.

Eğitim reformunun bir kurumsal düzenlemesi olan 3308 sayılı Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu meslek liselerindeki öğrencilerin işletmelerde yapacakları meslek eğitimine ilişkin staj esaslarını düzenlemektedir. Yükseköğretim görmekte olan öğrenciler için ise Y.Ö.K tarafından bir staj yönetmeliği hazırlanmalıdır. Sözü edilen düzenlemelerle staja ilişkin aksaklıklar giderilirken, ekonominin istediği nitelikte insangücü yetiştirilmesi ve özel sektörün bu sorumluluğa katılımı sağlanmış olacaktır.

Diğer taraftan turistik işletme yöneticileri de eğitime tabi tutulmalı; işgücü planlaması, işbaşı eğitimi, eğitim metodolojisi ve eğitim psikolojisi gibi konularda seminer almalıdır.

Yukarıda değinilen sorunlar, eğitim kurumları ile sektör arasında öncelikle karşılıklı gönüllü hizmet anlayışı içinde bir denge oluşturulması amaçlanarak çözümlenebilir. Sektör eğitim kurumlarının özellikle önde gelenlerinden gerekli gördüğü teorik destek programlarını talep edebilir ve karşılık olarak da eğitim kurumlarına sektörde bir tür staj teklifi götürebilir.

Ayrıca, turizm işletmeleri "kalite"nin ayrılmaz bir iyileştirme süreci olan hizmetçi eğitime önem vermeli, eğitim kurumları ile işbirliği yaparak kendi ihtiyaçlarına uygun eğitim programları hazırlamalı ve bunu uygulayarak Ar-Ge birimleri oluşturmalı, eğitimcilerin eğitimi için gönüllü olarak pratik eğitim vermelidir.

Turizm en verimli halini, alt ve üst yapısı tamamlanmış, insani değerleri gelişmiş uygar ortamlarda alabilir. Bu nedenle turizme açılan ülkeler, yöreler, kentler, köyler turizmden maddi ve manevi kazanç elde etmek istediklerinde gerekli koşulları hazırlamış olmalıdırlar. Bu konuda yerel yönetimlere de özel sorumluluk düşmektedir. Yerel yönetimler turizmin gelişmesinde en etkin güçlerden biridir. Duyarlı, çalışkan yerel yönetimlerin olduğu kentlerde turizmin gelişmesi için gerekli alt ve üst yapılar gerçekleştirilebilir. Sektör temsilcileri/birlikleri aracılığı ile "kalite"yi arttırıcı yönlendirmeler yapılabilir. Türkiye'de esnafın çoğunluğu, geliri yüksek turistlerin talep ettiği hizmetin "kalitesi"ni kavrayamamaktadır. Fiyatların düşürülmesi, gelir düzeyi düşük turistlerin ülkemize gelmesine neden olmakta, bu da kaliteyi düşürmektedir. Bu konuya ilişkin eğitim programları için yerel televizyonlardan yararlanılabilir.

Kamu hizmetlerinde etkinliğin artırılması projesi içerisinde yer alan merkezi yönetim tarafından görülmekte olan bazı hizmetlerin, yerel yönetimlerin yetki ve sorumluluğuna bırakılmasına ilişkin yapılacak olan hukuki ve kurumsal düzenlemeler, yukarıda sözü geçen sorunlara çözüm ve iyileştirme getirecektir. Yerel yönetimlerin güçlü olması, yerel halk ve turist beklentilerinin daha sağlıklı karşılanmasını sağlarken, yerel halkın turizm ile ilgili kararlara katılması imkanını doğuracaktır.

Sektördeki istihdamın güncel karakteristiklerini ortaya koyabilecek istatistiksel veriler bulunmamaktadır. Diğer taraftan 1995 yılı sayımının da kullanılabilir hale getirilememesi nedeni ile hizmetler sektörünün ve dolayısı ile turizm sektörünün işgücü tahminlerini yapmak mümkün görülmemektedir. Sektörün istihdam yapısına ilişkin araştırmalar teşvik edilmelidir.

Turizm sektöründe işgücü ve istihdam sorunlarının başında, öğrenim görmüş elemanların işsizliği ve çalışanların işgüvencesi sorunu gelmektedir. Sektörde iş devir hızının azaltılmasını ve çalışma koşullarının iyileştirilmesini sağlayacak istihdam politikalarının oluşturulması bir zorunluluktur.

**BEŞ YILLIK KAKKINMA PLANI
TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU**

**YASAL DÜZENLEMELER ve AVRUPA BİRLİĞİ İLE
İLİŞKİLER ALT KOMİSYON RAPORU**

VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU

YASAL DÜZENLEMELER ALT KOMİSYON RAPORU

AMAÇ: Ülkenin refahının artırılması ve sürdürülebilir kalkınmasına yönelik makro ekonomi politikalarının bir parçası olarak Turizm sektörünün, ödemeler dengesine katkı yanında, bölgeler arası dengesizliklerin ve işsizliğin giderilmesi, yerel ekonomilere katkı ve yaşam kalitesinin artırılması, sosyal ve kültürel bütünleşme, tarihi ve doğal zenginliklerin korunarak değerlendirilmesi, gibi diğer fonksiyonlarının bilinci içinde, yatırım ve istihdam yaratma kapasitelerini, rekâbet gücünü artırarak turizm gelirlerini maksimize etmeye olanak verecek yasal ve yönetsel düzenlemelerin saptanmasıdır.

Bu bağlamda, bu komisyonun çalışmaları, yukarıda belirtilen amaca ulaşılmasını engelleyen mevcut oluşumların tespiti ve giderilmesi yollarının araştırılması yönünde olmuştur.

MEVCUT DURUM:1983 yılından bu yana, büyük bir dinamizm içinde bulunan Turizm Sektörü cazibe konusu olması itibariyle ilişkili olduğu bir çok sektör ve kurumun (Kamu-Özel) müdahalesine maruz kalmıştır

Halihazırda sektörle ilgili çok sayıda yasa ve otorite vardır. Turizm ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili yasaları şöylece sıralayabiliriz:

- * Turizmi Teşvik Yasası
- * Yabancıların Türkiye’de ikâmet ve Seyahatleri Hakkında Yasa
- * Kabotaj Yasası
- * Su Ürünleri Yasası
- * Milli Parklar Yasası
- * Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Yasası
- * Özel Çevre Koruma Kurumu Kuruluş Yasası
- * İmar Yasası
- * Belediye Yasası
- * Kimlik Bildirme Yasası
- * Kıyı Yasası
- * Tapu Yasası
- * Köy Yasası
- * Türk Vatandaşlarına tahsis edilen Meslekler hakkında Yasa
- * Limanlar Yasası
- * Çevre Yasası
- * Orman Yasası
- * Gümrük Yasası
- * Pasaport Yasası
- * Ulaştırma Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Yasa

Yukarıda saydıklarımızın yanısıra İçişleri, Sağlık, Maliye ve Kültür Bakanlıklarının görev konuları ile ilgili çıkarmış buldukları bir çok yasa, yönetmelik ve tebliğler, kanun hükmünde kararnameler, tüzük ve genelgeler mevcuttur.

Turizm sektörünün, bu kadar çok sayıda kamusal otorite ve mevzuattan, bunlar arasındaki eşgüdüm olanaklarının kısıtlılığı ya da bazı hallerde yokluğu göz önüne alındığında, olumsuz yönde etkilenmemesi mümkün değildir.

Öte yandan, sektöre gerekli dinamizmi sağlayacak, dünyadaki gelişmelere paralel, rekabet gücünü oluşturacak kuruluşların organizasyonu ve birliğine imkan verecek yapılanmanın sağlandığından bahsedilmesi çok güçtür.

Türkiye’de şu anki yönetim tarzı, “Merkezi İdare” ağırlıklıdır. Bu hal, turizm gibi yüksek rekâbet gücü gerektiren sektörde, karar alma sürecinin uzaması nedeniyle olumsuzluklara yol açmaktadır.

Öte yandan, turizmle doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili otorite ve yasa sayısının çokluğu da, karar sürecinin uzaması ile birlikte sektörün daha dinamik bir performans göstermesini ciddi olarak güçleştirmektedir. Sorun, hem bir konunun çok sayıda yasa ile düzenlenmesinden hem de farklı uygulamacların mevcudiyetinden kaynaklanmaktadır.

Sektör, yatırım konusunda 1990’ların başına kadar geçen süre içerisinde özellikle konaklama bazında yatak kapasitesinin artırılmasına yönelik yasal düzenlemelerden büyük ölçüde yararlanmışır.

Ancak, daha sonraki dönemde yönetim ve politikadaki değişiklikler, yüksek enflasyon, çeşitli kriz dönemleri, konaklama yatırımlarının gerçekleşme hızını büyük ölçüde düşürdüğü gibi yeni yasal düzenlemelerin (teşvik) oluşumunu da engellemiştir.

Ulaşım sektörü (Hava Yolu Şirketleri ve seyahat acenteleri) yeterli yasal destekten yoksun oldukları için uluslararası platformda yüksek rekabet gücüne ulaşamamışlardır.

Yat ve kurvaziyer turizmi ya da daha genel anlamda deniz turizmi konularında yatırımcıların işlerini kolaylaştıracak, yatırımı cazip kılacak düzenlemelere gidilemediği için Akdeniz bölgesinde bu alanda alabileceğinin çok altında bir pay almakla yetinilmiştir.

İç turizm, sadece kriz dönemlerinde hatırlanan bir potansiyel kurtarıcı özelliğinden arındırılmamış, iç pazar, tutarlı bir turizm politikası araçlarından biri haline getirilememiştir.

Akdeniz çanağındaki haksız rekabet koşulları ve zaman zaman yaşanan ancak abartılı olarak yansıtılan sosyal ve doğal olumsuzlukların özellikle son günlerde krize dönüşmesi önlenememiştir.

Sahip olunan doğal, kültürel ve beşeri kaynaklar yeteri kadar tanıtılmamıştır.

Özellikle turizm bölgelerindeki çarpık yapılaşma ve kentleşme, çoğunlukla yeni kurulan belediyelerin "Arazi rantı" sağlamak amacıyla yaptıkları imar uygulamaları ile sürmekte, bu hal doğal kaynaklarımızın süratle tükenmesine neden olmaktadır.

Ülke çapındaki beşeri ve fiziki planlamanın bir parçası olması gereken Turizm Master Planı henüz gerçekleştirilememiştir.

Turizm bölgelerinde yaşanan yoğun hareketliliğe karşılık alt yapı, çevre düzenleme ve çeşitli kamu hizmetlerinde karşılaşılan yetersizlikler giderilememiştir.

Turizm İşletmeciliğinde "kalite" ve "yüksek standart" kavramları temel hedef haline getirilememiş, bu amaca yönelik yasal düzenlemelere gidilememiştir.

SEKTÖREL YAPILANMA

Turizm Bakanlığı, ülkemizdeki turizm politikalarının saptanması, turizm hizmetlerinin planlanması, yönlendirilmesi, teşvik edilmesi, denetlenmesi ve eşgüdüm ile görevlendirilmiş en yetkili kamu kuruluşudur.

Turizm Bakanlığı, turizm açısından gelişmiş ve ülkemizin rekabet etme durumunda olduğu ülkelerdeki yapıya kavuşturulmalıdır.

Bu bağlamda, tüzel kişiliğin şeklinden çok içeriği önem arz ettiğinden, sektörün ihtiyaç duyduğu politika ve hedefleri süratle karşılayan ve saptanan politikaların da tüm ilgililerce (Kamu-Özel) kabul gördüğü bir yapıya haiz kamu otoritesinin oluşturulmasına şiddetle ihtiyaç vardır.

Bu kamu otoritesinin dinamik ve etkin bir bölge teşkilatının oluşturulması da zorunlu olacaktır.

Her durumda, turizmle ilgili kamu otoritesi temsilcisi Yüksek Planlama Kurulunda yer almalıdır.

Turizmden sorumlu kamu otoritesi (Turizm Bakanlığı), standartları saptayan, izleyen, eşgüdümü sağlayan ve en önemlisi güçlü bir denetim mekanizmasına sahip olan yeni bir yapıya kavuşturulmalıdır.

Turizm özel sektörünün başlıca aktörleri olan yatırımcılar, işletmeciler, seyahat acenteleri, tur operatörleri, turist rehberleri, vb. meslek birliklerinin yasal yapılanması bir an önce tamamlanmalıdır.

Halen sektörün tek yasal meslek örgütü konumundaki TURSAB (Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği) yasası günün şartlarına uygun olarak yeniden ele alınmalıdır.

Aynı şekilde Türkiye Otel İşletmecileri Birliği ve benzeri diğer meslek örgütlerinin yasal yapılanmaları bir an önce tamamlanmalıdır.

Ancak, turizm özel sektörünün, çağın hızla değişen ve gelişen şartlarına uygun, yasal yapılanması tamamlandıktan sonra, bu gün Turizm Bakanlığı'nın uhdesinde bulunan bazı yetkilerin bu meslek örgütlerine devri söz konusu olabilir.

ÖNERİLER:

Genel anlamda, bir turizm hukukundan bahsedilecekse; turizm sektörünü yönlendiren tüm kurumları (kamu ve özel) ve görev dağılımını ve turizm ürününün bileşenlerine ilişkin temel kavramları (hizmet, yatırım, işletme, eğitim, tanıtma, pazarlama) belirleyen, ilişkilerini, işlevlerini, standartlarını, teşvik ilkelerini düzenleyen ve turizmle ilgili diğer kamu kurumlarını, turizmle ilgili kararları ve turizm politikasıyla ilişkileri bağlamında bir araya getiren danışma ve eşgüdüm mekanizmasını kurumlaştıran bir turizm yasası ya da yasalar bütünü ele almak gerekir.

Sorun bu bakış açısından ele alındığında, turizmin ülke ekonomisi ve sosyal kalkınmanın temel araçlarından birincisi olduğu kabul edilerek, bu denli stratejik önemi olan bu sektörün ayrıcalığı benimsenmeli ve diğer Bakanlıkların turizmi etkileyecek yasal düzenleme hazırlıkları sürecinde, Turizm Bakanlığı ve örgütlenmesini tamamlamış Turizm Özel Sektörünün de görüş ve önerilerinin dikkate alınması sağlanmalıdır.

Ülkesel bazda turizm politikalarını saptayan standartları belirleyen, denetleyen ve turizm özel sektörü ile kamu arasında eşgüdümü sağlayan en üst turizm otoritesi (Bakanlık veya Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanlığı'na bağlı Müsteşarlık) teşkilat yasası bir an önce çıkarılmalıdır.

Özel sektörün kurumsal yapılanması süratle gerçekleştirilmelidir. Farklı konum ve işlevleri olan meslek gruplarının öncelikle kendi yasal yapılanmaları tamamlanmalı daha sonra da bu farklı meslek örgütleri ve kamu arasında eşgüdümü sağlayacak üst yapı kurumu oluşturulmalıdır. Kurumsal yapılanmasını tamamlamış meslek örgütleri:

- Kendi mensupları arasında özdenetimi sağlayacak,
- Meslek Standartlarını, tesis ve işletme niteliklerini saptayacak,
- Mesleki belgelendirmede sorumluluk alacaktır.

