

LİBERALLEŞME EĞİMLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Melih Coşgun⁵

Ali Davut Alkan⁶

ÖZET

Turizm bütün dünyada özellikle 1950'li yıllardan sonra sürekli gelişim göstermiş ve günümüzde ülkelere en çok katma değer sağlayan, istihdam yaratan ve döviz getiren endüstrilerden bir olmuştur. Bu kapsamda turizm işletmelerinin yönetimi, elde edilen kazanç ve sağlanan istihdama doğrudan katkı sağlaması bakımından ülkeler için oldukça önemli hale gelmiştir. Bu çalışmada, Türkiye'deki turizm işletmelerinin, 1950 yılından günümüze kadar olan süreçte liberal anlayıştan ne şekilde ve ölçüde etkilendiklerinin tespitine çalışılmıştır. Bu kapsamda öncelikle devletin kalkınma planlarının arından da serbest piyasanın turizm ile ilgili attığı adımlar ve yapılan düzenlemeler ele alınmıştır. Bu süreçte, Türkiye'de özellikle 1980 yılından sonra ekonomik anlamda yaşanan değişim sonrası bir kırılma yaşandığı ve turizm endüstrisinde özel teşebbüs ve dış yatırımcıların mevcudiyetinin arttığı gözlenmiştir. Uluslararası para piyasalarında Türk Lirasının durumunun da Türkiye'nin turizm gelirlerinin değişiminde önemli bir belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Teknoloji ve bilgi alanındaki değişimlerin turizm endüstrisine uygulanabilirliği ve turizm işletmelerinin yönetimine katkıları incelenmiştir. Son olarak turizm işletmelerinde liberal anlayışa paralel gelişen ve değişen hususlara (devlet desteği, vergi kolaylıkları vb.) değinilmiştir. Sonuç olarak Türkiye'deki turizm sektörünün liberalleşme eğilimlerinden etkilendiği ve bu paralelde değişim ve gelişim gösterdiği kanaatine varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Yönetimi, Turizm Sektörü, Liberalizm.

⁵ Dr. Öğr. Üyesi – Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler MYO, Hukuk Bölümü, Adalet Programı, melihcosgun@ohu. edu. tr ORCID: 0000-0003-0017-0600

⁶ Öğretim Görevlisi – Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Özel Güvenlik ve Koruma Programı, alidavutalkan@ohu. edu. tr ORCID: 0000-0002-9463-8683

THE EFFECTS OF LIBERALISATION APPROACH ON TOURISM INDUSTRY: CASE OF TURKEY

ABSTRACT

Tourism has developed continuously all over the world, especially after the 1950s and has become one of the industries that provide the most added-value, create jobs and bring foreign exchange to countries today. In this context, the management of tourism enterprises has become very important for countries in terms of making a direct contribution to the earning and employment provided. In this study, from 1950 tourism in Turkey has attempted to identify in what way they managed the process until today. In this context, firstly the development plans of the state and then the steps taken by the free market regarding tourism and the regulations made were discussed. Turkey, especially after 1980, in this process that there is a break after changes in the economic sense and has been observed to increase the availability of private enterprises and foreign investors in the tourism industry. Status the Turkish Lira in the international markets have also been identified as an important determinant of the change of Turkey's tourism revenues. The applicability of changes in technology and knowledge to the tourism industry and their contribution to the management of tourism enterprises are examined. The applicability of new management techniques to tourism enterprises and the management approaches required by the human-based business structure of tourism enterprises are tried to be determined. Finally, the issues that support the management approaches to be applied in tourism enterprises (government support, tax facilities etc.) are mentioned.

Keywords: Tourism Management, Tourism Sector, Liberalism.

GİRİŞ

Marx'ın önemli ontolojik kabullerinden olan “şimdiye kadarki bütün toplumların tarihi, sınıf mücadelelerinin tarihidir” (Marx ve Engels, 2018: 52) fikri, onun düşün dünyasına yakın bir siyasal örgütlenme biçimi bağlamında ele alınan Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra, liberal literatür tarafından yoğun eleştirilere maruz kalmıştır. Zira Fukuyama'nın “Tarihin Sonu” tezi Marx'ın tarih tanımına atıfta bulunarak yazıldığı an itibarıyla sınıf mücadelesinin, liberal/kapital cenah tarafından kazanıldığını ve bu bağlamda liberalizmin zafere vurgu yapmaktadır. Bahsi geçen süreç, aynı zamanda teorik olarak birlikte hareket ettiği kabul gören liberalizm, kapitalizm ve demokrasinin de ivme kazandığı ve küreselleşmeyle oldukça ilişkilendirildiği dönemde de benzerlik arz etmektedir (Fukuyama, 1999).

Başta Berlin, Moskova, New York ve Londra olmak üzere küresel ölçekte dünyaya şekil vermeye çalışan seçkinler, geçmişi ve bugünü açıklama, geleceği öngörme iddiası taşıyan üç temel öğreti ortaya atıldılar, bunlar; Faşist öğreti, komünist anlatı ve liberal anlatıdır. İkinci Dünya Savaşı'nın neticesi faşist anlatının sonunu getirdi ve bu andan itibaren 1980'lerin sonlarına kadar dünya hâkim iki öğretinin mücadele alanıydı; komünizm ve libe-

ralizm. Ardından komünist öğretinin siyasal bir örgütlenme biçimi olarak devam edemediği ve liberal anlatının her iki ideolojik duruşu mağlup ederek tek bir kılavuz haline geldiğini görmekteyiz. Teorik açıdan liberal öğreti özgürlüğü, onun değerini ve gücünü el üstünde tutmaktadır. Bir yandan durağan bir yapıyı kabul etmeyen ve sürekli gelişimi öngören liberalizm diğer yandan dünyada üstesinden gelinecek pek çok şeyin olduğunu bu bağlamda kabul eder. Modernleşme Kuramı'na paralel olarak küresel bir düştür haline gelen liberal öğreti küresel ölçekte tüm ülkelerin ortak bir tarih geçidine katılması amacıyla liberal reçeteler uygulamaya sokmuştur. Tüm bunlara ek olarak 2008 yılına gelindiğinde yaşanan krizlerin ardından daha fazla insan hayal kırıklığına uğramaya başlamıştır. Bir başka deyişle, 1938'de insanların tercih edebileceği üç küresel anlatı mevcutken, 1968'de sadece iki, 1998'deyse tek bir anlatı hüküm sürüyor gibi görünmektedir. 2018'e gelindiğinde elimiz boş kalmıştır. Buharlı makineler, petrol rafinerileri ve televizyonları idare etmek için sanayi çağında şekillendirilmiş liberal siyasal sistem, bilişim teknolojileriyle biyoteknoloji alanlarında süregiden devrimlerle başa çıkmakta zorlanmaktadır (Harari, 2018a, 21).

Bu dönemde, görece savaşlardan arındırılmış devletler ve bu devletlerin dünya piyasasına dâhil edilme çabaları karşımıza çıkmaktadır. Entegrasyon süreci, iktisadi hayatı etkilediği kadar, ulus-devlet örgütlenme biçiminin de sınırlarının şeffaflaşmasına neden olmuştur. Bu değişim, kimi sektörlerin hızlı gelişimini olumlu yönde etkilemiştir. Gelişim seyri hızlı olan sektörlerden biri de turizmdir. "Bacasız sanayi" olarak tanımlanan turizm sektörü, kimi ülkelerin iktisadi dengesinde önemli bir gelir kalemi görevini üstlenmektedir. Çalışmamız, tam bu noktada tarihsel bağlamını göz ardı etmeden, Türkiye'deki turizm sektörünün gelişimini, liberal politikalarla ilişkilendirerek ele almayı amaçlamaktadır. Buna ek olarak, Türkiye'nin güzergâhı açıklanırken, Wallerstein'ın Dünya Sistemleri Analizi'nden de faydalanılmıştır. Aynı zamanda, Türkiye'de turizm sektöründe liberalizm temelli değişim ve gelişimlerin devlet uygulamaları çerçevesinde değerlendirmesi yapılacaktır.

Dünyada ve Türkiye'de gün geçtikçe önem kazanan turizm endüstrisinin sadece özel yatırımlara değil, aynı zamanda ülke ekonomilerine de katkı sağladığı bilinen bir gerçektir. İşletmeler, en fazla kârı sağlamak üzere kendilerini düzenlemek ve çevresel koşullara uyum sağlamak mecburiyetindedir. Aynı zamanda, ülkeler de turizm endüstrisine gerekli kolaylıkları sağlayarak bu endüstrinin nimetlerinden faydalanmak istemektedirler. Turizm endüstrisinin Türkiye ekonomisine katkıları oldukça fazladır. Bu kapsamda Türkiye'de turizm işletmelerinin dünyadaki liberal anlayıştan nasıl etkilendiği hem işletmenin sahibi olan yatırımcıları hem de Türkiye Cumhuriyeti devletini yakından ilgilendirmektedir. Liberal anlayışa yönelik yaklaşımlarının uygun seçilmesi, verimliliği ve kârlılığı artıracığı gibi Türkiye ekonomisine de katkı sağlamaya devam edecektir. Bu sebeplerle, Türkiye'deki turizm işletmelerinin dünyada hâkim olan liberal anlayıştan nasıl etkilendiğinin anlaşılması için turizm sektörünün dönemler halinde ele alınması gerekli görülmüştür.

Araştırma amacı bakımından keşfedici bir araştırmadır. Keşfedici araştırma, yeni konuları incelemek, nispeten az çalışılan konuları keşfetmek ya da daha sonra yapılması

planlanan araştırma için bir hazırlık oluşturulması amacıyla yapılmaktadır. Araştırma kuramsal bir derleme niteliğindedir. Turizm, turizm işletmeciliği ve liberalizm kavramları çalışmanın teorik çerçevesini belirlemektedir. Bununla birlikte konuyla ilişkili olarak literatürde; Uluslararası Turizmde Son Eğilimler Ve Türkiye’de Turizm Politikalarının Evrimi (Soyak, 2013), Küreselleşme Sürecinde Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler (Bahar, 2007), Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi (Yıldız, 2011), Türkiye’de Turizm Sektörü Teşviklerinin Değerlendirilmesi (Toker, 2007), Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı (Şit, 2016), Türkiye’de Turizm Girişimciliğinin Gelişimi Ve Turizmle İlgili Sağlanan Teşvikler (Dalgin vd. , 2015) çalışmaları bulunmaktadır.

TURİZM VE TURİZMİN TÜRKİYE’DEKİ SEYRİ

İnsanların potansiyellerini en üst seviyede gerçekleştirmek için mümkün olduğunca fazla deneyim olması gerektiğini telkin eden romantiklik akımıdır. Romantiklik akımının en kolay uygulanış biçimlerinden biri de uzak yerlere seyahat etmektir. İnsanların bu farklı yerlere seyahatleri sonucu farklı kültürleri deneyimledikleri ve bu deneyimlerin yaşamlarını değiştirdiklerini efsaneleştirmeye meyilli oldukları bilinmektedir. Bir diğer boyutta ise tüketicilik akımı vardır ve insanlara sürekli mutlu olmaları için tüketmeleri gerektiğini telkin eder durur. Romantizm ve tüketicilik akımlarının birleşimi bir deneyimler piyasası oluşmasını sağlamış ve modern turizm endüstrisi de bu kavramlar üzerine inşa edilmiştir. Turizm endüstrisi, uçak biletleri ve otel odaları değil deneyim satmaktadır (Harari, 2018b, 124). Önceki zamanlarda, Antik Yunan’da karşımıza çıktığı biçimiyle, boş zamanın artması ve harcanabilir gelirin varlığı, felsefi gelişimin hızlanması gibi günümüzde bu iki olguya ek olarak teknolojinin ve ulaşım imkânlarının artması neticesinde, turizm sektörü hacmi hızlı şekilde genişlemiştir.

İkinci Dünya Savaşı öncesi dönemde, dünyada bugün yapıldığı şekliyle bir turizm endüstrisinden bahsetmek mümkün görünmemektedir. Belki de turizm faaliyetlerinin kökleri, günümüzde inanç turizminin geçmişine, insanların inançlarınınca kutsal kabul ettikleri bölgelere ziyaretlerine dayandırılabilir. Bu kapsamda belirli rotalar ve bu rotalar üzerinde seyahat edenlere sunulan bazı hizmetler olduğu bilinmektedir. Ancak buradaki amacın dini bir temele dayandığı gözden kaçırılmamalıdır. Benzer şekilde ticari amaçlı seyahatler de insanlara farklı deneyimler kazandırmış ancak bugünkü anlamıyla turizm faaliyetlerinde farklılaşmaktadır. İkinci Dünya Savaşı’nın ardından, barış ortamının sağlanması, iletişim ve bilişim teknolojisindeki gelişmeler, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınma sonucu dünya turizm hareketleri ilerleme göstermiştir. Günümüze her yıl, dünya üzerinde milyonlarca insan, daimi ikametgâhlarından dönemsel olarak ayrılarak farklı ülkelere/bölgelere intikal etmekte ve gittikleri yerlerde tarihi, dini, siyasi, sembolik pek çok yeri görme ve gezme, dinlenme, eğlence ve/veya öğrenme gibi farklı gereksinimlerini karşılamaktadırlar (Göral, 2014: 6–7). Bilhassa küreselleşmenin de etkisiyle, 1980’lerden itibaren turizm sektörü değerlendirilen sektörler arasında yer almıştır. Bu bağlamda turizm; politika yapıcılar, iktisatçılar

ve sosyologlar gibi çeşitli grupların ilgi odağı olmaya başlamıştır. Gelişim hızı oldukça yüksek olan ve “bacasız sanayi” olarak da nitelendirilen turizm sektörü, ülkelerin ekonomik bağlamda karşılaştıkları sıkıntılı dönemlerin atlatılmasında önemli bir çıkış yolu olarak dikkat çekmektedir (Oktayer vd. , 2007, 11).

Turizm olgusunun literatürde karşımıza çıkan ilk tanımı 20. Yüzyılın başlarındadır. Bilhassa, dünya ölçeğindeki savaşların sona ermesinin ardından, küresel manada en büyük hizmet sektörü haline geldiği görülmektedir. Ekonomiye katkısı yadsınamaz olan turizm sektörünün gelişmesi adına Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, tıpkı gelişmiş ülkeler gibi çeşitli politikalar ve düzenlemeler yapmış ve yatırımları teşvik etmek için yasal düzenlemeleri ivedilikle hayata geçirmiştir (Altürk, 2018, 5). Ülke ekonomileri açısından, turizm sektörünün gün geçtikçe artan önemi ve değeri, turizmin ideolojik saplantılardan uzak tutulması ve siyasal malzeme haline getirilmemesi gerekliliğini de beraberinde getirmiştir (Tek, 2009, 170).

Turizm sektörü bilhassa son yarım yüzyıldır, gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkelere yoğun şekilde ilgi gösterilen ve bir takım teşvikler ve yatırımlarla geliştirilmeye çalışılan bir sektör olma özelliğini korumaktadır. Bu durumun altında yatan en önemli sebep, dünya genelinde tıpkı bilişim ve teknoloji sektörü gibi en hızlı gelişen sektörlerden biri olmasıdır. Bu gelişimin seyri, aynı zamanda turizm sektörünün ilgili ülke ekonomilerine artı değerini öne çıkarmış ve Dünya Turizm Örgütü’nün öngörüsünde yer alan 2020 yılında dünya turizm gelirinin 2 trilyon dolar gibi oldukça yüksek bir tahmininin de etkisiyle, her ülkenin kendi turizm arz potansiyelini artırmak istemesi ülkeler arasında rekabetin artmasına neden olmaktadır. Fakat özellikle Covid-19 salgının etkisiyle birlikte alınan önlemler ve ülkelerin dışarıdan gelen ziyaretçilere koymuş oldukları yasaklar neticesinde öngörülen rakamlara ulaşamamıştır. Turizm sektörüne yapılan yatırımlar, ülkelerin gelişmişlik düzeyine ve turizm hedeflerine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Gelişmiş ülkeler (Wallerstein’in deyimiyle “merkez ülkeler”), turizm sektörünün doğrudan gelirden değil de gelir etkisinden yararlanmaya çalışırken, gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler ise turizmin doğrudan döviz kazandırıcı ve yeni istihdam olanaklar yaratabilme potansiyelinden faydalanmayı amaçlamaktadır (Yıldız, 2011, 54).

Dünyadaki ve Türkiye’deki turizm eğilimleri göz önüne alındığında, Türkiye’nin diğer ülkelere nazaran bir takım avantajlara sahip olduğu görülmektedir. İktisat biliminde karşımıza çıkan Ricardo’nun literatüre kazandırdığı “karşılaştırmalı üstünlükler teorisi” bu durumu anlamlandırmada uygun bir kavramdır. Özü itibarıyla, mutlak maliyetlere değil fırsat maliyetlerine odaklanmaktadır ve her iki taraf içinde nasıl faydalı olacağına vurgu yapmaktadır (Ricardo, 2008). Türkiye bu açıdan bir yandan fiyatlandırmalarda görece uygun, güvenlik sorunu olmayan, alt yapı ve üst yapı sorunları en aza indirgenmiş bir ülkedir. Diğer yandan ise; iklim (dört mevsimin de tüm özellikleriyle yaşanması), doğal kaynaklar (doğa sporlarına uygunluk), bozulmamış çevre (doğal yapının korunması ve sürdürülebilirliği), zengin tarih ve kültür (güçlü tarihsel geçmiş ve kalıntıları), turizm sektörüne uyum sağlama-

bilecek genç ve dinamik nüfus potansiyeli, coğrafi konumun turist potansiyeli olan ülkelere yakınlığı ve ulaşılabilirliğin kolaylığı, rakip ülkelere göre hem yeni hem de nitelikli tesisler ve iç turizmdeki hareketlenmelerle sahiptir (Afşar, 2002, 164).

Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre, istihdam olanaklarıyla, hizmet verdiği kişi sayısı, yarattığı gelir ve katma değerle dünyanın lider sektörler arasına gireceği öngörülmektedir. Bu durumun ortaya çıkardığı önemli sonuçlardan biri de ülkelerin vatandaşlarını, gerek tüketici olarak gerekse üretici olarak turizme katılmaları konusunda teşvik etmesidir (Kandır vd. , 2008, 212). Bu bağlamda, turizmi teşvik eden başlıca unsur, o ülkedeki turistik arz kapasitesinin nicelik ve nitelik olarak durumudur. Bir ülkedeki turizm arzı; tarihsel, kültürel, eğlence olanakları ve iklim koşulları gibi unsurların kompozisyonu tarafından belirlenmektedir (Oktayer vd. , 2007, 15). Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre Türkiye, 2017 yılı itibarıyla yıllık ortalama 38 milyon turist sayısı ile dünyada en çok turist ağırlayan sekizinci ülke konumundadır. Türkiye'ye gelen turist sayısında yıllara göre düzenli bir artış gözlenmektedir. Ancak bazı münferit olaylar, örneğin 2015 yılında bir Rus uçağının sınır ihlali nedeniyle Türkiye tarafından düşürülmesi sonucu turist sayısında ciddi bir azalma yaşanmıştır. Türkiye, turizmde 2006 yılında ulaştığı 803 dolarlık kişi başı harcama tutarına bir daha ulaşmamasına rağmen turist sayısını artırarak kişi başı daha az harcamayla bir çeşit sürümden kazanma durumu oluşturmuştur (Eğilmez, 2020, 176). Ancak turizm gelirlerindeki artış, turist sayısındaki artışla aynı oranda artmamıştır.