Turizme arz olunan doğal kaynakların doğru kullanımı, sektörün gelişimi açısından büyük öneme sahiptir. Bu bağlamda, alt yapı ve çevre korumaya ilişkin konulardaki mevcut yasal düzenlemeler ciddi anlamda ele alınmalıdır. Özellikle turizm bölgelerinde, çarpık kentleşmeye, genel olarak, plan revizyonları yolu ile gidildiği, uygulamalardan anlaşılmaktadır.

3194 sayılı İmar Yasasında "Turistik bölgelerde imar planı, yapıldıktan sonra mücbir sebepler olmadıkça değiştirilemez" hükmü getirilmelidir. Mücbir sebebin ise "savaş, doğal afetler, büyük ölçüde istihdam yaratacak ekonomik zaruretler" olarak tanımlanarak yasaya girmesi ve bu yetkinin mutlak surette kamu ve özel sektör temsilcilerinden oluşan bir kurul marifetiyle ve yargı yolu açık olmak üzere kullanılması usulü de yasa ile düzenlenmelidir.

Turizmde gelişmiş veya gelişme potansiyeli olan bölgelerde yeni belediyelerin oluşumunu zorlaştırıcı yasal tedbirler getirilmeli, buna mukabil 442 sayılı Köy Kanunu'nda değişiklik yapılarak "Köy İdaresi" güçlendirilmelidir. 442 sayılı Köy Kanununda değişiklik yapılarak, özellikle turizm bölgelerinde yaşanan yoğunluğun gereği "Kullanan ve Kirleten Öder" prensibi ışığında, yörede yaşayanların, mülk sahiplerinin ve yatırımcının Köy Bütçesine katılımı sağlanarak köy idarelerinin yetki ve sorumlulukları artırılmalıdır.

3194 sayılı İmar Yasası ile Belediyelere yetki veren mücavir alan uygulamasının, yasal düzenlemeler ile, turizm bölgelerinde tahdit edilmesi (inşaat yoğunluğunun düşüklüğü, altyapı mecburiyetinin süreye ve bütçe olanaklarına bağlanması gibi) uygun olacaktır. Aynı durum belediye sınırları dışında Turizm alan ve merkezlerinde Bayındırlık Bakanlığı ve Turizm Bakanlığınca yaptırılan üst ölçekli planlarla da sınırlandırılmalıdır.

Yatırım teşvikleri, turizmin çeşitlendirilmesi, bütün yıla ve bölgelere yayılması, sürdürülebilirlik ilkelerine uygunluk, KOBİ'ler, iç turizm, sosyal turizm, teknolojinin hizmet ve ürün kalitesini artırma ve etkin pazarlamaya yönelik network, donanım ve eğitim yatırımları gibi kavramlar doğrultusunda ve AB Devlet yardımları normları dikkate alınarak yasal yapıya kavuşturulmalıdır.

Gelişmiş bölgelerin yanı sıra diğer bölgelerin de çekiciliğini artırmak üzere, kültür turizminin gelişimi ve özel sektörün faaliyetleri teşvik edilmeli, yasalar, tarihi değerlerimizin kullanılarak korunması ilkesine göre, özel sektörün bu mekanı kullanmasına imkan verecek şekilde düzenlenmelidir.

Gelişmiş turistik yörelerde belediye işletme belgeli tesislerin de oldukça büyük rakamlara eriştiği gerçektir. Belediye belgeli tesisler genellikle, herhangi bir plana bağlı olmadan, kontrolsüz olarak artmaktadır. Özellikle apart, bar, lokanta, disko, vb. adı altında yoğunlaşan ve arz talep dengesini göz önünde bulundurmadan, bilinçsizce açılmış bu tesisler, sezonda fiyat kırarak "haksız rekabet"e ve "hanuççuluk" gibi turist memnuniyetsizliğine yol açan olumsuz faaliyetlere neden olmaktadır. Yürürlükteki "İşyeri açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik" hükümleri çerçevesinde bu gibi işletmelerin kontrol altına alınması veya sınırlandırılması mümkün değildir. Oysa bu yörelerde bu gibi işletmelerin durumları sokak bazında dahi planlamaya tabi tutulmalı, plan dışında yeni bir tesise izin verilmemelidir. Bu bağlamda, "Haksız Rekâbeti Önleyici" "Kaliteyi Temin Edici" sonuçları göz önüne alınarak "planlama ve tahdit" yetkileri getirilmelidir.

Tanıtma ve pazarlama konularında kamu ve özel sektör temsilcilerinden oluşan geniş tabanlı bir kurum derhal oluşturulmalı, bu kurumun finansal kaynakları yasa ile kesinleştirilmelidir.

Türk vatandaşlarının dinlenme ve tatil imkânlarından yararlanması böylece, kültürel ve sosyal bütünleşmesini sağlamak, sektörü talep ve fiyat istikrarı bakımından desteklemek üzere iç turizmin geliştirilmesi için politikalar geliştirilmelidir. Örneğin, değişik coğrafi bölgelerde değişik tarihlerde uygulanacak okul tatilleri, tesislerin doluluk oranlarının daha uzun bir süreye yayılmasını kolaylaştıracaktır.

Sektörde kaliteli hizmet sunumunun güvence altına alınabilmesi için faaliyet gösterecek kurumların yeterli mali güçte olmalarının sağlanması, yerli ve yabancı tüketicilerle turizm hizmeti sunanlar arasındaki ve tur paketindeki hizmetleri sağlayanlarla tur operatörleri arasındaki ilişkilerin garanti altına alınması için yasal düzenlemeler getirilmelidir.

Nitelikler yönetmeliği olabildiğince detaylardan uzak ve adı gibi, nicel değil nitel ağırlıklı olmalıdır.

Kamu ve özel sektörün elinde bulunan veri ve bilgi birikiminden daha etkin bir biçimde yararlanılması için mevzuat geliştirilmelidir.

Halihazırda turistik işletmelerin kamu ile ilişkilerinde büyük sorunlara sebep olan 3621 sayılı kıyı yasasında gerekli değişiklikler yapılmalıdır.

Yabancıların belediye sınırları dışındaki yerlerden de mülk edinmeleri kolaylaştırılmalıdır.

Ülkemizde son yıllarda kaydedilen önemli gelişmelere rağmen özellikle dış tanıtım ve pazarlama konusunda yapısal bir reform yapılması gerekmektedir.

Turizm yörelerindeki danışma büroları sektör kuruluşlarının ve yerel yönetimlerin oluşturacağı turizm birimlerine devredilmelidir.

Arazi tahsisleri, tüm imar, çevre ve benzeri problemleri halledilmiş alanlar için söz konusu olabilmelidir.

Ülkenin tüm bölgelerinin tüm fiziki, beşeri ve kültürel envanteri çıkarılmalı, bu envantere göre tüm ekonomik faaliyetleri içeren bir makro plan çerçevesi içinde detaylı bir Turizm Master Planı bir an önce oluşturulmalı ve böyle bir planın uygulaması yasa ile güvence altına alınmalıdır.

Deniz turizmi, özellikle toplam turizm gelirleri içindeki payı büyük olmasına rağmen, bu güne kadar hak ettiği imkân ve kolaylıklara kavuşamamıştır. Sonuç olarak, Deniz turizminin, rekabet gücünü artıracak tüm bürokratik engeller ortadan kaldırılmalıdır.

Bu bağlamda;

Türkiye'ye giriş çıkış yapan ya da Türkiye marinalarında konaklayan yabancı bayraklı yatların işlemlerini yapan kurum sayısı azaltılmalıdır. Yapılan kayıt işlemleri sadeleştirilmeli ve kolaylaştırılmalıdır.

Marina yatırımları konusunda, 2634 sayılı yasaya göre görevli ve yetkili Turizm Bakanlığı ile 3396 sayılı Yap-İşlet-Devret yasasına göre, Yüksek Planlama Kurulunca yetkili ve görevli kılınan Ulaştırma Bakanlığı, DLH Genel Müdürlüğü ve Yerel Yönetimler adına İçişleri Bakanlığı bir araya gelerek yat limanı yapımı konusundaki mevcut yetki dağılımına ve Yap-İşlet-Devret modelindeki kira ve kira şartlarına uygun bir belgelendirme gerçekleştirilmelidir.

Yabancı bayraklı yatların giriş çıkış koşulları kolaylaştırılmalıdır.

Akdeniz'in halâ en temiz kıyılarına sahip olunmasına rağmen, Türkiye'nin denizleri hızla kirlenmektedir. Bunun önlenmesi için tüm yasal tedbirler bir an önce alınmalıdır. Şöyle ki; tekneler, mutlaka onaylanmış bir projeye göre imal edilmeli, mevcut teknelerin atıkları için sistemler geliştirilmeli, belediyeler tekne hareketleriyle ortaya çıkacak atıksuların defedileceği tesisleri oluşturmalı, ciddi ve etkin bir denetim mekanizması geliştirilmelidir.

Yat turizmine hizmet eden koylarda balık çiftlikleri kurulmasına izin verilmemeli, balık çiftliklerinin karaya alınması ve yapay dalyanların inşası ile açık deniz balık yetiştiriciliği teşvik edilmelidir.

Yerli ve yabancı turistlerin tüketici haklarını koruyucu yasal düzenlemeler bir an önce hayata geçirilmelidir.

Sigorta müessesesinin turizm sektöründe yaygın olarak kullanılması sağlanmalıdır.

Turizm yörelerindeki idari yapılanma, özellikle yerel yönetim birimlerinin yapılanması gözden geçirilmeli, Turizm yörelerine özgü belediyecilik esasları yasa ile belirlenmeli, bu yörelerde görev yapacak mülki idare amirleri ile yerel yöneticilerin turizm formasyonuna sahip olmaları gözetilmelidir.

-Yerli ve yabancı özürülülerin de turizm etkinliklerine katılabilmeleri için gerekli olan fiziksel düzenlemelerin tüm konaklama, yeme, içme ve eğlence tesislerine yaygınlaştırılması gereklidir.

- Nitelikler yönetmeliği, işletmelerde özürülülere yönelik yapılması gereken düzenlemelere ilişkin kuralları belirlemiş olmasına rağmen, uygulamada bu kurallara uyulmadığı bilinmektedir. Bu alandaki denetimler artırılmalıdır. Ayrıca havayolu, karayolu, denizyolu ve demiryolu ulaşımında yapılacak düzenlemelerle özürülülerin de turizm faaliyetine katılmaları teşvik edilmelidir.

VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU

AVRUPA BİRLİĞİ İLE İLİŞKİLER ALT KOMİSYON RAPORU

GİRİŞ:

Avrupa Ekonomik Topluluğunu kurmak üzere, 1 Ocak 1958 tarihinde yürürlüğe giren Roma Anlaşmasında üye ülkelerin ekonomik yapılarını birbirine yakınlaştırmak amacı ile,

1. Malların serbest dolaşımı,
2. Kişilerin serbest dolaşımı,
3. Hizmetlerin serbest dolaşımı,
4. Sermayenin serbest dolaşımı, "dört özgürlük" olarak sıralanmıştır.

Roma Anlaşmasının Amsterdam Antlaşması ile değiştirilen 49-55.maddelerinde bahsi geçen "Hizmetlerin Serbest Edimi", uygulamada, "gerçek ya da tüzel kişilerin, ikâmet etmedikleri bir başka üye ülke sınırları içinde endüstri, ticaret ve diğer serbest meslek konularında bir bedel karşılığında, geçici olarak hizmet yapma ve tekrar ikâmet ettikleri ülkeye dönmeleri" ile ilgilidir. Bu genel uygulamaya istisna olarak, Avrupa birliği Konseyi üye ülkelere, "kamu düzeni, kamu güvenliği ve kamu sağlığı gerekçeleri ile kısıtlamalar belirleme ve bunları bildirme" yükümlülüğü getirmiştir.

Türkiye-AB ilişkilerinde, hizmetlerin serbest dolaşım düzenlemesi, tarafların dışişleri bakanlarından oluşan ve "oy birliği" ile karar alan Ortaklık Konseyine verilmiştir. Türkiye ile AB arasında Gümrük Birliği'nin kurulmasına ilişkin Ortaklık Konseyi Kararı'nın 1 Ocak 1996 tarihinde yürürlüğe girmesinden sonra, bu konuda herhangi bir düzenleme yapılmamıştır.

1999 yılı Aralık ayında Helsinki'de yapılan Devlet ve Hükümet Başkanları doruk toplantısında alınan "Türkiye'nin Avrupa Birliği Üyeliğine Adaylığı" kararı ile, hizmetlerin serbest dolaşımının, yerleşme hakkı ile birlikte hukuksal düzenlemelere bağlanabilmesi mümkün olacaktır.

Bu bağlamda, Türk Turizm Sektörü mensupları AB ülkelerinde, o ülke uyrukları ile eşit hak ve yükümlülüklerde etkinlik sürdürebileceklerdir. Doğal olarak, buna karşılık, AB ülkelerinde yerleşik gerçek ve tüzel kişiler de Türkiye'de yerli turizm işletmeleri ile eşit koşullar altında hizmet verebileceklerdir.

AVRUPA BİRLİĞİNDE TURİZM POLİTİKALARI

Turizmin çok sektörlü yapısı ve birçok disipline bağlı olma özelliği, Avrupa Birliği içerisinde ortak bir turizm politikasının oluşturulmasında zorluklar yaratmaktadır. 80'li yıllardan bu yana, Birliğin, turizme yönelik olarak geliştirmeye çalıştığı politikalar 6 madde çerçevesinde önem kazanmaktadır:

1. Birlik içinde turizme destek olmak,
2. Turizmin mevsimlik ve bölgesel dağılımını saptamak,

3. Birliğin mali kaynaklarından daha iyi yararlanmak,
4. Turizm sektöründe çalışma koşullarını iyileştirmek,
5. Turistlerin daha iyi bilgilendirilmesini ve korunmasını sağlamak,
6. Turizm konusunda sektörün bilincini yükseltmek ve sektörün sorunları ile ilgili incelemeleri, araştırmaları artırmak.

Yukarıda belirtilen 6 madde çerçevesinde, Temmuz 1992'de Avrupa Konseyi'nin "Turizm Eylem Planı"nı onaylamasından sonra, bazı faaliyetlere öncelik verilmiştir.

Bu faaliyetleri şöylece özetleyebiliriz:

- Az gelişmiş yörelere doğru turist akımının yaygınlaşması,
- Yeni gelişmiş bölgelerde altyapı düzenlemeleri
- Çevrenin korunması
- Halkın kültür düzeyinin yükseltilmesi,
- Doğaya dönüş arzusunun özendirilmesi,
- Gelişen bölgelerdeki kültürel ve sanatsal değerlerin restorasyonu,
- Kültür, kırsal, gençlik, sosyal turizmi geliştirme projeleri,
- Tatillerin yıllık zaman dilimlerine yayılması,
- Turizm istatistikleri hakkında sağlıklı veriler elde edilmesi,
- Mesleki eğitim ve staj imkanları.