Çalışmamız liberal dönemle ilişkilendirildiği için, “devletçi” politikaların ve “tesanütçülüğün”⁷ devletin resmi ideolojisi olduğu, Cumhuriyetin kurulduğu ve takip eden 1930'lu yıllar, ardından da İkinci Dünya Savaşı ve etkilerinin devam ettiği dönem incelemenin dışında tutulmuştur. Daha ziyade, 1946 ile çok partili hayata geçiş ve akabinde 1950 yılından itibaren “merkez-çevre” ilişkilerinin temelden değişime uğradığı zaman dilimi, beraberinde liberalleşme hareketlerini ve liberal/kapitalist eğilimlerin dünya ölçeğinde oluşturduğu uluslararası organizasyonlar ve Türkiye'nin bu organizasyonlara üye olma girişimleri, asıl olarak başlangıç noktamızı oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma, liberalleşmenin en azından “dünya sistemi”ne entegrasyon süreci olarak başlamasından dolayı 1950 sonrası döneme odaklanılmıştır.

Düzenli ve daha ciddi bir şekilde, 1953 yılında çıkarılan 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu ile Türkiye'nin turizm politikası çizilmeye başlanmıştır (Ünlüönen ve Kılıçlar, 2004, 153). Türkiye'de turizmin geliştirilmesi amacıyla bu alanda yapılacak yatırımların özendirilmesine ilişkin ilk düzenlemeler, “devletçi” politikalardan vazgeçilen ve liberal düşünce tarzının siyasi karar alma süreçlerinin iliklerine kadar işlemeye başladığı yıllarda karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu, turizm alanda-

⁷ Dayanışmacılık olarak Türkçeleştirilen kavram, 1930'lu yıllarda, Mili İktisat politikalarının oluşturulmasında önemli bir yere sahiptir. Dönemin koşulları içerisinde yerli ve milli değerlerin yanı sıra toplumu bir araya getiren bireylerin kalkınmaya ve üretime kendilerinden vererek katılmalarını içermektedir. Yardımlaşmacılık, solidarizm gibi kavramlarla da ifade edilen “tesanütçülük” Ziya Gökalp'in ilgili yazılarında bir program önerisi olarak sunulmaktadır.

ki ilk yasal düzenleme olarak 1950 yılında yürürlüğe girmiştir. Söz konusu yasa ile, hangi işletmelerin turizm müessesesi olarak kabul edilecekleri, yasanın konusu olan teşvik tedbirlerinden hangi işletmelerin yararlanacakları, teşviklerden yararlanma koşulları ve turizm işletmelerinin denetlenmesine ilişkin hususlara açıklık getirilmiştir (Oktayer vd. , 2007, 42). Daha önceki bahislerde değinildiği üzere, turizm sektörü, gelişmiş ülkelerde gelir etkisinden faydalanılan bir sektörken, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ise döviz getirisi yüksek, aynı zamanda istihdam imkânlarını arttıran bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum ise turizmi salt bir olgu olmaktan çıkarıp, ülke ekonomisinin önemli bir çarkı haline gelmesini sağlamaktadır.

Türkiye’de Turizm, Ekonomi ve İstihdam İlişkisi

Ekonomik faaliyet içerisinde bulunan tüm sektörler, kendi özgünlükleri bağlamında farklı etkilere farklı kırılmalıklar göstermektedir. Turizm de başta savaş, terör ve hırsızlık olayları olmak üzere, sosyal ve politik krizlere (örneğin darbe, toplumsal anarşi vb.) karşı kırılmalı bir yapıya sahiptir. Sosyal ve politik istikrarsızlıklar, bir yandan turist olarak ülkeyi ziyaret edecek kişilerin fikirlerini yeniden gözden geçirmesine neden olmakta, diğer yandan ise yerli ve yabancı yatırımcıların riskli alanlarda yatırım yapmaktan kaçınmasına sebebiyet vermektedir (Hacıoğlu ve Saylan, 2014, 57). Bu kırılmalığın önemini şuradan da anlayabiliriz, tarım sektörünün ekonomik hayattaki yerinin Sanayi Devrimi’nin ardından gerilemeye başladığı gibi günümüzde de artık hizmet sektörü, sanayi sektörünün toplum üretimdeki payını azaltmaktadır (Tek, 2009, 169). Bu durumu sadece hizmet sektörüne bağlayan bir söylemden kaçınıp, otonomlaşıma ve teknolojik gelişmeleri de göz ardı etmediğimiz altını çizmek gerekmektedir. Hizmet sektörünün bu denli önemli bir yer tuttuğu ekonomik sistemde, hiç bir devlet ve/veya hükümet bu gelir kaynağının olumsuz etkilenmesini istememektedir. Dünya ekonomisiyle bütünleşme⁸, büyüme hızını artırma ve yüksek enflasyonla mücadele ederek milli gelir seviyesini yükseltme gibi makroekonomik hedefleri olan Türkiye, çok yüksek bir döviz getirisi olan turizm sektörüne gereken önemi planlı kalkınma döneminin başından beri vermektedir (Afşar, 2002, 148).

Dünya ticaret hacmindeki artış, Türkiye’nin de aralarında bulunduğu gelişmekte olan ülkelerin enerji, teknoloji, hammadde gibi kalemlerinde ithalatın artmasına neden olmuştur. Bu durum ise dış ticaret açığı gibi ciddi bir problemi de beraberinde getirmiştir. Üretime bağlı olarak ortaya çıkan bu tablo, cari sorunların oluşmasının temel nedenlerinden biri olmuştur. Fakat tam da bu noktada tüm dünyada esen liberalleşme ve ekonomik serbestleşme rüzgârı, bahsi geçen sorunları aşmada Türkiye ekonomisine nefes aldirmiştir. Aktüel olarak turizm

⁸ Bütünleşme çabalarını iki yönüyle ele almak mümkündür: İlk olarak “Klasik Liberalizm” başta ulusal düzeyde ve fakat dünya çapında da karşılıklı bağımlılık ilişkisinin varlığına dikkat çeker (Dardot & Laval, 2012, 29). Bir başka bakış açısı ise Wallerstein’in da üzerinde durduğu üzere “Dünya Sistemi”nin bir sonucu olarak Türkiye gibi gelişme potansiyeli olan ülkelerin tam olarak merkezde yer almasının mümkün olmadığı fakat bunun yanı sıra merkez yakın bir yerlerde periferi olarak kalmasının ilgili sistemin bir zorunluluğudur (Wallerstein, 2011).

sektörü, dünya genelinde en çok döviz getirisi sağlayan sektörlerden bir konumuna gelmiştir. Genellikle Türkiye gibi dış ticaret harcamalarının negatif etkisiyle cari açık veren gelişmekte olan ülkeler, bu açığı kapatmada hizmetler dengesinden ve bu kalemde fazla veren dış turizm dengesinden yararlanmaktadır (Beyaz ve Karabacak, 2018, 56).

Turizm sektörünü bu denli önemli kılan temel unsurların başında; istihdam artırıcı etkisi, ülkeye gelir sağlayıcı etkisi, “açık hava fabrikası”, “çevre dostu sanayi” ve “bacasız fabrika” isimlendirmeleriyle sürdürülebilir iktisadi gelişmeye ve kalkınmaya katkı sağlayıcı etkisi ile değişen dünyada bir köprü olma niteliği gelmektedir (Karataş ve Babür, 2013, 17). Günümüzde turizm sektörü, ödemeler dengesine yaptığı olumlu katkısı, istihdam alanı sağlama ve gelir yaratması, katma değerinin diğer pek çok sektöre nazaran yüksek olması, alt yapı ve üst yapı yatırımlarını artırıcı etki sağlama ve diğer ekonomik sektörlerle katkısı gibi nedenlerle, ülke ekonomileri açısından önemli bir yere sahiptir (Afşar, 2002, 147). Bu bağlamda Eğilmez (2020, 59), Türk Lirası’nın 2017 yılından itibaren dolara karşı değer kaybının hızlandığına, bu gelişmenin döviz olarak gelir elde eden turizm kesimine fayda sağladığına dikkat çekmiştir.

Türkiye’de 2000’li yıllara kadar temel ekonomik sorun enflasyon olarak karşımıza çıkmıştır. Fakat enflasyonla mücadele başarılı bir şekilde neticelenmiş ve enflasyon rakamları hedeflenen düzeye indirilmiştir. Enflasyonla mücadelenin ardından ise ekonomik açıdan ortaya çıkan yeni problem işsizlik olmuştur. Yeni istihdam olanaklarının yaratılması, işsizlik ile mücadelede hayati öneme sahiptir. Daha önce de değinildiği üzere sanayi sektörü, gerek otonomlaşıma, gerekse teknolojik gelişmeler nedeniyle yeterli istihdamı sağlamakta etkili olamamıştır. Fakat diğer yandan turizm sektörü, emek-yoğun hizmet veren bir sektör olması hasebiyle ve buna ek olarak teknolojik gelişmelerin turizm sektöründe çalışan işgücünü istihdam açısından olumsuz etkilememesi nedeniyle, yeni istihdam olanaklarının yaratılması konusunda sanayi sektöründen daha başarılı bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Türkiye, hem dinlenme temelli tatil turizmi olanakları açısından hem de yılın tüm aylarına yayılan alternatif tatil seçenekleri açısından, son derece zengin kaynakları ve tercih imkânları olan geniş bir turizm yelpazesine sahiptir. Bu bağlamda, yapılacak turizm yatırımlarının artırılmasının tek başına işsizlik probleminin çözümü olmasa da önemli bir katkı sağlayacağı aşikârdır (Yıldız, 2011, 69). Turizm gelirleri, ödemeler dengesine önemli ve doğrudan etkileri olan, kavramsal olarak böyle adlandırılmasa da bir ihracat kalemi olarak nitelendirilebilir. Bu bakımdan turizm, hizmet sektörünün ülke içerisinde perakende fiyatlarla yapılan mal ve hizmet ihracıdır. Turizm, sadece kendi sektörüyle sınırlı kalmayan ve dolaylı olarak diğer birçok sektörde de üretim, istihdam ve gelir artışına neden olmaktadır (Karagöz, 2008, 149).

Liberalizm Etkisinde Turizm İşletmelerinin Yönetim Yaklaşımları

Değişim olgusu, kaçınılmaz bir fenomen olarak insanı ve insanla ilişkili olan pek çok alanı da doğrudan etkilemektedir. Siyasi, ekonomik, dinsel, bilimsel ve toplumsal olaylar,

insanlık tarihinden bu yana değişime uğramıştır ve uğramaya da devam etmektedir. Bu değişim sürecinden doğal olarak yönetim düşüncesi ve süreçleri de etkilenmektedir. Yönetim düşüncesi, tarım toplumu öncesi dönemde M. Ö. 3000'li yıllara uzansa da, bilimsel olarak 1880'li yıllardan itibaren teorik ve pratik bir sorunsal olarak incelenmeye başlanmıştır. Ardından tarım toplumu, sanayi toplumu ve bilgi toplumunda da yönetim düşünce, anlayış ve yaklaşımları sürekli yeniliklerle gelişmeye devam etmiştir. Yönetim olgusunun özünde, bireyler ve kurumlar arasında ortak amaca ulaşma yönünde işbirliği yapılması ve birlikte hareket edilmesi vardır (Güçlü Nergis, 2012, 29). Turizm açısından yönetim anlayışındaki değişimin seyrini anlamlandırmak adına; 1927 yılında Hilton, Teksas'ın Waco şehrinde soğuk şebeke suyuna ve halka açık alanlarda klimaya sahip ilk otelini açmıştır. Bu gelişme modern anlamda otel kültürünün ilk temsilcisi olarak kabul edilebilecek olan Hilton otellerinin doğuşunu göstermesi bakımından önemlidir. 1947 yılında New York şehrindeki Roosevelt Hilton Otel, dünyada konuk odalarına televizyon yerleştirilen ilk otel olma özelliğini taşımaktadır. Bu gelişmeler sonrası ve dünyada turizm endüstrisinin yükselmeye başlamasına örnek olabilecek bir başka olay da 1949 yılında Hilton Otellerinin kurucusu Conrad Hilton'un Time dergisine kapak olarak, bu tarzda başarı elde eden ilk otel sahibi dolayısıyla turizm endüstrisi temsilcisi olmasıdır. (<https://www.hilton.com/tr/corporate/#1950'ler>, Erişim Tarihi: 11. 06. 2020). Bu gelişme 1950'li yıllardan itibaren turizmin parlak geleceğine ışık tutması bakımından önemli bir nirengi noktası olarak değerlendirilebilir.

Turizm işletmelerinde modern idare biçimlerinin uygulanışı, sanayi işletmelerine göre daha sonraları gerçekleşmiştir. Bunun başlıca nedenleri ise, turizm sektörünü sanayi sektörüne nazaran daha genç bir sektör olması, turizm işletmelerinin sanayi kuruluşlarına göre küçük ve aile şirketlerinden oluşan işletmelerden oluşmasıdır. Bu tür işletmelerde aile mensupları; hem çalışan, hem işveren, hem de yönetici olarak görev yapmaktaydı. Turizm işletmelerinin bu yapısı, doğal olarak turizm sektöründe profesyonelleşmeyi geciktirmiştir. Fakat zaman içerisinde yeterli büyüklüğe erişen turizm işletmelerinde çağdaş yönetim tekniklerinin uygulanmaya başladığı görülmektedir (Kıngır, Sancar ve Akay, 2012, 12). Bu bağlamda turizm işletmelerinin yönetim anlayışını, işletmenin daha önceden belirlenen amaçlarının iş gören amaçları ile entegrasyonun sağlanması, işletmeye sosyal çevrede olumlu bir imaj yaratmak amacıyla işletme faaliyetlerinin planlanması, organize edilmesi, yönlendirilmesi, koordinasyonu ve denetimi ile ilgili fonksiyonların sistemli ve bilinçli şekilde uygulanması şeklinde tanımlayabiliriz. Turizm işletmeleri, modern yönetim teknikleriyle uyumlu, yönetimde iş ve zaman etütlerinin yapıldığı, planlama, örgütleme, koordinasyon ve kontrol gibi klasik yönetim tekniklerinin çağa uygun bir biçimde geliştirdiği fonksiyonlar, çalışanların veriminin artırılması adına daha fazla değer verilmesi, karar alma süreçlerine ortak edilmesi gibi neo-klasik yönetim düşüncesine ait yaklaşımlar, sorunların çözümünde sıkça başvurulan sistem yaklaşımı, çalışanlarla ilgili konularda işletmelerin etkin çalışmasını sağlayacak örgütsel davranış çalışmaları, çevrenin, teknolojinin işletmelere etkilerini analiz eden durumsal yaklaşımları, artık hemen her işletmede temel yönetim uygulamaları olarak

görülmektedir. Bununla birlikte turizm işletmeleri yöneticileri, sürekli gelişen ve değişen çevre unsurlarına uyum sağlamak ve işletme amaçlarını gerçekleştirmek için geliştirilen çağdaş yönetim tekniklerini de başarıyla uygulamaktadırlar (Göral, 2014, 11–12).

Turizm işletmelerinin diğer hizmet sektörlerinden, insanların psikolojik tatminin sağlanması bağlamındaki farklılaşması dikkate alınır, sektördeki şirket ve çalışanlarının, belirli yetenek ve becerilere sahip olması gerekliliği aşikârdır. Bu durum, daha karmaşık bir yönetim yapılmasını da gerektirmektedir. Tüm yönetim aşamalarında, hizmeti talep edenlerin insancıl yönünü gözden kaçırmama zorunluluğu doğmaktadır. Ayrıca, turizmin çok yönlü, karmaşık ve hızla değişen bir olgu olması, yönetici sınıfının bir takım ayırt edici yeteneklere sahip olması gereğini ortaya çıkarmaktadır. Turizme önem veren ülkelerde, kimi turizm işletmelerinin yöneticilerinin sahip olmaları gereken nitelikler yasalarla belirlenmiştir (Barutçugil, 1989, 100).

Eğilmez (2020, 88), turizmi de içinde barındıran hizmet sektörünün sağladığı faydanın ölçülemez, stoklanamaz ve sunulduğu anda tüketilebilir özelliklerine değinmiştir. Hizmetin sunulmadan değerlendirilemeyeceği, hizmetlerde insan unsurunun ve hizmet sunan kişilerin uzmanlığının önemine vurgu yapmıştır. Karmaşık yönetim yapıları, turizm sektöründe belirli bir müşteri kitlesini hedefleyen işletmelerin performanslarını artırabilmek ve piyasalara etkin bir şekilde erişebilmek için kurumsal yönetim uygulamaları ve iç denetim olgusu büyük önem taşımaktadır. Dünyadaki diğer örneklerinde olduğu üzere ülkemizde de iç denetim olgusu, turizm işletmelerinin gerek iç piyasada gerekse dış piyasada rakipleriyle yarışabilmesi adına oldukça önemlidir. Kurumsallık, bu bağlamda yönetim işletme çevresine kurumsal olarak verilen güvenin de bir göstergesi olmaktadır. (Koroğlu ve Aktaş, 2014, 273–274, 285–286). Bu çerçevede, Türkiye’de faaliyet gösteren turizm işletmelerinin, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)’ne kaydının yapılması zorunludur. Hizmet veren turizm işletmelerinin TÜRSAB’a kayıtlı olup olmadığı TÜRSAB web sitesi üzerinden kontrol edilebilmektedir.