Turizm Eylem Planında yer alan faaliyetler 1995 yılı sonunda tamamlanmıştır. 1995-96 yıllarında, ele alınan programlarda, Turizmin Avrupa kimliği oluşturulması açısından anahtar rolü oynaması, KOBİ'lerin desteklenmesi, yapısal ve bölgesel fonlar vasıtası ile teşviklerin artması üzerinde durulmuştur.

Avrupa Birliğini teşkil eden ülkelerde turizm sektöründe halen toplam 9 milyon kişi istihdam edilmekte ve sektörün 2010 yılına kadar 2.2-3.3 milyon ilâve iş yaratması beklenmektedir.

Halen, AB içinde, çoğu KOBİ niteliğinde, 2 milyon şirket Turizm sektöründe faaliyet göstermektedir. Turizm, Gayri Safi Birlik Hasılası içinde %5.5'luk paya sahip olup, toplam istihdamın %6'sını, hizmet ihracatının ise %30'unu oluşturmaktadır.

Avrupa Komisyonu'nun turizmden sorumlu birimi, 1998 çalışma programında önceliği, topluluğun hedeflerine ulaşmasında katkıları olacağını düşündükleri, rekabet ve hizmet kalitesinin artırılması konularına vermiştir. Komisyon tarafından hazırlattırılan "Turizm ve İstihdam Konusunda Tavsiyeler" adlı raporda, Turizmin AB politikalarının gerçekleştirilmesine katkıları ve bunlardan en iyi şekilde yararlanılmasının yanı sıra, Avrupa'nın oluşumu için turizmin katkıları (istihdam ve gelir kaynağı olarak Avrupa bölgelerinin bütünleşmesine, doğal ve kültürel zenginliklerinin değerlendirilmesine katkıları) yanında, AB sürecindeki bazı gelişmelerin de turizm için önemli imkânlar yarattığı, bunların arasında, nüfusun yaşlanması, (önceki kuşaklardan daha fazla tüketim gücüne sahip), Euro'nun uygulamaya girişi, ulaşımda serbesti ve ulaşım ağlarındaki gelişmeler, tek pazarın daha etkin işlemesi, bilgi toplumunda yeni teknolojilerin ve bilgi kaynaklarının sunduğu imkânların çoğalması, tüm bunların turizmle

ilgili hizmetlere olan talebi ve vatandaşların hareketliliğini arttırmasının geldiği belirtilmektedir.

Avrupa turizminin, sürdürülebilir kalkınma, büyüme ve istihdama katkı potansiyelinin güçlendirilmesi için bütün karar alma düzeylerinde turizmle ilgili konuların dikkate alınmasını sağlamak, turizmle ilgili hizmetlerin modernleştirilmesini ve yeni girişimcilik kültürünü geliştirmek, Avrupa dışı destinasyonların artan rekabetine karşı koyabilmek için gereklidir.

Avrupa Komisyonunun Turizm ve İstihdam konusuna verdiği önem, AB'nin istihdam politikalarının bir sonucudur. Bu alanda da istihdamın artırılması amacıyla, yenilikçi, çevreye saygılı ve sürdürülebilir imkânların değerlendirilmesi, bu güne kadar değerlendirilmemiş ekonomik faaliyet dallarında yeni ve daha iyi işler yaratarak büyümeye yönelik yeni işbirliği ve sinerjiler oluşturulması amaçlanmaktadır.

Turizm sektöründeki istihdam durumu, Avrupa Birliği istihdam stratejisinin şu dört ilkesine uygunluk göstermektedir:

- Girişimciliği geliştirmek,
- İstihdam edilebilirliği arttırmak,
- Uyum teşvik etmek,
- Eşit fırsatları pekiştirmek.

Turizm talebindeki artış eğilimleri, pazara giriş ve yeni pazarlar bulma ve yaratma imkanları, 2000 yılı GATS görüşmelerinin yaratacağı yeni yatırım ve ticaret imkânları, turizmin esnek istihdam koşullarının gençler ve kadınların işe girişine imkân vermesi gibi hususlar, Turizmin, Avrupa istihdam politikasının geliştirilmesinde etkin bir rol üstleneceğini göstermektedir.

AB'nin 1994-99 döneminde Turizmin gelişmesine, Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu kapsamındaki yapısal fonlar yoluyla yaptığı 4.7 milyar Euro'luk mali katkı, bu sektörün ekonomik faaliyetlerdeki yönlendirici gücünü ortaya koymaktadır. Ancak, sürdürülebilir Turizm Stratejisinin daha geniş bir ekonomik perspektife yerleştirilmesi gerekmektedir. Bu da, Turizm alanında eşgüdüm ve danışma çerçevesinin oluşturulması ve bilgilerin derlenip paylaşılması yoluyla olacaktır. Öte yandan, günümüzün yadsınamaz bir gerçeği olan teknolojik gelişmeler, özellikle "bilgi edinme, işleme, analiz, depolama, araştırma, yayma ve uygulamasında kullanılan bilgisayar ve iletişim mekanizmaları"nın içeren enformasyon teknolojileri içindeki gelişmeler AB'nin de gündemine girmiş bulunmaktadır.

Avrupa birliğindeki 1.3 milyon otel ve lokantanın %96'sını, 9 kişiden az işçi çalıştıran işletmeler oluşturmaktadır. Bu işletmelerin karşısında genel olarak;

- Ürün geliştirme ve seçkinleştirmenin piyasa'ya enformasyon teknolojisine dayalı olarak girme koşuluna bağlı kalması,
- Otel ve diğer seyahat hizmetleri sunucularının rekabeti,
- Tur operatörlerine aşırı bağlı olma,
- Yatırım boşluğu ve fon yetersizliği sorunları bulunmaktadır.

Otel endüstrisindeki küçük ve orta boy işletmeler, şimdi bilgisayarlı rezervasyon sistemleri ve küresel dağıtım sistemleri gibi enformasyon teknolojilerinin bütünleştirdiği uluslararası otel zincirlerinin, ölü sezon promosyonu, özel şirket fiyatları, diğer iskontolar, sadık müşteri programları, hizmet kalitesi güvencesi sistemleri gibi pazarlama mekanizmalarına imkân veren sıkı rekabet yöntemleri ile başa çıkmak zorundadır. Paket turlar, uzun mesafeli seyahatte önemini koruyacak gibi görünmektedir. Kitle turizminin yerini, tur operatörleri ile küçük ve orta ölçekli işletmeler arasında pazarlık koşulu geliştiren bir tür "ısmarlama kitle turizmi" almaktadır. Ancak, pazarlıktaki eşitsizlik, küçük otellerin enformasyon teknolojilerinde yetersizliklerinden kaynaklanan piyasaya giriş düzensizliğinde daha da etkili olmaktadır. Buna karşılık, küçük işletmelerin de şu rekabet avantajları bulunmaktadır:

- Yerel nitelikli ürün ve hizmet sunumu, yöresel know-how'a dayalı rekabet gücü,
- Ürün sunum ve müşteri ilişkilerinde uyumluluk,
- Yeni ortaya çıkmış veya çeşitli nedenlerle büyük şirketlerin girmediği piyasa dilimlerinde uzmanlaşabilmek,
- Yerel düzeyde bütünleşme ve işbirliği yoluyla rekabetçi turizm işletmesi haline gelebilme potansiyeli,
- Yerel katılım ve girişimcilik, turist harcamalarının yerel ekonomiye süratle intikali garantisini sağlamaktadır. Küçük işletmeler, anında karar verme, yerinde hizmet sunma, müşterilerin gereksinmelerini özel şekilde karşılama imkânlarına da sahiptirler.

Teknolojiye uyumda bilgi yetersizliği, modası geçmiş yöntemlere bağımlılık, iletişim ağlarına katılma eksikliği gibi engeller aşılsa, küçük işletmeler için yeni enformasyon teknolojileri, tehditten çok fırsat oluşturan stratejik Turizm aracı olarak ortaya çıkacaktır.

Zira bu işletmeler, böylece pazarlık gücünü toptancıdan almakta, hedef piyasa ile, interaktif iletişim kurabilmektedir. Küçük ve orta boy işletmeler, enformasyon teknolojileri sayesinde, yenilikçilik ve iletişim ağları avantajlarını bir araya getirerek, Turizmde "sanal boyut"u yakalayabileceklerdir. Bu da, aracılardan yardım olmaksızın, en uygun mekanda, en uygun fiyatla, en uygun zamanda, en uygun ürünün sunumu anlamına gelmektedir.

Enformasyon teknolojilerinin başarıya en çok katkıda bulunacağı alan, tüketici gereksinmelerinin eksiksiz şekilde belirlenmesi ve bu taleplerle ilgili ayrıntılı ve güncel bilginin kendilerine ulaştırılmasıdır.

Bütün bu gelişmelerin ışığı altında, tüm ekonomik faaliyetler gibi turizmi de çok yakından ilgilendiren elektronik ticarete uyum mevzuatı çalışmaları Avrupa Birliği içinde sürdürülmektedir. Bu teknolojiyi yaygınlaştırma projeleri, güçlü finansal kaynaklarla desteklenmektedir. Yaratılan imkânlardan sadece üye devletler değil, Orta ve Doğu Avrupa ile Akdeniz ülkeleri de yararlanabilmektedir. Amaç, araştırılacak Avrupa enformasyon toplumu sınırlarının geniş tutulmasıdır.

ÖNERİLER

AB turizm politikaları bir evrim geçirmekte ve özellikle Turizm, kültürleri bir araya getiren bir kavram olarak belirtilmektedir. Türkiye turizm açısından, AB ile bütünleşme aşamasında, gerek mevzuat, gerekse örgütlenme açısından ciddi adımlar atmamak zorunluluğundadır.

Turizmle ilgili tüm alanlarda AB politikalarının bütünüyle izlenmesi ve ilgili tüm mevzuatta uyum sürecine bir an önce girilmesi gereklidir.

Bu uyum sürecinde Türkiye şu faktörleri göz önünde bulundurmalıdır:

- Açık, uyumlu, istikrarlı bir hükümet stratejisi,
- Rekabet gücü yüksek, gelişen ve değişen tercihleri göz önünde bulunduran, tutarlı turistik ürünler,
- Turizme merkezi hükümetten ciddi miktarda maddi destekler sağlanması,
- Vergi teşvikleri sağlanması (düşük KDV gibi),
- Turizm ürünlerinin geliştirilmesi için AB'den sağlanacak fonların ve mali yardımların tutarlı kullanımı,
- Hedefe yönelik, eşgüdümlü, pazarlama politikaları geliştirilebilmesi,
- Turizmin, ulaşım, çevre, yerel yönetimler, vb. diğer alanlardaki politikalarla eşgüdümünün sağlanması,
- Politikaların yürütülebilmesi için uyumlu, yasal yapılanmaların tamamlanması.

Avrupa birliğine aday ülke statüsünü kazanan Türkiye bir yandan topluluğun Turizm politikalarındaki her türlü gelişmeleri dikkatle izlerken öte yandan ekonomik, siyasi ve sosyal alanda ciddi anlamda, reform niteliğinde yasal düzenlemelere girmek zorunluluğundadır.

Bu yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesi, Türkiye'yi 2000'li yıllarda, bölgesinde sorunlardan arınmış, güçlü siyasi ve ekonomik yapısı ile iddialı duruma getirecektir. Özellikle Turizm sektöründe, "kalite", "çevreye uyumlu yatırım" ve "finans desteğine sahip" sektör olarak özetlenebilecek bir yapının oluşturulabilmesi için, bu konuları olumsuz yönde etkileyen tüm etkenleri kaldıran yasal düzenlemelerin bir an evvel çıkarılması, AB ile ilişkiler açısından büyük önem arz etmektedir.

Dinamik koşulların egemen olduğu uluslararası piyasada Turizm Sektörünün hak ettiği avantajları koruması, Hükümetin bu alandaki gelişmeleri yakından izlemesi, kararlı ve sebatlı tutumuyla uyumda geç kalmamasına bağlıdır.

Avrupa Birliği 1.1.1999 tarihinde tek para birimi Euro'yu kabul ederek ekonomik ve parasal birlik sürecini başlatmıştır. Parasal birlik ile, mal, hizmet, sermaye ve işgücünün serbestçe dolaştığı tek pazarın daha güçlü olması beklenmektedir. 2002 yılında tüm ulusal paralar tedavülden kalkacak ve EURO tek para birimi olacaktır. AB ile yoğun ekonomik ilişkiler içinde bulunan, dış ticaretinin ve turizm bağlantılarının çoğunu AB ülkeleri ile gerçekleştiren ve AB ile Gümrük Birliği Antlaşması imzalamış olan Türkiye de bu durumdan ciddi biçimde etkilenecektir. Özellikle turizm ve bankacılık sektörlerinde banka ödemeleri, ödeme araçları,

Euro cinsinden seyahat ve ulusal çekler açısından bazı sıkıntılarla karşılaşılabilir. Euro'nun bu sektörleri olumsuz etkilememesi için, sözleşmelere para biriminin dönüşümüne imkân sağlayan bir madde ilâve edilmesi, dış yatırımlarda Euro'nun dikkate alınması ve sektörün konu hakkında bilgilendirilmesi gerekmektedir. Euro, dolar ve TL hareketleri Türk politika uygulayıcıları tarafından dikkatle izlenmelidir. Birlik içi hareketle liberalleşme konusunda ileri adımlar atılmasının, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere yarar sağlayacağı belirtilmektedir. Ancak, bu olumlu etkiler, ülkede makro ekonomik ve siyasal istikrara, Türk işletmelerinin rekabet gücünü arttırmak için benimseyeceği stratejilere, Euro'nun uygulama politikasına, yayılmasına ve istikrarına bağlıdır. Euro'nun kullanımının yaygınlaşması ile, Turizm açısından Avrupa'da değişim maliyetleri ortadan kalkmakta ve döviz kuru avantajları sonucu oluşan ucuz tatil dönemi sona ermektedir.

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki Gümrük Birliği Ortaklık Konseyi'nde yer alan mevzuat uyumu çerçevesinde, 1994 yılında 4054 sayılı "Rekabetin Önlenmesi Hakkında Kanun" yürürlüğe girmiş ve bu alanda bir takım hukuki değişiklikler yapılmıştır. Ancak, Birliğin mevcut kurallarını temel alarak, Türk rekabet makamlarının yetkilerini ve rollerini belirleme konusundaki çalışmalar halen devam etmektedir. Türkiye'nin rekabet hukukunda alacağı yol, AB ile uyum çalışmalarında yaşamsal bir rol oynayacaktır.

Türk mevzuatında acilen ele alınması gereken konulardan biri de "Tüketicinin Korunması Yasası" dır. 1995 yılında yürürlüğe giren bu yasada paket turlar ve devre mülkle ilgili hükümler bulunmamaktadır. Tüketici kredilerine, seyahat sözleşmelerine, devre mülk tüketici sözleşmelerine yeni düzenlemeler getirilmelidir. Paket tur üreten tüm seyahat işletmeleri turun tüm bölümlerinden ve sözleşmede yer alan unsurlardan sorumlu olmalıdır. Ayrıca, iç turizm açısından da yerli turistlerin sigortalanması ve korunması gereklidir.

AB Turizm politikalarının Türk Turizm mevzuatına yansıtılması ve bu politika hedeflerine yönelik olarak özellikle, araştırma-geliştirme, bilgi teknolojileri, çevre, KOBİ'ler, eğitim, istihdam gibi alanlarda aday ülkelere açık olan teknik ve mali imkânlardan azami düzeyde yararlanmamızı sağlayacak projeler geliştirilmelidir.

AB ile benzer altyapı sistemlerine ve başta ulaşım, enformasyon, çevre olmak üzere standartlara geçiş için hazırlıklar yapılmalıdır.

Trafik güvenliği açısından, araç ve yollarda, AB standartları izlenerek ve kamu taşımacılığında deniz ve demiryolları teşvik edilerek karayollarının yükünün azaltılması gerekmektedir.

AB rekabet hukuku ve bunun AB ülkelerinde uygulamada turizm sektörüne yansımaları izlenmeli, Turizm teşvik kriterleri AB ilkeleri kapsamında uyumlu hale getirilmeli, bölgesel ve mesleki düzeyde turizm ürününün pazarlamasına yönelik faaliyetler için işbirliğini ve rekabet hukukuna aykırı olmayacak birleşmeleri özendirerek mali ve teknik önlemler alınmalıdır.

Avrupa pazarında, turizm sektöründe, önemli mali destek sahibi olan ve giderek artan birleşme eğilimleri göz önüne alındığında, bunların pazarlama sorunları yaşayan bir destinasyon ülkesi olan Türkiye aleyhine sonuçlarının olup olmayacağı izlenmeli, engellenmesi

için, AB rekabet hukuku bağlamında, mekanizmalar ve işleyişler hakkında yeterli bilgi derlenmeli ve bu alandaki hukuk danışmanlık hizmetlerinin geliştirilmesi sağlanmalıdır. Avrupa Adalet Divanı'nın Turizme ilişkin karar ve içtihadları izlenmelidir.

AB sosyal politika ve çalışma hukukunun Turizm sektörüne etkileri (sosyal damping, kalifiye eleman, yabancı istihdam, çalışma saatleri, mevsimsellik, sosyal güvence bakımlarından) irdelenmeli, yerli işgücünün rekabet gücünü artırmaya çalışılmalıdır.

Avrupa Birliği "KOBİ" tanımı dikkate alınarak sektörel bazda yorumlanmalı ve buna uyan turizm işletmelerine (Otel, seyahat acentası, vb) KOBİ statüsü verilmeli, KOBİ konusunu düzenleyen Türk mevzuatının hizmet sektörünü kapsayacak şekilde AB mevzuatına uyumu sağlanmalıdır.

Ulusal meslek örgütlerinin AB düzeyindeki federasyon ve benzeri kurumlar içinde yer almasını engelleyici yasal unsurlar bertaraf edilmelidir.

Turizmde elektronik ticaret uygulaması, sektöre bilgi güvenliği ve güvenilirliğine ve diğer yandan, yasalar karşısında hakların ve yükümlülüklerin paylaşımının kurumsallaşmasına ilişkin etkin ve sürekli eğitim verilmesini gerektirmektedir. Kurumsallaşmanın gerçekleştirilmesinden sorumlu kamu kuruluşları bu eğitim sürecini ivedilikle başlatmalıdır. Elektronik ticaret konusunda, Adalet Bakanlığı ve ilgili tüm kuruluşlar arasında işbirliği öngören "Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu" nun önemli sorumlulukları bulunmaktadır. Konu ile Turizm sektörünün de, öncelikle, yakından ilgilenmesi ve hizmet sunumları ile tüketicilerin gereksinmelerine cevap verecek yasal çerçevenin oluşmasında söz sahibi olması gereklidir.

AB'nin turizmi bölgesel kalkınma farklılıklarını ortadan kaldıracı, gelişme stratejilerinin lokomotifleri olarak ele alan yaklaşımı bağlamında, öncelikle küçük işletmelerin, bilgi toplumuna geçişini özendirici, özellikle Akdeniz ülkelerine yönelik işbirliği projeleri izlenmeli ve bunlar için Avrupa Komisyonu'nca sağlanan finansal destekten yararlanma olanakları değerlendirilmelidir.

**VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI
TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU**

**DENİZ TURİZMİ
ALT KOMİSYON RAPORU**

VIII. BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU DENİZ TURİZMİ VE YATÇILIK ALT KOMİSYON RAPORU

GENEL

Yat turizmi sektörü, 1997/1998 yıllarında 2 Milyar 500 milyon dolar döviz girdisi sağlayarak, ülke ekonomisi içerisinde, sektördeki hızlı gelişmeyi kanıtlamıştır. Bu hızlı gelişmenin temelinde yatan faktörleri kısaca şu şekilde özetlemek mümkündür.

a) 1983 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Yasası ile yabancı bayraklı yatlara 5 yıl süre ile Türkiye’de kalış, Türk karasuları ve limanları arasında, gezi ve spor amacıyla serbestçe çalışma olanağı sağlanarak, uluslararası rekabet ortamı yaratılmıştır.

b) Türkiye kıyılarının iklim özellikleri, temiz bir deniz, tarihi ve doğal zenginlikleri ve doğanın 12 ay kullanılma olanağı,

c) Yat inşaatı ile yatların bakım ve onarımda sektörün geleneksel ustalık ile teknolojiyi birleştirmedeki başarısı ve Yat limanlarında yat ve yatçılara sunulan hizmetlerin çeşitliliği ve kalitesi,

e) Avrupa Birliğinde uygulamaya konulan özel yat vergileri.

Yat turizminde sayısal değerlere bakıldığında, tüm Avrupa’da 800.000 özel ve ticari yat ve Akdeniz çanağında yaklaşık 250.000 yat kapasiteli yat limanları görülmektedir.

Türkiye’de ise turizm belgeli yat yatağı yaklaşık 10 bin olup yaklaşık 5 bin yat yatağı yabancı bayraklı ticari yatlara aittir. Piyasada ise belgesiz yat yatağı sayısı Deniz Ticaret Odası kayıtlarına göre 20 bini aşmış durumdadır.

Avrupa’daki yat sayısındaki artışlar için, Fransız Beneutau yat inşa firmasının 1997 yılı planlanan üretimi 8.000 yat olduğu örneğini vermek yeterli olacaktır.

Tüm kıyılarımızdaki, yat limanlarının toplam kapasitesi ise yaklaşık 10 bin yat civarındadır ve yat turizminin yoğun olarak seyrettiği Bodrum/Antalya rotasında, yat bağlama kapasitesi yaklaşık 3.000 yattır.

Avrupa ülkelerinden kaynaklanan potansiyel için Akdeniz’e kıyısı olan ülkelerde yat turizmi için alt yapı hazırlanmaktadır. Avrupa yatçılarının hedef ülkeleri arasında İspanya, Fransa, İtalya, Slovenya, Hırvatistan, Yunanistan, Türkiye bulunmaktadır. Türkiye halen yukarıda sayılan ülkeler arasında birçok nedenden sonuncu ülke olma özelliğini korumaktadır. Türkiye alacağı önlemlerle Avrupa Pazarı için 1 numaralı yatçılık bölgesi haline gelebilme ve 10 Milyar ABD Doları döviz girdisi yaratma şansına sahiptir.

Ülkemizin sahip olduğu değerlere, yat ve yat limanlarının sayısal verilerine ve Avrupa ve Dünyadaki gelişmelere bakıldığında, Türk yat turizmi sektörünün önümüzdeki yıllarda varması gereken hedef, döviz girdileri açısından 10 Milyar Dolar olarak tespit edilmelidir.

Bu hedefe varmak ve yaşanan kayıpları önlemek için yapılabilecekler aşağıda sıralanmaktadır.

I. BÖLÜM: KISA VADEDE YAPILMASI GEREKLİ İŞLER:

YAT LİMANLARI (MARİNALAR)

1) Yat Limanları Fiziki Planması

Turizm Bakanlığı, sektör ve ilgili kamu kurumlarının işbirliğinde yürütülen "Yat Turizmi Fiziksel Planı" (Yat Turizmi Master Plan) çalışmalarının birinci öncelikli yöresi olan Bodrum-Kaş arasında kaynak tespiti ve alternatif noktaların tespiti ile mekansal dağılımına ilişkin çalışmaları tamamlamıştır. Fiziki çalışmaların bundan sonraki aşamasında, tüm deniz ve kıyıları kapsayan plan çalışması kısa bir sürede başlatılarak tamamlanmalı ve yapılan planlamaya göre öncelikli yatırım alanları belirlenmelidir.

Turizm Bakanlığı ve sektör işbirliğinde hazırlanan bu plan, Bayındırlık ve İskan, Ulaştırma, Çevre Bakanlıkları ile Denizcilik Müsteşarlığı'nın da katılımı ile oluşturulacak bir komisyonda tartışılarak İmar yasasına uygun hale getirilerek, yasal sisteme uygun biçimde yürürlüğe konulmalıdır.

Ulaştırma Bakanlığı tarafından yapılacak veya Yüksek Planlama Kurulu Kararları ile yap işlet devret modelinde ihaleye çıkartılacak veya Turizm Bakanlığı tarafından özel sektöre yaptırılacak yeni yat limanları, yer tespitinde ve yapılaşma koşullarında, fiziki plan çalışmalarına ve önceliklerine uyum sağlanarak kaynak israfı önlenmelidir.

2) Yat Limanı Yatırımları

Ülkemizde yat limanlarının yapılmasında, işletilmesinde ve bu alanda yetkilerin kullanılmasında ciddi bir yetki karmaşası mevcuttur.

A) Kamu Tarafından Yapılan Yat Limanları

Ulaştırma Bakanlığı DLH Genel Müdürlüğü tarafından kamu adına yapılacak yat limanlarında turizm politikaları ve yat limanları Fiziki Planları ve öncelikleri dikkate alınmaktadır. Ancak Bütçe müzakereleri sırasında, siyasi bazı tercihlerle öncelikleri olmayan yat limanları DLH programına alınmakta ve böylece öncelikler açısından ciddi kaynak israflarına neden olmaktadır.

Yat limanı yatırımlarının tamamı özel sektör yatırımı olarak belirlenmeli ve devlet öncelikle mevcut balıkçı barınaklarında yaşanmakta olan mülkiyet ve işletme sorunlarına kalıcı bir çözüm getirmeli, gerekli iyileştirme yatırımları yapma politikası belirlemeli ve bu barınaklar da zaman içerisinde özel sektöre devredilmelidir.

Tüm bunların ötesinde devletin; bir taraftan özelleştirme çalışmaları ile bürokrasi içinde işlemez bir hale gelmiş elindeki yatırımlarını özel sektöre devrederken; bir taraftan da yeni

yat limanları yapmasını ve bunlar için genel bütçeden kaynak ayırmasını anlamak mümkün değildir.

DLHİ yatırım programında yer alan tüm yat limanları, yap işlet devret modelinde özel sektöre açılmalı, hatta ihale edilmiş ve inşaatı devam eden yat limanları da mevcut durumları, hak ve borçları ile (Müteahhit ilişkileri) özel sektöre devredilmelidir.

B) Özel Sektör Tarafından Yapılan Yat Limanları

Yat limanları kıyıda ve deniz içinde yapılması zorunlu kıyı tesisleridir. Bu nedenle, kıyıda bir kısım arazi, yatırımcıya ait olsa dahi Kıyı Kanunu tanımında kalan arazi ile dolgu alanlarının ve deniz alanının yatırımcıya tahsisi zorunludur. İşte bu nedenle, Türkiye’de yat limanları özel sektör tarafından iki yoldan yapılmaktadır.

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu hükümleri gereğince, Turizm Bakanlığı tarafından tespit edilen turizm alan ve merkezlerindeki yat limanı yatırımları; aynı yasa ve Kamu Arazilerinin Tahsisi Hakkındaki Yönetmelik hükümleri uyarınca yapılan ihaleler yolu ile özel sektör tarafından yapılmaktadır. Turizm Bakanlığı tarafından yapılan bu ihalelerde, irtifak ve kullanma hakkı süresi 49 yıl olup, irtifak ve kullanma hakkı sözleşmesi düzenlenmekte, bu sözleşmede yatırım tutarı üzerinden belirlenen kira bedeli hazinece tahsil edilmektedir.

Yüksek Planlama Kurulu Kararları uyarınca; 3996 sayılı Yap İşlet Devret Modeli Kanunu hükümleri gereğince, DLH Genel Müdürlüğü tarafından yapılan ihaleler ile özel sektör yat limanı yapabilmektedir. Bu ihalelerde, irtifak ve kullanma hakkı 25 yıl olarak belirlenmekte, imtiyaz sözleşmesi yapılmakta ve kira bedeli, ihale sırasındaki artırmada belirlenerek tahsil etmektedir.

C) Mahalli İdareler Tarafından Yapılan Yat Limanları

Ülkemizin kıyı bandında bulunan yerleşim merkezlerinde mahalli idareler, kendilerine ait taşınmazlar üzerinde yat limanı yatırımları planlamakta veya mevcut balıkçı barınaklarını yat limanı haline getirmeye çalışmaktadır. Bu yatırımları kendi imkanları, uzun süreli kira anlaşmaları veya ortaklıklar kurarak özel sektöre yaptırmaktadırlar. Bu nedenle mahalli idareler tarafından yapılmaya çalışılan yat limanlarının statüsü ayrı ayrı belirlenmektedir. Belediyelere geçici olarak tahsis edilmiş balıkçı barınaklarının envanteri yapılmalı ve barınakların belirlenmiş bölümlerinin yat turizminde kullanılmaya hazır hale getirilmesi koşulu irtifak haklarının belediyelere devredilmesi işlemleri hızlandırılmalı ve belediyelere bu barınakları özel sektöre yap-işlet-devret modelinde tahsis etme veya kiralama yetkisi verilmelidir. Böylece kıyı şeridindeki belediyelerimize yeni bir kaynak da yaratılmış olacaktır.

Açıkça görüldüğü gibi; yat limanlarının yatırımlarının başlangıcı aşamasındaki bu çeşitlilik ve sorunlar, işletme aşamasında sektörü çok ciddi sıkıntılara sokacak haksız bir rekabet ortamı oluşturmaktadır.