Turizm sektöründe artan rekabet neticesinde işletmeler rekabet avantajı yaratacak; teknolojik yenilik, özgün ürünlerin ortaya konması ve tanıtılması, tüketiciye ulaştırılması gibi konularda kaynakların rasyonel ve etkin kullanımını sağlamak üzere bir takım uygulamaları tercih etmektedirler (Karataş ve Babür, 2013, 15). Bu minvalde, Türkiye turizminin ihtiyaçlarının müşteri taleplerini karşılayabilecek modern kurumsal iletişim araçlarına, turizm planlaması, tanıtımı ve pazarlama modellerini üretmek adına ve nihayetinde Türkiye turizminin piyasadaki konumunun, kaynaklarının ve dünya turizm sektöründen kaynaklanan fırsat ve tehditlerin farkında olmalıdır (Yavuz ve Karabağ, 2005, 116). Değişimin sürekliliği, sosyal hayatın da değişiminin sürekliliğini beraberinde getirmektedir. Bu değişim, yeni teknolojilerin turizm sektörünün işleyişini, yönetim biçimlerini, tüketicilerin bilgiyi arama ve turistik hizmet ve ürün satın alma yollarını ve iletişim yöntemlerini değişikliğe uğratmaktadır (Karataş ve Babür, 2013, 19). Küresel sistemde her şeyin bu denli hızlı değiştiği ve yenilendiği bir piyasada, sektörel bazda olduğu gibi işletmelerin de faaliyetlerini aksatmadan

sürdürebilmeleri için mevcut değişimlere ayak uydurmaları gerekmektedir. Tıpkı bilişim sektöründe karşımıza çıktığı üzere, turizm sektöründeki işletmelerin de elde ettikleri başarıyı sürdürülebilir bir hale getirmesi ve faaliyetlerinin etkinliğini artırmak için yeni ekonominin temeli olan bilgi teknolojilerini işletmelerinde kullanmaları elzem görünmektedir. Hizmeti talep eden ve bundan faydalananın insan olduğu gerçeğini gözden kaçırmadan yapılacak tüm güncellemelerin, insana hizmet için ve refah edinmeye yönelik olduğunun altı çizilmelidir. Turizm sektörünün bu değişim ve dönüşüm süreçlerinin dışında kalması mümkün değildir (Karataş ve Babür, 2013, 23).

Turizm sektörü, teknolojik gelişmelerin yardımıyla rekabet gücünü artırabilmekte ve yeni hizmetler sunabilmektedirler. İnternetin yaygın kullanımı, ticaretin elektronik ortama taşınması gibi yeni uygulamalar, bu süreçlere diğer bir ifadeyle teknolojik gelişmelere yanıt veremeyen turizm işletmelerini zor durumda bırakmakta hatta kimi işletmelerin bu nedenler kaynaklı faaliyetlerine son verdikleri bilinmektedir (Pınar, 2005, 29). Bu değişim süreci modern yönetim anlayışlarıyla da eşgüdüm içerisindedir. Planlanan programların ve politikaların uygulanabilirliği, klasik bürokrasi anlayışının azaltılması amacıyla, klasik kamu yönetimi modelinden çağdaş yönetim anlayışına doğru bir değişim söz konusudur. Kamu-özel sektör birlikteliğini sağlayan çeşitli uygulamaların genelde dünya ölçeğinde özelde ülkemizde artarak devam ettiği gözlenmekte, fakat diğer yandan turizm gelişiminde bu tür uygulamaların örnekleri sınırlı sayıda kalmaktadır (Çıracı, Turgut ve Kerimoğlu, 2008, 89). Dünya genelinde turizm işletmelerinde görülen yönetim yaklaşımlarının liberal anlayışla paralel bir seyir izlediği söylenebilir.

1950'Lİ YILLARDA TÜRKİYE'DE TURİZM

Dünyada ve Türkiye'de turizm endüstrisinin gelişmeye başlaması 1950'li yıllardan itibaren tarihlenebilir. Bu kapsamda, anılan tarih yaklaşık İkinci Dünya Savaşı'nın son erdiği ve Soğuk Savaş'ın başlangıcı diyebileceğimiz bir döneme denk gelmektedir. Savaşlardan çıkan ülkeler, sanayi yatırımlarına ağırlık vermiş ve söz konusu dönemde anılan ülkelerdeki çalışma hayatı hareketlenmeye başlamıştır. Çalışma hayatının ve sanayinin yükselişi, çalışarak hayatını kazanan insanların artmasına ve insanların bu ihtiyaçlarının karşılanması müteakip dinlenme ihtiyacının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu tarihten önce de sanayi kuruluşları dünya genelinde mevcut olmasına karşın, art arda yaşanan savaşlar sanayi ve üretim endüstrisinin savaşa yönelik olması mecburiyetini beraberinde getirmiştir. Bu tarihe kadar, sadece ülkesi için savaşan ve maddi bir kazanç elde edemeyen veya çok az elde eden, kazanç elde etse bile bu kazancı istediği doğrultuda değerlendiremeyen insanlar, turizm sektörünün gelişmeye başlamasıyla kazançları nispetinde farklı dinlenme ve seyahat alternatifleri arasından seçim yapma imkânına kavuşmuşlardır. Savaşın sonlanmasının getirdiği güvenlik ortamı da bu ihtiyaçların giderilmesinde kolaylık sağlamıştır. Bu kapsamda turizm endüstrisinin gelişmeye başladığı dönemin, insanların çalışma hayatının hareketlendiği ve bireysel kazançlarının artmaya başladığı bir döneme denk gelmesi tesadüf olmayacak kadar anlamlıdır.

1950'li yılların başlangıcıyla birlikte, sadece siyasi anlamda değil ekonomik, toplumsal, düşünsel manada da keskin bir değişim yaşanmıştır. Bu değişim sürecinden turizm sektörü de etkilenmiştir. Sektörün ekonomik açıdan değerinin anlaşılması, ilgili alana yapılacak yatırımların teşvik edilmesi diğer bir deyişle turistik yatırımların ve turizmin kalkındırılması adına esas olan diğer yatırım türlerinin (ulaştırma, konaklama, altyapı, vb.) hızla arttığı görülmektedir. Turizm kredilerine, yatırımların teşvik edilmesi için ilk defa 24. 03. 1950 tarih ve 5647 sayılı Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu ile yer verilmiştir. 1953 yılında Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ise bahsi geçen dönemdeki turizm sektörünün gelişimi adına atılan en önemli adımların başında gelmektedir. Hemen akabinde ise 1957 yılında Turizm Bakanlığı'nın kurulması, sektöre verilen değer anlamlandırılması açısından önemlidir (Akça, 2016, 722). 1955 yılında, İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'sında sıfırdan inşa edilen ilk modern otel olan Hilton İstanbul'un açılışı yapılmıştır. Bu simge tesis, kendi posta koduna ve puluna sahip olmuştur. Aynı yıl Hilton, HILCRON adlı ilk merkezi rezervasyon bürosunu oluşturmuştur. Bu büro aracılığı ile dünyada ilk defa telefon, telgraf ya da tele printer ile herhangi bir Hilton'da rezervasyon yaptırılabilir hale gelmiştir (<https://www.hilton.com/tr/corporate/#1950'ler>, Erişim Tarihi: 11. 01. 2020).

1950'li yıllar, öncelikle mekanik bir çalışma düzeninin öngörüldüğü, daha sonra özel ve toplumsal hususların da dikkate alınmasının gerekliliğinin öne sürüldüğü yıllardır (Sargut, 2015). Anılan dönemde Türkiye'de geleneksel otorite, ancak dönemin turizm işletmelerinin büyük bölümünün aile işletmesi olması ve aile reisinin aynı zamanda turizm işletmesinin doğal yöneticisi olarak kabul edilmesi ile ilişkilendirilebilir. Ancak bu geleneksel otoritenin kapsamı sadece aile ile sınırlıdır, çünkü Türkiye'de anılan dönemdeki turizm işletmeleri daha çok Ege ve Akdeniz sahil şeridinde yoğunlaşmış durumda bulunmakta ve anılan bölgede aşiret, ağalık vb. sosyal oluşumlar kendine yer bulamamaktadır. Ancak, yöresel bazı unsur ve karakterlerin (Truva, Efes Antik Kenti, Dalaman Kaya Mezarları, Halikarnas Balıkçısı vb.) tanıtımı ve karizması üzerinden bir çekim unsuru olarak kullanıldıkları bilinmektedir.

1960'LI VE 1970'LI YILLARDA TÜRKİYE'DE TURİZM

Türkiye'nin planlı dönem öncesinde (1923–1963) altyapı ve üstyapı imkânları ve tesisleri yetersizdi ve turizmle sektörüne ve gelişimine dair çalışmalar oldukça kısıtlıydı. Bu durumu tetikleyen pek çok siyasi, sosyal, bilimsel nedenin yanı sıra, 1929 Dünya Ekonomik Buhranı ve 1939'da başlayan İkinci Dünya Savaşı doğal olarak sadece ülkemizde değil, tüm dünyada turizm faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemiştir. 1950'liler ile başlayan turizm sektörünün ivmelenmesi, ardından 1961 Anayasası'nın öngördüğü planlı kalkınma, devlet eliyle sektörün yönlendirilmesine dair önemli politikalar içermekteydi. Tarihsel kökenleri bağlamında burjuva sınıfının cılız yapısı nedeniyle, özel sektör anılan dönemde devletin bu tür yönlendirmelerine muhtaç bir yapıdaydı. Kalkınma planları, ülke genelinde kaynakların yönlendirilmesi ve ihtiyaç duyulan sektörlere yön verilmesi açısından önemlidir (Akça, 2016,

722). Bu sebeple, Türkiye’de 1963 yılına kadar münferit girişimler haricinde, planlı, devlet gözetimi ve kontrolünde turizm faaliyetlerinden söz etmek mümkün görünmemektedir.