3) Yat Çekkek Yerleri

Yat Çekkek Yerleri, yatların kışlamaya alındıkları, bakım ve onarımlarının yapıldığı alt yapılar olup, önemli gelir kaynaklarıdır. Yat Limanlarının yatların bakım onarım amacı ile karaya alındığı sahaları bulunmaktadır ve bu sahalar çekkek yeri kapsamı dışındadırlar. Yatlara sadece karada konaklama ve bakım onarım imkanı sunan tesisler de bulunmaktadır ve bu tesisler çekkek yeri olarak tanımlanmaktadır. Bu tesislerle ilgili yönetmelik çalışmaları halen Denizcilik Müsteşarlığı Tersaneler Genel Müdürlüğü tarafından devam ettirilmektedir. Bir kısmı belgesiz olan bu tesislerin Turizm Bakanlığı tarafından geçici belge kapsamına alınması yada Denizcilik Müsteşarlığı tarafından verilen işletme belgelerinin yetkililerce denetlenmesi acil ve önemlidir.

11.07.1994 tarih ve 1994/26 sayılı Başbakanlık genelgesi doğrultusunda, Başbakanlık Baş Müşavirliği başkanlığında kurulan Deniz ve Yat Turizmi Yürütme Kurulu'nun 24.05.1995 tarihli toplantısında çekkek yerlerinin Denizcilik Müsteşarlığı'nca belgelendirilmesi kararlaştırılmışsa da, çalışmalar bugüne kadar tamamlanamamıştır.

4) Yat Limanı Yatırımlarında Bürokratik İşlemler

Türkiye'de bir yat limanı yapmak için ilgili kamu kurumları arasında 27.11.1995 tarihinde imzalanan "YATIRIMCILAR TARAFINDAN YAPILACAK KIYI YAPILARINDA UYGULANACAK PROSEDÜR" gereğince; 3830/3621 sayılı Kıyı Kanunu ve Yönetmeliği, 3194 sayılı İmar Kanunu, 618 sayılı Limanlar Kanunu, 3348 sayılı Ulaştırma Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun, 2872 sayılı Çevre Kanunu ve Değişiklikleri ve ÇED Yönetmeliği, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ve Yat Turizmi Yönetmeliği, 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu, 383 sayılı Özel Çevre Koruma Kurumu Kuruluş Kanunu ve yatırım alanının ilgisine göre, Orman Kanunu, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu gibi yürürlükteki tüm bu kanunlar çerçevesinde, valilikten başlayan ilgili belediye, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, Denizcilik Müsteşarlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Turizm Bakanlığı, Çevre Bakanlığı, Maliye Bakanlığı ve ilgisine göre diğer ilgili kuruluşlardan oluşan bir bürokrasi zinciri içerisinde, yatırımcı birçok kamu kurum ve kuruluşundan izin ve onay almak zorundadır. Bu kurumlardan birisinin izin ve onay vermemesi durumunda, yatırımın yapılabilmesi mümkün değildir.

Plan ve projelerin tasdiki için yaklaşık 4 yıllık bir zaman sürecine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu süreç, yat limanı yatırımlarında caydırıcı bir unsurdur. Acil olarak bu konuda yeni bir düzenleme yapılması gerekmektedir.

ÖNERİLER

A) Yap İşlet Devret Modeli: Yat Limanlarının yapımında 2634 sayılı yasaya göre görevli ve yetkili Turizm Bakanlığı ile, 3396 sayılı Yap İşlet Devret Yasasına göre Yüksek Planlama Kurulu tarafından yetkili ve görevli kılınan Ulaştırma Bakanlığı DLH Genel Müdürlüğü ve Mahalli İdareler adına İçişleri Bakanlığı bir araya gelerek Yat Limanı yapımı konusundaki mevcut yetki dağılımına ve yap işlet devret modelindeki kira ve kira bedeli şartlarına kalıcı bir çözüm getirmeli ve zaman içerisinde doğması muhtemel haksız rekabet ortamını önlemelidir.

B) Yat Limanları Plan Değerlendirme Komisyonu: Yat limanı yatırımlarının plan ve projelerinin yapımı aşamasında uygulanan "KIYI ALANLARINDA YAPILACAK YAPILAR HAKKINDA PROSEDÜR" çerçevesinde ilgili kamu kurumları birbirinden bağımsız bir biçimde hareket etmektedirler. Bu nedenle de kendi kurum politikalarına doğal olarak öncelik vererek, diğer kurumların yatırım karar ve politikalarına konu ile ilgili kurumlarla tartışmadan "önerilen yatırım kurumumuzca uygun görülmemiştir " diyebilmektedirler.

3621 sayılı Kıyı Kanunu'nun 6'ncı maddesi ve uygulama yönetmeliği, kıyıda yapılması zorunlu yat limanlarının uygulama imar planlarına uygun bir biçimde yapılmasına izin vererek uygulama imar planlarının yapılması ve onaylanması aşamasında da ilgili kurumların görüşlerinin alınması hükmünü de getirmiştir. Yasanın bu hükmü doğrudur. İş bölümünün esas olduğu günümüzde elbette ihtisas sahibi kurumlar kıyılarda yapılacak yatırımlar hakkında kendi görüşlerini bildirerek yatırımların insana, çevreye diğer canlılara ve ülke ekonomisine zarar vermemesini sağlamaları esastır. Ancak bir kurumun kendi ihtisas alanını korumak uğruna diğer kurumların politikalarında zarar vermemesi de önem taşır. Kısaca 3621 sayılı Kıyı Kanunu, kıyıda yapılması zorunlu yapılar için ilgili kurumlar arasında bir koordinasyonu önermiştir. Bu koordinasyon doğrudur ancak bu koordinasyonun sağlanması için kamu kurumları arasında uygulamaya konulan "KIYI ALANLARINDA YAPILACAK YAPILAR HAKKINDA PROSEDÜR", tasarlanan amacı ve koordinasyonu sağlamaktan uzaktır.

3621 sayılı Kıyı Kanunu ve uygulama yönetmeliğinde öngörülen, kurumlar arasında tam bir koordinasyonu sağlamak ve kurumların iç kararları ile diğer kurumların politikalarına zarar vermelerini önleyebilmek için YAT LİMANLARI PLAN DEĞERLENDİRME KOMİSYONU kurulmalıdır. Söz konusu yasa ve yönetmelik ilgili kurumların görüşlerinin alınmasını önermiş ancak bu görüşlerin nasıl alınacağı konusunda hiç bir yol göstermemiştir. Nitekim yasa ve yönetmelikte "KIYI ALANLARINDA YAPILACAK YAPILAR HAKKINDA PROSEDÜR" hakkında en küçük bir hüküm bile yoktur. Yasa gereği ilgili kurumlar bir araya gelerek söz konusu prosedürü tespit ederek imza altına almışlardır. Bu uygulamada olduğu gibi ilgili kurumlar bir araya gelerek YAT LİMANLARI PLAN DEĞERLENDİRME KOMİSYONU'nun kurulmasına ve çalışmasına ilişkin esasları da belirleyebilirler.

YAT LİMANLARI PLAN DEĞERLENDİRME KOMİSYONU'na yatırım projelerini tanıtmak, önerilen teklifleri ve değişiklikleri cevaplamak için yatırımcı ve sektör kuruluşunun da katılımı gerekli ve yararlı olacaktır.

Burada önerilen YAT LİMANLARI PLAN DEĞERLENDİRME KOMİSYONU'nun yat limanları uygulama imar planlarını onama yetkisi ile donatılması ve yasalarla kurumlara verilmiş yetkilerle donatılması değildir. Bu komisyonun görevi, Kıyı Yasasında öngörülen görüşlerin bir bütünlük ve doğru bir biçimde alınmasını sağlamaktır. Proje, komisyonda tartışılır, ilgili kurumlar kendi politikaları açısından görüşlerini belirtir ve komisyon yatırımın yapılmasına veya yapılmamasına karar verir. Komisyon tarafından yatırımın yapılmasına karar verilmesi halinde komisyon kararı ile birlikte yatırım plan ve projeleri yetkili kurumlara gönderilerek bu kurumlarca komisyon kararı esas alınarak ve gerekçe gösterilerek plan ve projeler onaylanır.

YAT İŞLETMECİLİĞİ

1) Türk Bayraklı Yat İşletmeleri

2634 sayılı yasanın Kabotaj Kanunu'na getirdiği bir istisna ile yabancı bayraklı yatların, ülkemiz liman ve karasularında, turizm hizmet ticaretinde, gezi ve spor amacıyla serbestçe çalışmaya başlamaları, bu sektörde çalışan Türk bayraklı yat işletmelerimizi bir anda uluslararası bir rekabet ortamına itmiş ve bu rekabet koşulları, sektördeki tüm olumsuzluklara rağmen olumlu ve hızlı gelişmelere neden olmuştur.

Bu gelişme yat inşa ve yan sanayilerini etkilemiş, lüks yatlar inşa edilmeye başlanmış ve Türkiye artık Avrupa ve Amerika'ya yat ihraç edebilen bir ülke konumuna gelmiştir.

Bu gelişmeler sonucu, Atatürk'ün yatı SAVARONA, Türk yat inşa işçisinin becerisiyle onarılmış ve halen dünyanın en güzel mega yatı ünvanına sahip olmuştur. Savarona, Türk Bayrağını haklı bir onur ve gururla dünya denizlerinde taşımaktadır. Sektördeki bazı işletmelerimiz, Türkiye'de yaz mevsiminin sona ermesi üzerine, yatlarını daha sıcak denizlere taşımakta ve (Mısır, Karaip adaları vb) yılın 12 ayında çalışma ortamı yaratarak, ülkemize yeni döviz gelirleri sağlamaktadır.

Ancak; Turizm Yat İşletme belgesinin teşvik dışında sektöre bir yarar sağlamaması, teşvik sistemindeki değişiklikler, sistemin önemli ölçüde geç işlemesi, süratle belgesiz yat ve işletmelerin çoğalmasına neden olmuştur. Bugün ülkemizde 20.000 yatak kapasiteli belgesiz yat bulunduğu bilinmektedir. Belgesiz yat işletmeleri, liman giriş ve çıkışları dışında ürettikleri turizm hizmetleri açısından hiç bir denetime tabi olmadıkları için, sektörde ciddi bir haksız rekabet ortamı yaratmaktadır.

Sektördeki bu gelişmeler, talep doğrultusunda, belli rotalarda birer haftalık programlar düzenlenmesini zorunlu kılmış, bu uygulamaya göre, programlara katılmak isteyen kişilere kamara satışını gündeme getirmiştir. Çok doğal olarak bu gelişme yat inşaatını da etkilemiş ve 18 kamaralı 36 yolcu kapasiteli yatlar inşa edilmeye başlanmıştır.

2) Yabancı Bayraklı Ticari Yatlar

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ve Yat Turizmi Yönetmeliği'nin 19'ncü maddesi, Türk yat işletmelerine, yabancı bayraklı yatları 5 yıla kadar kiralama imkanı getirmiştir. Ayrıca aynı yönetmeliğin 21'nci maddesi, en az 60 yatak kapasiteli yatlarını Türkiye'de bulundurmak ve bir Türk yat işletmesini temsilci tayin etmek koşulu ile yabancı yat işletmelerinin ülkemiz karasuları ve limanlarında gezi ve spor amacıyla serbestçe çalışmalarına izin vermiştir. Yat Turizmi Yönetmeliği kapsamında, Turizm Bakanlığı'nca pek çok yabancı bayraklı yata işletme belgesi verilmiş olup, söz konusu yatların yatak kapasiteleri 4.000'e ulaşmıştır. Bu tip işletmelerin merkezleri ve pazarlamaları Türkiye dışında bulunduğundan, bu ticari faaliyetlerinden doğan vergiler de doğal olarak kendi ülkelerinde ödenmektedir.

3) Yabancı Bayraklı Özel Yatlar

2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ve Yat Turizm Yönetmeliği, yabancı bayraklı özel yatlara 5 yıl süre ile Türk karasuları ve limanlarında kalma imkanı tanımıştır. Sektör tespitlerine göre ülkemiz karasuları ve yat limanlarında, ortalama 3.000 yabancı bayraklı yat kalmaktadır. Ülkemizde kışlayan yabancı bayraklı bir yatın bu süre zarfında ortalama harcaması toplam 25.000 ABD Doları civarında gerçekleşmektedir.

Akdeniz çanağında; bu alandaki gelişmeler sektör tarafından devamlı izlenmekte ve ülkelerin aldıkları teşvik kararları kamuya duyurulmaktadır. Ancak kamu bu konuda gerekli önlemleri zamanında alamadığı ve bu çanakta sektörü destekleyici rekabet ortamının yaratılmadığı bir gerçektir.

Gümrük Müsteşarlığı, bu konuda önemli bir adım atarak, Milli Güvenlik Kurulu tavsiye kararları ve sektörün talebi doğrultusunda, 1994 yılında özel şahıslara ait yabancı bayraklı yatlara transit yakıt verilebilmesi imkanı yaratmışsa da, bürokratik işlemler ve yabancı şirketlere ait yabancı bayraklı özel yatların, kapsam dışı bırakılmış olması, amaçlanan hedefin gerçekleşmesini engellemiştir.

4) Yat Turizm İşletmeciliğinde Bürokratik İşlemler

a) Yatların Türkiye'ye Hudut Giriş Çıkış Ve Liman İşlemleri

Bir yatın Türkiye'ye giriş veya çıkış yapması halinde, gerekli işlemlerin tamamlanması için, Bakanlar Kurulu kararı ile deniz hudut kapısı ilan edilmiş limanlarda Gümrük, Gümrük Muhafaza, Pasaport Polisi, Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürlüğü ve Liman Başkanlığı'nın onaylarının alınması gerekmektedir. Ancak, söz konusu kamu otoritelerinin bu yörelerde değişik mekanlarda bulunması, ve Avrupa Birliği uygulamalarına ve Liman otoritesi kavramına aykırı olarak yatçıların 5 kamu otoritesine uğramak ve onay almak ve bu kurumlara çeşitli isimler altında küçük miktarlarda (50 groston kadar 50 ila 200 ABD doları) para ödemek zorunda bulunmaları ciddi sıkıntılara ve şikayetlere neden olmaktadır.

b) Kılavuz , Romorkör Ve Bağlama Ücretleri

Liman yönetmeliğine sahip limanlarımızda (Marmaris, Kuşadası, Mersin gibi) liman sahasına giren 150 groston ve üstündeki yatlardan, TDİ (Türkiye Denizcilik İşletmeleri) ve TCDD işletmelerince kılavuz, römorkör ve rıhtım bağlama ücretleri adında, toplam 384 dolar ücret tahsil edilmektedir. Bu ücret, yat özel sektör tarafından işletilen ve TDİ ile hiç bir ilişkisi bulunmayan yat limanına girse dahi, bu kurumların tekel sahasına girdiği gerekçesiyle, tahsil edilmektedir. Hatta yat limanı içinde yapılan bağlanma iskelesi değişikliklerinde dahi tahsil edilmektedir.

Bu limanlarda Kılavuz ve Römorkör dahi bulundurulmadan ve hiç bir hizmet verilmeden, sözde verilen hizmetlerin ücretlerinin tahsilini hiç bir gerekçe haklı kılamamaktadır.