1960’lı yıllardan sonra diğer sanayi işletmelerine paralel olarak maliyetlerin yükselmesi, doluluk oranlarının düşmesi ve ciddi rekabet koşullarının oluşması gibi önemli gelişmelerle karşılaşmıştır. Bu gelişmelerin sonucu olarak, işletme sahip ve yöneticilerinin kişisel yetenek ve tanınırlıklarının işletme başarısı için yeterli olmadığı ve bilimsel yönetim tekniklerine gereksinim duyulduğu anlaşılmıştır (Göral, 2014, 10). 1963 yılından itibaren, Türkiye’de uygulamaya konan kalkınma planlarının tümünde turizm sektörüne yer verilmiş ve bu alanda çeşitli öngörülerde bulunulmuştur. Kalkınma planlarının tamamında, ülkenin sanayileşme süreci içinde kalkınacağı belirtilmiş ve fakat turizm sektörünün de sanayileşme sürecine mutlak bir katkı sağlayacak bir alt sektör olarak nitelendirildiği görülmektedir. Bu planlarda, kitle turizminin benimsenerek yatırım politikasının tespitinde turizm döviz gelirlerinin maksimize edilmesi, böylece de ödemeler dengesindeki açıkların bu yolla daraltılması hedef olarak belirlenmiştir (Oktayer vd. , 2007, 44). Türkiye’nin ilk kalkınma planı olan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963–1967) ile turizm endüstrisinin kredilerle teşviki, tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi ve turizm personelinin yetiştirilmesine yönelik faaliyetler planlanmıştır.

1960’lı yıllar turizm endüstrisinin Türkiye’de emekleme dönemi olarak adlandırılabilir. İlk kalkınma planı ile turizm faaliyetlerinin teşviki ve turizm personelinin yetiştirilmesine yönelik çalışmalar merkeze alınmıştır. Böylelikle, yetişmiş turizm personelinin gelecek turizm işletmelerinin yönetiminde yer alması ve doğru yönetim yaklaşımlarıyla azami verimliliği sağlaması planlanmıştır. Böylece, işletmelerde ihmal edilen insan yönü ön plana çıkacak ve yetişecek personel turizm endüstrisini daha iyi yerlere taşıyacaktır.

Geleneksel sistemler teorisi, sistemleri açık ve kapalı şeklinde değerlendirme eğilimindedir. Sistemlerin organize olduğunu ve birbirine bağımlı değişkenlerden oluştuğunu varsaymaktadır. Bu kapsamda, anılan dönemde Türkiye’deki turizm yatırımlarının kamu ve özel kesimin birlikte çalışması sonucu oluşan tek bir sektör olarak ortaya çıkması örnek olarak gösterilebilir. Sistem yaklaşımı, aynı zamanda durumsallık görüşü altında ele alınmıştır. Genel sistem teorisine göre organizasyonlar birbiri ile karşılıklı bağımlılık ilişkisi olan bileşenlerden oluşmaktadır. Bu bileşenlere Türkiye’deki turizm endüstrisinde özel sektör, yabancı yatırımcı ve kamu sektörü örnek verilebilir. Bu bileşenler, farklı olasılıklı yapılarda birleşerek, Türkiye’deki turizm endüstrisini oluşturmaktadır.

1963–1980 döneminde; işsizliği düşürmek adına yeni istihdam olanakları sunmak, turizmden elde edilecek döviz ile ödemeler dengesini katkıda bulunmak, Türk vatandaşlarının tatil olanaklarını artırmak turizm politikalarının belirlenmesinde temel argümanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu politika yapım süreçlerinin kontrol, koordinasyon ve denetimini sağlamak adına Turizm Bakanlığı’nın kurulması önemli bir adımdır. Devlet eliyle yapılan yönlendirmelerin ardından, 1972 yılında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulması ve acentelerin tek bir çatı altında toplanması sağlanmıştır (Yıldız, 2011, 57–58).

Önceleri 1929 Ekonomik Buhranı ile karşımıza çıkan durgunluk, 1970'lerde başlayan petrol krizinin arından tekerrür etmiş ve turizm hareketlerini sekteye uğratmıştır. Bu kriz, kalkınma planlarında öngörülen gelişime engel olmuş ve hedefler tutturulamamıştır (Akça, 2016, 723). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968–1972) ile turizm sektöründeki fiyat politikasının uluslararası rekabet şartlarına göre düzenlenmesi, sektördeki yapılanmanın yeniden düzenlenmesi ve bu sayede turistik tanıtımaya ve kredi politikasına yeni bir yön verilmesi öngörülmüştür. Belki de en önemli husus, altyapı tesisleri ve buna yardımcı imkânlar ile örnek tesislerin kamu sektöründe üstlenilmesi, diğer turistik yatırımların ise özel sektöre yapılması hedeflenmiştir. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968–1972) kapsamında öne çıkan diğer önemli hususlar; turizm kredilerinin artırılması ve sadece bu alanda hizmet verecek bir teşekkülün kurulması, turizm sektöründeki kredi politikasında turizm öncelik bölgeleri arasında farklı faiz oranları uygulanması, turizm eğitim ve öğretimi çalışmalarında yeknesaklık sağlanması için Turizm Eğitimi ve Öğretimi Milli Merkezi kurulmasıdır.

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973–1977) ile kamu yatırımlarının bazı örnek tesisler dışında genellikle altyapı ve tamamlayıcı yatırımlara yönettildiği, konaklama tesisleri yapımının daha çok özel kesim tarafından ele alındığı ve bu girişimlerin teşvik tedbirleri ile desteklendiği belirtilmiştir. Ayrıca, turizm hizmetleri için yetiştirilen personelin nicelik ve nitelik bakımından yetersiz kaldığına vurgu yapılmıştır. Belki de en önemli husus olarak yatırımların, tanıtma faaliyetlerinin, kamu denetiminin ve sektörün tüm organizasyonunun kitle turizmi esaslarına uygunluğunun sağlanması hedeflenmiştir. Bu kapsamda Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973–1977) içinde yer alan kitle turizmine öncelik verilmesinin sebepleri arasında bilginin aktarılmasının ve kişilerarası rollerin potansiyel turist topluluklarını ikna etmede kullanılması bir örnek oluşturabilir.

Türkiye'deki kalkınma planları geçmiş yıllardan aldığı geribildirimleri kullanarak mevcut durumu kontrolüne almakta, gerekli yasal düzenlemeleri yaparak güç kullanmakta ve müdahale etmekte son olarak ise araştırma yaparak geleceğe yönelik öngörülerde bulunmaktadır. Bu döngü aynı zamanda tasarım, geliştirme ve uygulama basamaklarını da kapsamaktadır.

LİBERAL ENTEGRASYON VE 1980'Lİ YILLARDA TURİZM

1980'li yılların henüz başında dünya ölçeğinde yaşanan ekonomik çalkantılar ve petrol fiyatlarındaki istikrarsız hareketlenmeler nedeniyle, uluslararası turizm talebinde bu etkenlere bağlı olarak daralma meydana gelmiştir. Neticesinde ise ekonomik düşünme anlayışından dolayı turizm piyasasına, ulaşımdan konaklama ve rehberlik hizmetine kadar pek çok turistik hizmeti bir araya getiren paket turların girmiş olduğu bilinmektedir. 1980'li yılların, dünya genelinde paket turların turizmde yaygınlaşmaya başladığı yıllar olduğu söylenebilmektedir (Dilek ve Kulakoğlu Dilek, 2017, 1100).

Turizm sektöründe meydana gelen dünya çapındaki hızlı büyüme trendi, Türkiye'de özellikle 1980'li yıllardan itibaren kendini göstermektedir. 1980'le birlikte turizm, ekonomik

kalkınmanın önemli bir itici gücü olarak nitelendirilmiş ve bu amaçla sınırlı ekonomik kaynakların bir kısmı turizm sektörünün geliştirilmesi için kullanılmıştır (Dilek ve Kulakoğlu Dilek, 2017, 1104–1105). Türkiye ise bu yarışa 1980 itibarıyla girmiş ve önemli bir ilerleme sağlamıştır. Türkiye, 1980'lerle deniz kum güneş (kıyı) turizmi ile ilk olarak dünya turizm pasta-sında yer almıştır. Uzun yıllar boyunca, turizm hedefi sadece bu kıyı turizminden gelir elde etmek olmuştur. Her şey dâhil sistemi ile birlikte, sahil bandındaki turizm işletmelerinin ço-ğu kendini bu sisteme adapte ederek, sadece her şey dâhil sistemini benimsemiştir. Kısa vadede avantaj sağlamış olan bu sistem, bir süre sonra olumsuz bir takım neticeleri bera-berinde getirmiştir. Bu durumu fark eden turizm camiası, alternatif turizm hamleleri yapa-rak çeşitliliği artırmaya yönelik uygulamalar geliştirmişlerdir (Baş, 2017, 62).

Türkiye'de 1970'li yıllarda uygulanan ithal ikameci politika ile yurtdışından ithal edilen ara sanayi mallarının montajlarının yapıldıktan sonra nihai mal olarak ihraç edilmesi usulü tercih edilmiştir. Bu politikada sistemin etkin işleyebilmesi için döviz girdisinin olması ge-rekmektedir. Bahsi geçen yıllarda yurtdışına çalışmaya giden Türk işçilerin, yurtdışından ülkeye gönderdikleri döviz birikimlerinin yeri oldukça önemliydi. 1970'lerin sonuna doğru bu döviz girdisinin azalması neticesiyle ithal ikameci model sekteye uğramıştır. Sonrasında 24 Ocak 1980 ekonomik kararlarından sonra terk edilerek sanayileşme stratejisi tercih edilmiştir. Böylece, serbest piyasa ekonomisinin temel prensibi olarak kabul edilen ihracat odaklı sanayileşmenin gerçekleştirilmesinde turizm sektörü; kolay, etkili, verimli ve nispi olarak da ucuz bir araç olarak görülmüştür (Erdil Şahin, 2018, 241). 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı "Turizm Teşvik Kanunu" ise turizm sektörünün Türkiye'deki yeri açısından tam bir dönüm noktası teşkil etmektedir. Bu yasa, yatırımların öncelikli olarak turizmin ge-lişmesini sağlayacak alanlara yönlendirilmesini ve kıt kaynakların etkin bir şekilde kullanı-mını hedeflemiştir (Yıldız, 2011, 57–58). Bahsi geçen yasanın ardından çıkartılan yönetme-liğe bağlı olarak, 1983 yılında başlatılan uygulamayla birlikte 20 milyon metrekarelik kamu arazisi turizm yatırımlarına tahsis edilmiştir (Afşar, 2002, 151). Bu noktada Gök ve İnce (2017, 146) turizm tesislerinin doğal çevreye uyum sağlayacak malzemelerden inşa edilme-sinin önemine vurgu yapmışlardır. Ancak ülkemizde bu konuda başarılı uygulamalar olma-sına rağmen genel durum bu doğrultudan uzak görülmektedir.