ÖNERİLER:

a) Yat Turizm Yönetmeliği Tümü İtibariyle Gözden Geçirilerek Güncel Hale Getirilmelidir: 1983 yılında yürürlüğe giren yat turizm yönetmeliği tamamen gözden geçirilerek güncel hale getirilmeli ve sektörün ve kamunun tüm ihtiyaçlarına cevap verir nitelikte olmalıdır. Sektörün bu konudaki teklifi hazır ve Turizm Bakanlığına sunulmuştur.

Yabancı yatların ülkemize girişlerinde işlem yapan 5 kamu biriminin 2'ye indirilmesi bir gerekliliktir. Mevcut 5 otorite ile yapılan işlemler ilave güvenlik sağlamamaktadır. Avrupa ülkeleri karasularında serbest dolaşma hakkına sahip Avrupa çıkışlı yat sahipleri, ülkemiz limanlarına girişte çok yoğun bir bürokrasi ile karşılaşmaktadır. Ülkemiz deniz turizmine zarar veren ve pratikte ülkeye güvenlik ya da kaçakçılığı önlemek gibi konularda hiç fayda sağlamayan bu işlemlerin iptal edilmesi zamanı gelmiştir.

b) Yat İşletme Belgesi Zorunlu Hale Getirilmelidir: 2634 sayılı kanun ve Yat Turizmi Yönetmeliği, yat işletmeciliğinde belge almak zorunluluğunu getirmiştir. Belgesiz Yat İşletmelerinin Turizm Bakanlığı denetimi dışında varlıklarını sürdürmeleri sektörde ciddi bir haksız rekabet ortamı yaratmakta ayrıca bunlar tarafından denetim dışında üretilen turizm hizmetleri ülkemizin dış pazarlardaki turizm imajına ciddi zararlar vermektedir.

c) Yatların Nitelikleri Belirlenmelidir: Turizm Bakanlığı tarafından turizm hizmet ticaretinde kullanılan yatların nitelikleri acilen belirlenmeli ve niteliklerine uygun birer plaket verilerek, plaketsiz yatların liman çıkışlarının yasaklanması sağlanmalıdır.

d) Turizm İşletmeleri İharacaatçı Sayılmalıdır: 2634 sayılı yasa belgeli işletmeleri ihracatçı kabul etmiş ancak yasanın bu hükmü bugüne kadar yürürlüğe konulmamış ve sektör yasa açısından ihracatçı olmasına rağmen uygulamada ihracatçı kabul edilmeyerek bu kapsamdaki teşvik tedbirlerinden yararlandırılmamıştır. Özellikle Kış aylarında sıcak denizlere giden ve uluslararası sulara çalışan yat sahibi işletmelerin, söz konusu hizmetlerinin de ihracat kapsamında değerlendirilerek teşviki sektöre büyük yarar sağlayacaktır.

e) Yabancı Bayraklı Yat İşletmelerinin Vergi Düzenlemesi: Yabancı bayraklı yat işletmeciliğinde vergi ve KDV kayıpları, vergi hukukunda uluslararası müteakabiliyet kuralları çerçevesinde yapılacak çalışmalarla önlenmeli, ancak bu çalışma sırasında uluslararası rekabet koşulları mutlaka değerlendirilmelidir.

f) Yabancı Bayraklı Özel Yatlara Türk Bayrağı Çekme İzni: Yabancı bayraklı özel yatlara da, 2634 sayılı yasa hükümleri dikkate alınarak Türk Bayrağı çekme izni verilmelidir. Böyle bir uygulama ile ekonomiye katkı sağlanacağı gibi, bayrağımızın dünya denizlerinde gururla dalgalanması ve ülkemizin tanıtılması sağlanacaktır.

g) Yatların Hudut Giriş Ve Çıkış İşlemleri Bilgi İletişim Sistemi: Yatların hudut giriş-çıkış ve liman işlemleri için bilgi iletişim ağı kurulmalıdır. Böyle bir sistemin planlanması yatçılık sektörü tarafından yapılmıştır. Bu planlanan sistemde, ilgili tüm kamu kurumları yasalardan doğan yetkilerini kullanabilecek, bilgi ve belge toplama imkanları olacaktır. Sistem, Liman

Başkanlıkları'nca yönetileceğinden, yatçılar sadece Liman Başkanlıkları'na uğrayarak tüm işlemlerini tamamlayacaktır. Ortalama 2 milyon ABD dolarlık bir yatırım gerektiren söz konusu sistem, kamu kaynakları kullanılmadan yap-işlet-devret modeli ile yapılabilir.

Bu sistemin kurulması; Milli Güvenlik Kurulu ve Başbakanlık Baş Müşavirliği Deniz ve Yat Turizmi Yürütme Kurulunun 28.06.1995 tarihli toplantısında aldığı karar doğrultusunda Liman Başkanlarımızı uluslararası standartlarda liman otoritesi haline de getirecektir.

h) Kılavuz , Romorkör Ve Bağlama Ücretleri: Türkiye Denizcilik İşletmeleri tarafından hizmet üretmeden tahsil edilen ücretler kaldırılmalıdır.

KRUVAZİYER TURİZM

Dünya turizm olgusu içerisinde son yıllarda en büyük yükselme trendine sahip kruvaziyer turizmde, Türkiye bu niteliklere sahip gemisi olmayan ülke konumundadır. Buna rağmen yabancı bayraklı gemiler ülke kıyılarını ve turistik yöreleri ziyaret etmekte, hatta Türkiye'yi daha ciddi boyutlarda programlarına almak istemektedirler. Ancak, bu gemilerin yaşamları için gerekli alt yapı ülkemiz kıyılarında yok denecek kadar azdır. TDİ ve TCDD tarafından işletilen limanlar verdikleri hizmet ve uygulanan tarifeler açısından uluslararası alanda rekabet edecek düzeyde bulunmamaktadır. TDİ'nin, bu gemilere vermediği ve vermek imkanına sahip olmadığı hizmetlerin bedelini almakta ısrar etmesi, pek çok gemi programlarının iptal edilmesine neden olmakta ve bu nedenle ülke turizmi olumsuz etkilenmektedir.

Kruvaziyer turizm yapan gemilerin yaşayabilmeleri gayesiyle, yaşama yerlerinin, iskelelerin ve bunlarla ilgili gerekli alt yapının süratle tamamlanabilmesi için ülke kıyılarında bu amaçlı fiziki plan süratle tamamlanmalı ve bunların yapımı, yap-işlet-devret modelinde veya diğer alternatif işletme modelleriyle özel sektöre açılmalı ve bu yatırımlar teşvik edilmelidir. Yat Limanlarının bu amaçla yapacakları yatırımların hukuki ve bürokratik alt yapısı oluşturulmalıdır.

Ayrıca bu çalışmalar sırasında, gemi yolcularının sosyal ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik kıyı yapıları inşaatı için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır

GÜNLÜK GEZİ TEKNELERİ

Turizm hareketinin yoğun olduğu bölgelerimizde balıkçı tekneleri de dahil olmak üzere denize elverişlilikleri dışında hiç bir standarda tabi olmayan deniz araçları ile yoğun bir biçimde günlük deniz gezileri düzenlenmektedir. Bu teknelerde can ve mal güvenliği ile ilgili hiç bir sistem mevcut olmadığı gibi, oluşturulmuş hiç bir meslek disiplini de yoktur. Günlük deniz gezisi düzenleyen bu teknelerle ilgili olarak Turizm Bakanlığınca Denizcilik Müsteşarlığı ile koordine edilerek bazı düzenlemeler içeren genelgeler yayınlanmış ise de, yeterli bir düzenleme gelmemiş, ve ülke çapında standardizasyon sağlanamamıştır.

Turizm Bakanlığınca bu konuda yayınlanan genelgeler doğrultusunda, ilgili kamu personelinin, günlük deniz gezileri yapan işletmelerin, disipline edilmesi ve turizm hizmetleri açısından eğitilmeleri için, Turizm Bakanlığı ve Denizcilik Müsteşarlığı'nca ilgili sektör ve bizzat

bu işi meslek edinmiş kişilerin katılımı ile mahallinde süratle eğitim amaçlı toplantılar düzenlenmelidir.

Ayrıca, günlük deniz gezisi yapan teknelerin turizm politikalarımız açısından vasıf, standart ve nitelikleri belirlenmeli ve bu niteliklere sahip teknelere plaket verilerek, plaketi olmayan teknelerin denize çıkışları önlenmelidir. Denizlerimizdeki bu hareketin uluslararası standartta denetimi için Liman Başkanlıklarının imkanları uluslararası standartlara yükseltilmelidir.

SU SPORLARI

Ülkenin turizm yörelerinde turistik tesis önlerinde ve kıyı kentlerinde eğlence ağırlıklı su sporları hızla gelişmektedir. Bu alanda bir sektör disiplini ve gerekli denetim bulunmadığı için ölüm olaylarının yaşanmaya başladığı, tehlikeli bir ortam oluşmak üzeredir.

Örneğin, turizm amaçları ile birleşen tüple dalma kursları kıyı kentlerimizde yaygınlaşmaya başlamıştır. Ancak, ne bu kursları düzenleyen kuruluşların sistemlerinde, ne de kıyı kentleri sağlık merkezlerinde basınç odası yoktur. Bu konuda, Turizm Bakanlığı tarafından, ilgili kamu kuruluşları ve bazı sektör temsilcilerinin görüşleri doğrultusunda "Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği" hazırlanmışsa da bu yönetmelik ihtiyaçlara cevap verecek nitelikte olmadığı gibi çok konuda Denizcilik Müsteşarlığı ve Liman Başkanlıklarının görev ve yetkileri ile çelişkiler içermektedir.

Nitekim Denizcilik Müsteşarlığı bu konuda ayrı bir Talimatname yayımlamış ve böylece görev ve yetki çatışması daha etkin bir hale gelmiştir.

Turizm ve spor amaçlı bu oluşumdan vazgeçebilmek ve yasaklarla önleyebilmek mümkün değildir. Deniz trafiği açısından da tehlikeli bir boyut taşımaya başlayan su sporlarının sağlıklı bir yapıya kavuşturulması, uygulamadaki aksaklıkların giderilmesi açısından, söz konusu yönetmeliğin sektörümüzün ve bizzat bu işi meslek edinmiş kişilerin görüşleri alınarak Turizm Bakanlığı ve Denizcilik Müsteşarlığı tarafından birlikte düzenlenmesi ve yürürlüğe konulması can ve mal güvenliği ve turizm açısından büyük yararlar sağlayacaktır.

AMATÖR YATÇILIK

Geniş bir amatör tabana dayanmayan profesyonellik başarıya ulaşamaz. Bu nedenle Türkiye'de deniz sevgi ve bilincinin yerleştirilmesi ve denizlerden daha fazla ekonomik fayda elde edilebilmesi için, amatör denizciliğin ve yatçılığın gelişmesi sağlanmalıdır. Bugün ülkede amatör yatçılığı engelleyen önemli bir faktör, Türk bayraklı özel yatlardan beygir gücü hesabına göre alınan yat vergileridir. Amatör yatçılık konusunda düzenlenen kurslar, amatör denizciliğimizin gelişmesinde önemli katkılar sağlamıştır.

Yat yarışlarının ulusal ve uluslararası boyutlarda düzenlenmesi ve teşviki amatör yatçılığı geliştirecek, ülkenin deniz ve sularına yayılmasını sağlayacak ve önemli bir tanıtım unsuru olacaktır. Amatör yatçılığın geliştirilmesi için, kıyılarda yat ve yelken kulüplerinin kurulması teşvik edilmeli ve denizde hareket kabiliyetleri ağırlıklı olarak yelkene bağlı ve spor amaçlı

yatlar vergiden muaf tutulmalı, motor yatlardan ise sigorta poliçelerindeki değer üzerinden vergi alınmalıdır.

Yat maliyetleri ve yatların bakım onarım masrafları dikkate alınarak, kişi başı maliyetleri azaltmak, bir yattan tatil ve spor amacıyla pek çok kişinin yararlanmasını sağlamak amacıyla yat kulüplerinin gelişmesi teşvik edilmeli ve devre mülk yat sistemi (çok sahipli yatlar) kurulabilmelidir.

TANITIM

Ülkemiz Deniz Turizminin tanıtımı için yapılan çalışmalar bugüne kadar Turizm Bakanlığı tarafından yönlendirilmiş ve Turizm Bakanlığının kısıtlı kaynakları nedeni ile yeterli çalışma yapılamamıştır.

Tanıtım Planlaması, Deniz Turizmi Birliği temsilcileri ve Turizm Bakanlığı tarafından beraberce yapılmalıdır. Bu ortak çalışma kısıtlı finansman kaynaklarının etkin ve en faydalı bir şekilde kullanılmasını sağlayacaktır.

Tanıtım çalışmalarının finansmanı için sektörün yarattığı fonlar kullanılmalıdır. Yat İşletmelerinden alınan harçlar ve Yat Kayıt belgesi-Transit Log satışlarından elde edilen girdinin bu amaçla kullanılması için yönetmelikte gerekli değişiklik sağlanmalıdır.

DENİZDE CAN VE MAL KURTARMA

Kaza, tüm teknolojik ve bilimsel gelişmelere rağmen insan oğlu var olduğu sürece yaşamda hep var olacaktır. Bu nedenle kazaya kimsenin itirazı yoktur. Ancak Türkiye, dünyanın "Kazadan sonra ne yaptınız?" sorusuna uluslararası standartlarda cevap vermek zorundadır.

Denizde Arama ve Kurtarma Uluslararası Sözleşmesi ile eki ve konferans kararları 20.03.1985 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi'nce kabul edilmiş ve 11.12.1988 tarihinde de "Türk Arama ve Kurtarma Yönetmeliği" yürürlüğe girmişse de bu alanda bugüne kadar bir şey yapılamamıştır. Denizcilik Müsteşarlığı'nca bu konuda başlatılan çalışmaların tamamlanmasında yarar görülmektedir.

Denizde Can ve Mal Emniyetini sağlayacak donanıma, eğitilmiş personele ve araçlara sahip tek kuruluş İçişleri Bakanlığına bağlı bir kurum olarak görev yapan Sahil Güvenlik Komutanlığıdır.

İlgili birimler olarak, Denizcilik Müsteşarlığı, Deniz Polisi, Gümrük Teşkilatı birimleri ile koordineli çalışacak ve tüm bu birimlerde mevcut ancak atıl durumda bulunan araçları kullanılabilir duruma getirecek imkanlara sahip Sahil Güvenlik Komutanlığı, deniz uçakları ve helikopterler ile desteklenerek ve mevcut bot sayılarını artırarak ülke kıyılarında etkin bir kontrol ve güvenlik ağı oluşturabilecektir.

Halen büyük bir çoğunlukla kontrol dışında bulunan kıyıların denetlenmesi yat turizminin gelişmesine olumlu olarak etki yapacaktır.

METEOROLOJİ

Meteoroloji Genel Müdürlüğü çalışmaları, topladığı veriler ve tahminleri ile dünyanın önde gelen meteoroloji kuruluşlarından. Ancak meteoroloji bilgilerini yaymakta ve satmakta yeterli olunmadığı ve Ege denizi kıyılarında bile komşu ülke radyolarının dinlendiği bir gerçektir.

1996 yılında Sektör, Ulaştırma bakanlığı ve Meteoroloji Genel Müdürlüğü arasında yapılan çalışmalar sonucunda Meteoroloji Genel Müdürlüğü ve Turizm Bakanlığı arasında bir protokol imzalanmış ve Meteoroloji raporlarının noktasal özellikleri de içerecek biçimde yat limanlarımız telsiz vericilerinden Türkçe ve İngilizce olarak okunması kararlaştırılmıştır. Ancak bu uygulama, yat limanlarında kullanılan VHF telsizlerinin çıkış güçlerinin artırılmaması nedeniyle henüz başlatılmamıştır.

ÇEVRE

Tarih boyunca beyaz elbise giyen denizci, çevrenin dostu ve koruyucusu olmuşsa da sanayi ve kent yaşamı maalesef denizleri, çöplerinin ve atıklarının deposu olarak görmüştür.

Temiz bir deniz, belki denizin ilk 100 metresini tatil ve yüzmek amacıyla kullanan insanlar için bir keyif sorunudur. Ancak temiz deniz, balıkçısından denizcisine kadar tüm deniz sektörünün ekmeğidir. Bu nedenle denizcilik sektörü için temiz deniz yaşama şartıdır.

Yat turizminde, yatlar içinde üretilen pis suların, sintine suyu ve katı atıkların toplanması amacıyla Başbakanlık, Denizcilik Müsteşarlığı, Deniz Ulaştırması Genel Müdürlüğü başkanlığında ilgili kamu kurumlarının katılımı ile yapılan bir seri toplantı sonunda 23.03.1990 tarih ve 1168 sayı ile alınan karar doğrultusunda, yat turizm sektörü bu kararda belirlenen 31.12.1991 tarihine kadar yatların içersinde pis su toplanma tanklarını yapmışsa da, kıyılarda 01.06.1993 tarihine kadar Çevre Müsteşarlığı'nca yapılmasına karar verilen kabul tesislerinin hiç birisi yapılamamıştır.

Turizm Bakanlığı ve sektör işbirliğinde Haziran 1997 tarihinde işletmelere gönderilen bir yazı ile Türk ve yabancı bayraklı yatların güvertelerinden atık suların alınması için, 01.07.1997 tarihine kadar standart donanımın yaptırılmasının gerektiği bildirilmiştir. Bu çalışmalara paralel olarak Muğla İli pilot bölge seçilmiş ve Turizm Bakanlığınca Muğla Valiliği Özel İdaresi emrine kıyı şehir ve beldelerimizde kabul tesisleri yapılması için kaynak aktarılmıştır. Bu uygulamanın tüm kıyı kentlerimize yayılması ve mutlaka bu sistemin yüzer toplama sistemleri ile desteklenmesi gereklidir.

Bu güzel gelişmeye rağmen kıyılarda meydana gelebilecek bir deniz kazası sonucunda denize yayılan petrol vs. gibi kirleticilerin toplanması konusunda kıyı kentlerimizde yeterli sistemler ve teşkilatlanma yoktur.

Ayrıca, kıyı kentlerimizde ve turistik tesislerimizde oluşturulan biyolojik arıtma sistemlerinde suyun deterjanı arıtılmadan, sulamada kullanmak yerine denize verilmesi, çevreyi korumak adına, yapılmaması gereken bir iştir. Turizm Bakanlığınca 1995 yılında valiliklere gönderilen

yazı ile marinalardaki satış yerlerinde deniz kirliliğine neden olan deterjan tipi kimyasal temizleyicilerin satılmasının önlenmesi istenilmiştir.

Belgesiz yat çekek yerlerinde yatların bakım ve onarımı sırasında çevreyi kirlletici nitelikteki atıkların denize karışmaması için bu yerlerde maksada uygun drenaj sistemlerinin bulunması konusunda Denizcilik Müsteşarlığı çalışmalarının süratle tamamlanması yararlı olacaktır.

Yat limanları fiziki plan çalışmalarında, yeni yapılacak yat limanlarının çevreye duyarlı, koruma ve kullanma dengesi içersinde yapılaşması sağlanmalıdır.

Ancak günümüzde bazı sivil toplum örgütleri, Çevre Bakanlığı ve Doğal ve Tarihi Varlıkları Koruma Kurulları, genelde birbirinden habersiz ve bağımsız bir biçimde kıyılarımızda çeşitli isimler altında koruma kullanma dengesi gözetmeksizin ve sadece yasaklama amacına yönelik koruma bölgeleri oluşturmakta ve kıyıda başka bir alanda yapılması mümkün olmayan yat limanı yatırımlarının yapılması imkansız bir hale gelmektedir.

Yatlar içinde üretilen, pis su, sintine suyu ve katı atıkların toplanması için yüzer ve sabit kabul tesisleri yapılması konusunda Çevre Bakanlığı, Turizm Bakanlığı, Denizcilik Müsteşarlığı ve sektör ile işbirliği yapılmalıdır.

Yat limanlarında satışa sunulacak ve yatlarda kullanılacak doğaya saygılı deterjan üretimi ve ithali teşvik edilmeli ve bu nitelikteki deterjan kutuları üzerine ilgili kuruluşça doğaya saygı anlamını taşıyan damga basılması veya bandrol yapıştırılması sağlanmalıdır. Ayrıca bu nitelikteki deterjanın tüm kıyı kentlerinde de satışı ve kullanımı zorunlu hale getirilmelidir.

Deniz kazaları sonucunda meydana gelebilecek petrol ve diğer kirlletici unsurların deniz ve kıyılara yayılmasını önlemek, muhtemel yangınları söndürebilmek ve en önemlisi bu tip kazalara zamanında ve bilinçli bir biçimde müdahale edebilmek için gerekli tedbirler alınmalı, bu konuda görevli personelin ve halkın eğitimi sağlanmalı ve sivil toplum örgütleri ile yetki ve sorumluluk içeren işbirliği kurulmalıdır.

CEZA UYGULAMALARI

2872 sayılı Çevre Kanunu hükümleri gereğince, pis sularını denize döken yatlara denizi kirllettikleri gerekçesi ile para cezası uygulanmaktadır. Sahil Güvenlik Botları veya uçaklarla havadan yapılan denetimlerde pis sularını döktüğü tespit edilen yata Sahil Güvenlik Botları tarafından 360.000.000.TL. ceza kesilmekte ve kaptandan cezayı ödemesi veya teminat göstermesi istenmektedir. Turizm sektöründe böyle bir uygulama bir yıldır tatil özlemi çeken pek çok insanı sıkıntıya sokmaktadır. Ayrıca, sektörün cezalar dışında ciddi tazminatlar ödemesine, turizm politikalarımızın ciddi zararlar görmesine neden olmaktadır. Bugün tüm insanlık denizin kirlletilmesine kesin biçimde karşıdır ve denizi kirlleten herkes hatasının bedelini ödemek zorundadır.

Yukarıda açıkladığımız, pis su toplama tesislerinin yapılmasının hızlandırılması ve bu tesisler yapıncaya kadar pis suların dökülebileceği açık deniz şartlarının ve koordinatları kamu sektör işbirliğinde belirlenerek, uluslararası yatçılık dünyasına duyurulması yararlı olacaktır .

Yasalara aykırı davrananlar cezalarını ödemek zorundadır. Ancak cezanın tahsili için yatın bağlanması, bu nedenle programları iptal edilen ve bu konuda hiç bir suçu olmayan yolcular açısından kabul edilebilir bir uygulama değildir. Verilen para cezası ilgili kurumca yat bağlanmadan ve gerektiğinde Amme Alacaklarının Tahsili Hakkındaki Kanun hükümleri kapsamında tahsil edilmelidir.

BALIK ÇİFTLİKLERİ

Türkiye kıyılarında kültür balıkçılığı hızla gelişmeye başlamış, yıllık balık üretimi 3.000 tonu aşmış ve ülkemize önemli bir döviz kaynağı yaratılmıştır. 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu'nun 13'ncü maddesi uyarınca, denizde su ürünleri yetiştiriciliği yapacak kişi ve kuruluşların plan ve projeleri, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nca incelenerek Sağlık, seyrüsefer, ülke ekonomisi için teknik ve ilmi bakımdan bir sakınca yoksa, Denizcilik Müsteşarlığı'nın da görüşü alınarak izin verilmektedir. Her yeni oluşum gibi, bu sektörde de ülke çapında bir birlik sağlanamadığını söylemek mümkündür. Tarım Bakanlığı, Turizm Bakanlığı, Denizcilik Müsteşarlığı ve ilgili diğer kamu kurumlarının katılımı ile bu alanda fiziki plan çalışmalarına başlanmıştır. Yat trafiğinin ve balık çiftliklerinin iyi planlanması, mevcut sorunlara çözüm getirecektir.

Bu konudaki fiziki planlama süratle tamamlanmalı, kaçak balık çiftlikleri planlanmış alanlara kaydırılarak yasallaştırılmalı veya kapatılmalı, yasal çiftlikler denizcilik kurallarına göre ışıklandırılmalı ve bunlar kısa sürede seyir ve hidrografi haritalarına işlenmeli ve özellikle kıyı balık çiftlikleri yerine açık deniz ve kara havuzlarında yapılacak balık yetiştiriciliği teşvik edilmelidir.

YAT İNŞAATI

Yat turizmindeki gelişmeler Bodrum, Tuzla ve Karadeniz kıyılarında, genellikle geleneksel yöntemlerle yapılan ahşap yat inşaatını ve buna bağlı yan sektörü etkilemiş ve bu alandaki gelişmelerle Türkiye, Avrupa ve Amerika'ya yat ihraç eder bir ülke konumuna gelmiştir. Ancak bu geleneksel tersaneler sipariş sırasında peşin ödenen meblağ için siparişi veren kişi veya şirkete teminat gösterememekte ve ülke bankacılık sistemi böyle bir teminat vermediğinden sipariş iptal edilmektedir.

Yurt dışına ihraç edilmek koşuluyla yat inşaatlarında, hazine veya bankalarca sipariş bedelinin, anlaşma şartlarında teminatı verecek bankaya yatırılması ve bu bankaca, yat inşaatı kontrol edilerek, yapılan iş kadar kısmı için tersaneye ödenmesi yolunda gerekli düzenleme süratle yapıldığında, hem banka teminatını garantiye almış olacak hem de sipariş sahibi, işinin banka denetiminde yapıldığını görecektir ve Türkiye önemli bir ihracat kaynağına sahip olacaktır.

EĞİTİM

Yat turizmi alanında çalışan veya ihtiyaç duyulan personeli eğitmek üzere hiç bir eğitim kurumu mevcut değildir. Turizm eğitimi veren kurumlarda yat turizminin de eğitim kapsamı içersine alınmasının yararlı olacağı kanısındayız.

Turizm Meslek Yüksek Okullarında ve Turizmle ilgili eğitim veren İşletmecilik Fakültelerinde Yat Turizmi ile ilgili teorik eğitim verilmeli ve öğrencilere pratik olarak Yat Limanlarında veya yat İşletme şirketlerinde staj yapma seçeneği sağlanmalıdır.

Yat inşaatının geliştirilmesi amacıyla geleneksel yapı ile modern teknolojinin birleştirilmesi ve yat ve yat limanlarında çalışacak mürettebat (personel) yetiştirilmesi için Bodrum'da Yat İnşaatı ve Mürettebatı okulu açılmalıdır.

Böyle bir okul açılması için Yüksek Planlama Kurulu'nun 1991 tarihinde almış olduğu bir karar mevcuttur ve ayrıca söz konusu öneri VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda da yer almıştır.

Projeler bölümünde önerilen Bandırma vapuru bir okul gemisi olarak, bu amaçlara ve Atatürk ilke ve prensiplerinin denizlerde yaşatılmasına hizmet edebilir.

Dünya denizlerinde daimi dolaşacak ve ülke gençlerini denizci olarak eğitecek yelken direkli bir eğitim gemisi yapımı sektör tarafından Bodrum'da başlatılmıştır.

TEŞVİKLER

Sektör için yürürlükte bulunan teşvik sistemlerinin 1991 yılından sonra finans ve bürokratik işlemler nedeniyle işlerliğini yitirdiği düşünülmektedir. Bu nedenlerle teşvik sisteminin Yat turizm sektörü için bir bütün olarak ele alınması sektör ve kamu işbirliğinde sektörün uluslararası rekabet gücünü arttıracak biçimde yeniden düzenlenmesi gereklidir.

Yabancı Kaynaklı Kredi Temini: Sektör yatırımlarının ihtiyacı olan kredilerin ihtiyaç sahibi tarafından temini ve temin edilen kredilerin şartı olan teminatların Hazine Müsteşarlığı'nca sağlanması yararlı olacaktır. Yabancı kaynaklı kredilerin Hazine tarafından teminat altına alınması, sektörün ucuz kredi bulmasına imkan sağlayacaktır. Sektörün temin ettiği krediyi yerinde kullanmaması ve ödememesi halinde, Hazinenin uğrayabileceği zararların telafisi önemli bir konudur. Bunun için Hazine tarafından teminat altına alınan krediler, Hazinece belirlenen bankalarda bloke ederek yatırım süresince Hazine, Turizm Bakanlığı ve sektör işbirliğinde kontrollü bir biçimde kullanılabilir. Böyle bir uygulama krediyi veren müesseseyi de koruyacaktır.

Turizm işletmeleri ihracatçı sayılmalıdır. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Yasasının 13'ncü maddesinin 3 fıkrası "Belgeli işletmelerden Bakanlar Kurulunca her yıl belirlenen döviz miktarını sağlayanlar ihracatçı sayılır." açık hükmü bugüne kadar uygulamaya konulmamıştır. Yat turizm sektöründe işletme giderleri içinde yatacın denizdeki hareketini sağlayan yakıt çok ciddi bir yer tutmakta ve maliyetleri etkilemektedir. Bu sektördeki en yakın rakibimiz Yunanistan, Yunan bayraklı ticari yatlarla yabancı bayraklı özel yatlarla transit yakıt vermekte (Litresi 30 Cent), bu nedenle de Yunan bayraklı ticari yatlar sektörde önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu nedenlerle; ülkeye önemli bir döviz girdisi sağlayan Türk Bayraklı Ticari Yatlarla (Özellikle Türkiye'de inşa edilmiş yatlar, Bodrum Guletleri) transit yakıt verilmesi büyük yararlar sağlayacaktır.

Bir yatın yıl içerisindeki programına ve motor gücüne göre tüketileceği yakıt miktarını sektör kuruluşları net biçimde hesaplayabilir durumdadır. Transit yakıt verilmesinde sektör kuruluşlarının belirlemelerine uygun biçimde kota sisteminin uygulanması kötü amaçlı kullanımları da önleyebilecektir.