1979–1983 yıllarını kapsayan Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında öne çıkan hu-suslar; turizm alanında kamunun elindeki turistik tesislerin dış turizme açılmasının yolları-nın aranması, kamu kurumlarına ait turizm tesislerinden (kamp ve dinlenme tesisleri) daha geniş kitlelerin yararlanmasının değerlendirilmesi, gençliğin ulusal ve uluslararası turizme katılımını artıracak önlemlerin alınması, turizme uygun bölgelerin tespiti ve turizme kazan-dırılması çalışmalarının hızlandırılması, ev turizminin özendirilmesi ve turizm eğitiminin yaygınlaştırılıp hızlandırılmasıdır. Ayrıca her turiste ve günübirlikçilere Türkiye'de kalacağı gün başına önceden belirlenecek miktarlarda döviz bozdurma zorunluluğu getirilmesi ve kitle turizmine yönelik büyük ölçekli tesislerin inşası ve konaklama kapasitesini artırıcı ça-lışmaların yapılması kapsamında asgari 500 yataklı olmak koşuluyla yabancı yatırımcıların

yatırıma özendirilmesi öne çıkan bir diğer hususlardır. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985–1989) ile Türkiye'nin OECD ve OPEC ülkelerinin yanı sıra Balkan ve Üçüncü Dünya Ülkeleri ile turistik ilişkilerin geliştirilmesi, kitle turizmine öncelik verilmesi planlanmıştır.

Rekabet stratejisi, endüstri rekabetini belirleyen güçlere karşı kârlı ve sürdürülebilir bir konum belirlemeyi amaçlamaktadır. Uzun vadede ortalamanın üzerinde performansın temeli, sürdürülebilir rekabet avantajıdır. Türkiye'de turizm endüstrisi için rekabet stratejisi izlendiğini gösteren örnekler oldukça fazladır. 1979–1983 yıllarını kapsayan Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında, turizm alanında kamunun elindeki turistik tesislerin dış turizme açılmasının yollarının aranması, kamu kurumlarına ait turizm tesislerinden (kamp ve dinlenme tesisleri) daha geniş kitlelerin yararlanmasının değerlendirilmesi, turizme uygun bölgelerin tespiti ve turizme kazandırılması çalışmalarının hızlandırılması, ev turizminin özendirilmesi ve turizm eğitiminin yaygınlaştırılıp hızlandırılmasına dikkat çekilmiştir. Bütün bu sayılan faktörler, rekabet stratejisine katkı sağlayan unsurlardır ve bu unsurların toplamı rekabet avantajını meydana getirmektedir.

1980'li yıllar, Türkiye'de liberalleşme rüzgarının oldukça yoğun hissedildiği yıllar olarak dikkat çekmektedir. 1980 Askeri Darbesi'nin yarattığı olumsuz havanın dağıtılmak istenmesi, siyasi alanda özgürlükçü (liberal) eğilimler ve ekonomik bağlamda kapitalizme itici bir güç olarak destek veren küreselleşmenin varlığı, Türkiye'nin dönem politikalarını belirlemede içi ve dış temel faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Planlı ekonomik dönem, durum değerlendirilmesi, hedeflerin belirlenmesi, programlanması, uygulanması ve neticesinin değerlendirilmesi gibi süreçlerden oluşmaktadır. Planlı kalkınmanın uygulandığı yıllarda gelecekteki sorunları en aza indirmek için gerekli olan bu süreçler devlet eliyle ve devlet müdahaleleriyle sürdürülmekteydi. Zamanın ruhuna ve şartlarına uygun olan planlı yönetim 1980 yılına gelene kadar kalkınma planları uygulanmıştır fakat istenilen başarıya ve etkinliğe ulaşamamıştır. 1980'lerle birlikte başta küresel konjonktürün belirleyici seyri ardından iç politikadaki tercihler katı ve planlı ekonomiyi terk edilmesini ve koşullarını liberal piyasayı belirlediği yeni bir ekonomik düzenin uygulanmasını sağlamıştır. Bu ise piyasanın talepleri doğrultusunda hızlı karar alabilen ve kendini dönüştürebilen yeni organizasyonları beraberinde getirmiştir.

KÜRESELLEŞMENİN İVMELENMESİ VE 1990'LI YILLARDA TURİZM

Uluslararası rekabet, pek çok alanda olduğu gibi turizm sektöründe de yoğun bir biçimde devam etmektedir ve özellikle 1990'lı yıllarda dünya genelinde istikrarlı olarak büyümeye devam eden turizm sektörü, bu istikrar ortamına buna bağlı olarak rekabetin giderek yoğunlaştığı bir dönem olmuştur (Akyol ve Zengin, 2016, 4). 1990'lı yıllardan bu yana, seyahat ve turizm sektörü istek ve ihtiyaçlara göre hizmet ve ürünlerini çeşitlendirmek zorunda kalmıştır (Garda, 2011, 201). Turizm sektöründe talebin çeşitliliği ve rekabetin yoğun olması nedeniyle, turizm işletmelerinin rakipleriyle başa çıkabilmek için yalnızca ürün ve hizmetlerini geliştirmesi yeterli olmamaktadır. Hedef kitlenin gözünde, iyi bir soyut imajla

sağlam bir yer edinmeleri ve bu durumu sürdürülebilir kılmaları gerekmektedir (Gökdeniz ve Aşık, 2008, 134).

Türkiye'ye yabancı turist girişi, ilk olarak Körfez Krizi ile azalma göstermiştir. Daha sonra 1999 yılında yaşanan finansal krizler, Marmara Bölgesinde yaşanan deprem felaketleri ve rezervasyon iptalleri nedenleriyle hem turist sayısında, hem de turizm gelirlerinde azalma olmuştur (Afşar, 2002, 152). Bu sebeplere, yakın dönemde (özellikle son 20 yıl) git-tikçe tırmanan ancak özellikle 2019 yılı itibarıyla düşüş gösteren ve neredeyse yok olma noktasına gelen terör saldırı ve eylemleri de eklenebilir. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990–1994) ile charter taşımacılığının geliştirilmesi ve yerli seyahat acentelerinin tur operatörlüğünün teşvik edilmesi, turistik tesis işletmeciliğinin geliştirilerek, küçük kapasiteli tesisler ve aile işletmeciliğinin teşvik edilmesi planlanmıştır. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996–2000) ile rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisinin geliştirilmesi, yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması, doğal ve kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğin sağlanması amaçlanmıştır. Ayrıca turizm türlerinin çeşitlendirilmesi, talep yapısına bağlı olarak küçük ölçekli işletmelerin gelişmesine öncelik verilmesi planlanmıştır. Türkiye otelcilik sektöründe, 1990'lı yılların ortalarında dünyadaki örnekleri izleyen bazı girişimlerin kalite yönetimi uygulamalarına giriştikleri görülmektedir. Bu yılların Türk zinciri TURTEL, Türkiye'de bir ilk olarak sahil bölgelerinde yerleşik otellerinde Toplam Kalite Yönetimine (TKY) geçmiştir. Bu yıllardan sonra sektör genelinde TKY uygulamaları konusunda artan bir bilinç ve uygulama zenginliği görülmeye başlanmıştır (Demirkol ve Halis, 2010, 59). TURTEL zincir otel işletmesinin Side, Sorgun, Belek ve Kuşadası'ndaki işletmelerinde, 1991 yılından itibaren rekabet koşullarının ağırlaşması, teknolojik gelişime ayak uyduramama, müşteri taleplerinin karşılanamaması ve çalışanların performansında azalma gibi sorunlardan dolayı dönüşüm kararı almış ve TKY uygulamaya konulmuştur. Yeni düzenlemelerin ardından işletmeyi tercih eden sürekli müşteri sayısında artış gözlemlenmiştir (Akoğlan Kozak ve Güçlü, 2003, 7).

İşletmelerin temel yetkinlikleri, yeni iş geliştirmenin temel kaynağıdır. Kurumsal düzeyde stratejinin odağını oluşturmalıdır. İşletmelerde rekabet üstünlüğünü, işletmelerin temel yetkinlikleri sağlamaktadır. Bu durum işletmelerin belirli bir ürün veya hizmete odaklanmasını ifade etmektedir. Bu çerçevede, Türkiye'deki turizm işletmelerinin, ziyaretçi sayısını artırmak için müşteri memnuniyeti temelli hizmetler sunarak müşterilerinden geribildirim almaları, ayrıca kalkınma planlarında yer alan turizm personeli yetiştirilmesine yönelik adımlar ve krizlerden etkilenmemesi için turizm endüstrisine kriz yönetim planlarının oluşturulması, geçmişte yaşanan olaylardan dersler çıkarıldığını ortaya koymakta, bu yönüyle öğrenen organizasyon özellikleri taşımaktadır denilebilir.