II. BÖLÜM: ORTA VADEDE YAPILMASI GEREKLİ İŞLER

ULUSLARARASI AÇILIM:

a) Avrupa Birliği ve GATTs

1983 yılında tüm dünya bayraklarına karasularında çalışma izni veren Türkiye'nin bu açılımına paralel olarak özel ve ticari yatların Akdeniz'de ve Avrupa Birliği ülkeleri karasularında GATTs kuralları çerçevesinde serbest dolaşımlarına izin verilmesi konusunda gerekli girişim Dış İşleri, Turizm Bakanlığı ve Denizcilik Müsteşarlığı tarafından başlatılmalıdır.

b) Akdeniz Gezi Eğlence Amaçlı Deniz Araçları Sözleşmesi

2000 yılının Ocak ayında Monaco'da Akdeniz Ülkeleri arasında düzenlenen bir toplantıda, Barcelona Sözleşmesi paralelinde Akdeniz'de Gezi ve Eğlence Amaçlı Deniz Araçlarının Seyrüseferine ilişkin bir anlaşma taslağı hazırlanmıştır. Bu taslak son bir kez daha Akdeniz ülkeleri tarafından değerlendirilecek ve 2000 yılının Kasım ayında Hükümetler nezdinde imzaya açılacaktır.

Bu toplantıya sektörü temsilen Deniz Ticaret Odası ve Maryat katılmış ve Türk tarafı istekleri kabul edilmiştir. Ayrıca merkezi Bodrum olan "Akdeniz Deniz Turizmi Birliği" önerisi gündeme getirilmiştir. Böyle bir birliğin kurulması ve merkezinin Bodrum veya Marmaris olması ülkeye önemli bir prestij sağlayacaktır.

c) Yunanistan ve Türkiye İyi İlişkileri

Yunanistan ve Türkiye arasında başlayan iyi ilişkiler kapsamında Bodrum'da yapılan müşterek bir toplantıda, Ege Denizinde yatların serbest dolaşımı gündeme gelmiş ve öneri Yunan Yatçılarınca kabul edilmiştir. Burada serbest dolaşımdan amaç ticari ve özel yatların Türkiye veya Yunanistan'da birden fazla liman ve adaya uğrayabilmesidir. Bu imkan karşılıklı olarak dünya pazarına yatla Türkiye ve Yunanistanı gezme olanağı sağlayarak talebin artmasına neden olacaktır.

Londra ve Düsseldorf yat fuarlarında Yunanistan ve Türk yatlarında bu amaçlı yat turu satışlarında ciddi talep artışları gözlenmiştir.

d) Karadeniz Ekonomik İşbirliği (Tuna/Ren Kanalı Ve Karadeniz)

Türk turizm sektörü, zaman zaman ülke içi nedenlerden ve uluslararası rekabet koşullarından kaynaklanan dar boğazlar yaşamaktadır. Bu krizleri daha iyi şartlarda aşmanın bir yolu sektörün uluslararası yatırım ve işletmeciliğe açılmasının sağlanması olacaktır.

Tuna/Ren Kanalı Baltık denizini, Avrupa'nın ortasından su yolu ile Karadeniz'e ve İstanbul'a bağlamıştır. 8.000 Mil uzunluğunda olan Amsterdam-İstanbul mesafesi Tuna-Ren nehir yolu ile 3.000 Mile inmiştir. Böylece Kuzey Denizine kıyısı olan ülkelerin (Finlandiya, İsveç, Norveç, Danimarka, Almanya, Hollanda, Belçika) yatları kısa yoldan Karadeniz'e ve dolayısı ile ülkemiz kıyılarına ulaşma şansına sahip olmuşlardır. Bu yeni su yolu ile ilgili çalışma devletler nezdinde ele alınacak bir politika olarak Dışişleri Bakanlığı listesine alınmalıdır.

Tuna/Ren Kanalı ile bu su yoluna egemen ülkeler Türkiye tarafından bir toplantıya davet edilerek, bu su yolunda yatlar için geçiş güvenliği ve statüsü belirlenerek dünya yatçılarında duyurulmalıdır.

e) Arnavutluk Ve Adriyatik Kıyıları

Adriyatik ve Arnavutluk kıyıları, Avrupa'dan Akdeniz'in sıcak sularına inen yatlar için önemli bir geçiş noktasıdır. Adriyatik kıyılarında 16.000 yat bağlama kapasitesinde marinalar mevcuttur.

Bu bölgede daha önce yaşanan sıcak ortamdan kaçan yatlar bölgeye huzur ve güvenin geri gelmiş olması nedeni ile büyük çapta dönüş yapmışlarsa da bölge cazibesini geçici olarak yitirmiştir. Ülkemiz yat turizmi için şans anlamına gelecek bu geçici durumdan faydalanmak için her türlü çaba acil olarak gösterilmelidir.

Arnavutluk kıyılarında ise uluslararası standartlarda bir yat limanı mevcut değildir, bir kaç balıkçı barınağında yatlara hizmet üretilmektedir.

Karadeniz Ekonomik İşbirliği çerçevesinde, Türk yatırımcılarının Arnavutluk kıyılarında bulunan bu barınaklarda yat limanı işletmeciliği yapmaları konusunda gerekli uluslararası işbirliği sağlanmalıdır.

III. BÖLÜM: PROJELER

BANDIRMA VAPURU

Atatürk'ü 19 Mayıs 1919 tarihinde Samsun'a çıkartan ve tarihte önemli bir yeri bulunan Bandırma Vapuru korunamamış ve yok olmuştur.

Türk tersane ve işçileri Bandırma Vapuru'nu yeniden inşa edecek bilgi ve beceriye sahiptir. Bandırma Vapuru, yeniden, aslına sadık kalınarak inşa edilmeli ve yat mürettebatı için bir okul gemisi olarak yaşatılmalıdır.

23 Nisan Çocuk Şenliğine katılan yabancı çocuklar, gençlik dönemlerinde Bandırma Vapuru'na yeniden davet edilerek, çocukluk dönemlerinde kurulan sıcak ilişkinin devamı ve yaşatılması da sağlanarak önemli bir tanıtım olanağı da yaratılmış olacaktır.

DENİZ TURİZMİ BİRLİK KANUNU

5590 sayılı Meslek Odaları Kanununda öngörülen ve Odalar bünyesinde kurulan meslek komiteleri hükmü şahsiyete ve bağımsız bir bütçeye sahip olmadığından ve Dernekler Kanunu statüsünde örgütlenen sektör kuruluşları ise bu kanunun yapısından doğan sıkıntılarla, uluslararası meslek kuruluşlarına katılamamaktadır.

Sektörün uluslararası alanda söz sahibi olabilmesi için, uluslararası standartlarda meslek kuruluşunda örgütlenmesi sağlanarak, uluslararası meslek kuruluşlarına üye olması, toplantılara katılması ve bu kuruluşların yönetimlerinde görev almaları sağlanmalıdır. Bu amaçla Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Deniz Turizmi Birliği Kanunu'nun yürürlüğe girmesi, sektörün ülke içinde ve ülke dışında rekabet gücünü artıracak ve meslek disiplinini sağlayacaktır.

DENİZ TURİZMİ GELİŞTİRME VAKFI

Yat Turizmi Yönetmeliği hükümlerine göre, yat turizmi alt yapı hizmetlerine katılma payı olarak, sektörden yılda yaklaşık 2 Milyon dolar toplanmakta ve bu para Turizmi Geliştirme Fonu'na yatırılmaktadır. 2634 sayılı yasa hükümlerine göre kurulan Turizmi Geliştirme Fonu, fon gelirleri arasında yer almayan bu kaynaktan, fon yasa ve yönetmelik hükümlerine göre de yat turizmi alt yapısı için harcama yapamamaktadır.

Yat Yönetmeliğinde yapılacak değişiklik ile sektörden toplanan alt yapı hizmetlerine katılma paylarının sektör ve kamu işbirliğinde kurulacak, Deniz Turizmi Geliştirme Vakfı'nda toplanması ve alt yapı hizmetlerinin bu vakıf tarafından yapılarak işletilmesi büyük yarar sağlayacak ve sektör kamuya yük olmadan, kendi alt yapısını devletin denetim ve gözetiminde yaparak işletecektir.

DÜNYA KRALLARI YAT YARIŞLARI

2000 yılını karşılamaya hazırlanan dünyamız, bu tarihe 1000'li yıllardan geçerek gelmiştir. 1000'li yıllar medeniyet ve dinlerin Anadolu'dan dünyaya yayıldığı yıllar olup, İstanbul bu yıllarda imparatorlar şehri olarak görev yapmıştır. İşte bu nedenlerle ve Anadolu'nun günümüz medeniyetlerinin ve dinlerin doğmasında üstlendiği görevleri bir kez daha dünyaya anlatabilmek amacıyla, İstanbul'un tarihteki fonksiyonlarına yaraşır bir Dünya Kralları Yat Yarışı düzenlenmeli, kral ve benzeri ünvana sahip kişiler ve yatları bu yarışa davet edilmelidir.

ANADOLU SÖRF VE YELKEN YARIŞLARI

a) Bodrum-Datça-Bozburun Windsörf Yarışı

Dünyada hızla gelişen spor ve turizm faktörünü bir arada taşıyan sörfçüler, rüzgar ve suyun birleştiği bölgelerde odaklanırlar. Ege denizinde, Yunan adaları ile iç içe yaşanan Datça Yarımadası geri kalmış bir yöredir. Bu yöre iklim ve rüzgar yapısı bakımından dünya sörfçüleri için çok önemli bir merkez olma niteliğine sahiptir. Bu nedenlerle; Bodrum'dan başlayıp, Datça yarımadasındaki birbirinden güzel koyları da içersine alacak uluslararası bir sörf rallisi,

bu yöreye büyük bir canlılık getirerek, yörenin sörfçüler için vazgeçilemez özelliklerini dünya sörfçülerine tanıtacaktır.

Bu sörf rallisine Yunanistan'la olan münasebetleri ve Hükümetlerin barışçı tutumlarını da sergilemek amacıyla İstanköy, Simi gibi adalar da dahil edilebilir.

b) Anadolu Yelken ve Windsörf Yarışları

Anadolu'da windsörf yarışı olur mu. Dünyada windsörf sporu ve olgusu özellikle Avrupa'da yeterli rüzgar ve su birleşimi bulunmadığından artık kapalı yüzme havuzlarında yapılmaya başlanmıştır. Bu kapalı alanlarda suni biçimde oluşturulan rüzgar ve su kaynaklarında dünya şampiyonaları düzenlenmektedir.

1995 yılında Türkiye Açık Deniz Yarış Kulübü, Yelken Federasyonu ve sektör işbirliğinde GAP baraj gölünde windsörf ve yelken yarışı düzenlenmiş ve büyük ilgi görmüştür.

Bir hafta veya 10 günlük bir program içerisinde, GAP baraj gölünde, Van gölünde ve çevredeki diğer baraj göllerinde, bir bütün olarak düzenlenecek bir sörf rallisi, deniz sevgisi ve turizmin Anadolu'ya yayılmasında önemli bir rol oynayacaktır.

SEKTÖR TARAFINDAN DÜZENLENEN YAT RALLİLERİ

a) Bodrum Cup

10 yıldır Bodrum'da ahşap yatlar arasında düzenlenen ralliye yüzden fazla Türk ve yabancı bayraklı yat katılmaktadır. Türkiye'de inşa edilen ahşap yatların, yat turizmi sektörünün ve ülkenin tanıtımında büyük katkısı olan bu organizasyon, her yıl Ekim ayının ikinci haftasında gerçekleştirilmektedir.

b) Doğu Akdeniz Yat Rallisi

Cumhurbaşkanlığı himayesinde, yelkenli tekneler arasında sektör tarafından düzenlenen bu ralli, 1989 yılından beri Nisan ayının son haftalarında düzenlenmekte ve 1.600 deniz milik bir rotada İstanbul'dan Mısır'a kadar KKTC, Suriye, Lübnan, İsrail liman ve marinalarına uğramaktadır.

24 Nisan 2000'de İstanbul Ataköy Marinadan start alan bu ralliye 17 ayrı ülke bayrağı taşıyan 110 yat katılmaktadır. Ralli, İskenderun kıyılarında Türk karasularını terk ederek Mısır, Suriye, İsrail kıyı ve limanlarında devam ederek Mısır'da sona erecektir.

c) Karadeniz Yat Rallisi (KAYRA)

Cumhurbaşkanlığı himayesinde Maryat ve yerel belediyeler işbirliğinde, 1999 yılında 3'ncüsü gerçekleştirilen bu organizasyon, 2 Temmuz 1999 tarihinde İstanbul Ataköy Marina'dan start alarak Bulgaristan Romanya Tuna Nehrine kısmen girerek tüm Karadeniz kıyılarını dolaştıktan sonra Hopa'dan Türk karasularına girmiş ve Ataköyde sona ermiştir.

20 ülkeden 100'ün üzerinde yatın müracaatına rağmen Karadeniz kıyılarımızda yat limanı olmaması ve yararlanılan mevcut balıkçı barınaklarının kapasitelerinin ortalama 40 yat çivarında olması nedeniyle ralliye katılacak yat sayısı 40'la sınırlandırılmıştır.

Karadeniz Yat Rallisi KAYRA, yat turizmini Karadeniz kıyılarımıza taşıyacak ve Karadeniz'i tüm dünyaya tanıttak önemli bir görev üslenmiştir.

d) Marmara Yat Rallisi (MAYRA)

10-21 Ağustos 1999 tarihleri arasında Ataköy marina ve sektör tarafından bu yıl ikincisi düzenlenen MAYRA'nın amacı Türk insanına denizi sevdirmek ve dünya yatçılarına ülkemizi ve Marmara kıyılarını tanıtmaktır.

e) Marmaris Yat Haftası

Marmaris yat kulübü ve sektör işbirliğinde bu yıl onbirincisi 07/14 Mayıs 1999 tarihleri arasında 18'ncisi düzenlenen MARMARİS YAT HAFTASI'NA 30 yabancı yat işletmesi ve 45 yabancı bayraklı yat katılmaktadır. Bu yıl Bodrum Yat Kulübü de haftaya katılacak ve hafta sonunda yabancı yat işletmeleri Bodrum'da 2 gün misafir edilecektir.

Marmaris Yat Haftasının amacı Türkiye ve Türk yatçılığını yabancı işletmelere tanıttak ve pazarlama çalışmalarına katkıda bulunmaktır.

f) Yat Fuarları

Son birkaç yıldır İstanbul'da düzenlenen yat fuarları (Boat Show) ülke yat turizmi ile amatör yatçılığa yeni boyutlar kazandıracak niteliktedir. Bu fuarlara Avrupalı yat yapım firmaları ve yat işletmecilerinin yanı sıra Türk yat yapımcıları ve sektörün yan küçük sanayi işletmeleri ve yat işletmeleri katılmaktadır.