Onuncu Kalkınma Planı (2014–2018) ile turizmde nitelikli işgücü, tesis ve hizmet kalitesiyle uluslararası bir marka haline gelmesi, gelişme potansiyeli olan turizm alanlarının geliştirilmesi, üst gelir grubuna hitap eden turizm ürün ve hizmetlerinin çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesi ile sürdürülebilir bir turizm endüstrisi oluşturulması hedefleri bu kapsamda

kayda değer örnekler oluşturmaktadır. Böylelikle, kontrolsüzce büyüyen yabancı acentelerin karşısında yerli acentelerin desteklenmesi, yabancı yatırımcı karşısında küçük ölçekli yerli yatırımcıların desteklenmesi ile oyunun kuralları değiştirilmiştir. Bu kapsamda Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) tarafından, “Turizmin Yeni Rotası” sloganı ile duyurulan TÜRSAB ROTA projesi ile Türkiye’de turizm sektörünün uzun yıllardır hayalini kurduğu dev dijital dönüşüm başlatılmıştır (<https://www.tursab.org.tr/tursab-rotas>, Erişim Tarihi: 18. 06. 2020).

2000’Lİ YILLAR VE SONRASI

Uluslararası turizm sektöründe 1950 yılında 25. 000. 000 kişi turizm faaliyetlerinde bulunurken, 2000 yılına gelindiğinde 683. 000. 000 kişi, 2011 yılı verilerine göre ise 980. 000. 000 kişi turizm faaliyetinde bulunmuştur (Karataş ve Babür, 2013, 16). Diğer yandan 2018 yılına gelindiğinde Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nce (UNWTO) yayımlanan Turizm Barometresi’ne göre, dünyayı gezen turist sayısı, 2018 yılında 1. 4 milyar kişiye ulaşmıştır (<https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2018.16.1.3?journalCode=wtobarometereng>). Yıllar içerisinde artan seyahat eden kişi sayısına paralel olarak, turizm gelirleri de artış göstermektedir Türkiye’de, 2000’li yıllar itibariyle ekonomide önemli bir sorun olan enflasyonla mücadele sonuç getirmiş ve istenilen rakamlara indirgenebilmiştir. Sorunun çözümünün ardından, diğer bir ekonomik/sosyal sorun olan işsizlikle mücadele ele alınmıştır. Bu nedenle, yeni istihdam olanaklarının oluşturulması ekonominin yeni hedefi haline gelmiştir. Daha önce değinildiği üzere, sanayide artan otonomlaşıma istihdam olanaklarının bu sektörde artmasının önüne geçmişti. Fakat turizm sektörünün emek-yoğun hizmet veren bir sektör olması nedeniyle, teknolojik gelişmelerin bu sektörü istihdam bağlamında sanayi sektörü kadar olumsuz etkilememiştir (Yıldız, 2011, 69).

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001–2005) ile yatay ve dikey uyumla aşırı ölçüde büyüyen bazı yabancı tur operatörlerinin fiyat ve koşulları tek taraflı belirlemelerine sektörde son yıllarda sıklıkla rastlandığına ve bu durumun ülkemiz turizmi için olumsuz sonuçlar doğurduğuna dikkat çekilmiştir. Ayrıca, turizm tercihlerinin etkilendiği bölgelerde, yerel yönetimlerin ve halkın turizm ile ilgili kararlara katılmasının sağlanmasına değinilmiştir. Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007–2013) ile Türkiye’de son yıllarda yatak kapasitesindeki hızlı artışa ve kaydedilen önemli gelişmelere rağmen, tanıtım ve pazarlama konusunda yapısal bir reform gerekliliğine değinilmiş, planın yayımlandığı 2006 yılı itibariyle turizm eğitiminde henüz mesleki belgelendirme sistemine geçilememiş olmasının hizmet kalitesini olumsuz etkilediğine vurgu yapılmıştır. Onuncu Kalkınma Planı (2014–2018) ile turizmde nitelikli işgücü, tesis ve hizmet kalitesiyle uluslararası bir marka haline gelmesi, gelişme potansiyeli olan turizm alanlarının geliştirilmesi, üst gelir grubuna hitap eden turizm ürün ve hizmetlerinin çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesi ile sürdürülebilir bir turizm endüstrisi oluşturulması öngörülmüştür (Onuncu Kalkınma Planı, 2013, 114).

Özellikle Arap Baharı sürecinin 2010 yılının Aralık ayı itibariyle başlaması, bölge ülkelerinde yönetimlerin değişmesine, bazı ülkelerde de iç karışıklık ve çatışmaların yükselmesine sebep olmuştur. Söz konusu karışıklık ve çatışmalar neticesinde ciddi bir insan kitlesi yer değiştirmek zorunda kalmış, bölge ülkelerinin pek çoğunun demografik yapısında ciddi değişimler yaşanmış ve yaşanmaya devam etmektedir. Bu plansız göç faaliyetlerinden Türkiye'nin özellikle Ege Denizi kıyıları ile Trakya Bölgesinde Yunanistan ve Bulgaristan'a sınırı olan bölgeler de etkilenmiş ve etkilenmeye devam etmektedir. Arap ülkelerinde süren siyasal istikrarsızlık ile bu ülkelerdeki yatırımları kendi ülkemize çekmek adına yapılan yabancıların mülk edinme koşullarının yeniden düzenlenmesi, siyasal istikrar ve yüksek ekonomik büyüme gibi Türkiye'deki olumlu gelişmeler sonucunda, Arap ülkelerinden Türkiye'ye gelen turistlerin sayılarında artışlar olmuştur (Hacıoğlu ve Saylan, 2014, 72). Böylece Türkiye, kriz ortamında tarihsel bağlar, kültür benzerlikler, Türkiye menşeli ürünlerin (TV dizileri vb.) beğeniyle takip edilmesi gibi avantajlarından turizm sektöründe ve Arap ülkeleri özelinde rekabet üstünlüğü sağlamak için istifade etmiştir denilebilir. Ülkemizde ve dünyada son dönemde oldukça yaygınlaşan otel mukayese siteleri, seyahat blogları ve forumları ile turizm deneyimleri ile ilgili geribildirimlerin çoğalması, dünya genelinde daha fazla turistin işini kolaylaştırmıştır denilebilir.

On Birinci Kalkınma Planı (2019–2023) ile değişen tüketici eğilimleri, sezon sürelerinin uzatılması ve teknolojik gelişmelerin yardımıyla çeşitlendirilmesi, hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve harcama eğilimi yüksek olan turistlerin ülkemize çekilmesi ile konaklama süresi ve konaklama dışı harcamaların artırılması, her bir bölge özelinde ve değişim odaklı anlayış çerçevesinde sektörde dönüşümün gerçekleştirilmesi ve koruma-kullanma dengesi gözetilerek ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlanması hedeflenmiştir. Ayrıca, risk ve kriz durumlarında sektörün etkilenmemesi için risk ve kriz yönetim planları hazırlanması öngörülmüştür (On Birinci Kalkınma Planı, 2019, 99–100). On Birinci Kalkınma Planı (2019–2023) ile 2018 yılında 46. 100. 000 olan ziyaretçi sayısını 2023 yılında 75. 000. 000'a, 2018 yılında 29, 5 milyar Dolar olan turizm gelirinin 2023 yılında 65 milyar Dolara çıkarılması öngörülmektedir.

Turizm sektörünün politik ve ekonomik krizler karşısındaki kırılgan yapısı, kriz dönemlerinde söz konusu sektöre devlet kurumlarınca destek ve bazı kolaylıklar sağlanmasını zorunlu kılmaktadır. Nitekim 2019 yılında açıklanan On Birinci Kalkınma Planı (2019–2023) kapsamında risk ve kriz durumlarında sektörün etkilenmemesi için risk ve kriz yönetim planları hazırlanması öngörülmüştür. Türkiye'de, üniversitelerin turizm yönetimi alanında ön lisans, lisans ve lisansüstü programların yaygınlaşması, turizm alanında belirlene stratejiye devletin bir katkısı olarak da değerlendirilebilir. Bu kapsamda, Onuncu Kalkınma Planı (2014–2018) ile turizm sektörünün işgücü kalitesinin artırılarak, nitelikli turizm personeliyle turistlere daha yüksek standartlarda hizmet sunumuna önem verilmesi planlanmıştır. Türkiye'de kalkınma planları stratejik bir özellik taşımaktadır. Anılan planlardaki turizm başlığı altında stratejik hedefler belirlenmekte ve işletmelerin bu hedeflere ulaşılmasında

azami katkı sağlanması için gerekli düzenlemeler yapılmaktadır. Bu planlar aynı zamanda devletin de turizm endüstrisine sağlayacağı teşviklerle turizm gelirlerini artırması açısından da stratejik özellik taşımaktadır.

Tablo 1. Yıllara Göre Türkiye'nin GSYH, Mal İhracatı ve Turizm Gelirleri.

Yıl	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) (Milyon US Dolar)	Mal İhracatı (Milyon US Dolar)	Turizm Geliri (Milyon US Dolar)
1998	273, 441	26, 974	7, 177
1999	253, 472	26, 587	5, 203
2000	271, 913	27, 775	7, 636
2001	199, 023	31, 334	10, 450
2002	237, 142	36, 059	12, 420
2003	311, 487	47, 253	13, 854
2004	403, 134	63, 167	17, 076
2005	499, 310	73, 476	20, 322
2006	548, 010	85, 535	18, 593
2007	672, 233	107, 272	20, 942
2008	764, 573	132, 027	25, 415
2009	641, 801	102, 143	25, 064
2010	768, 291	113, 883	24, 930
2011	829, 761	134, 907	28, 116
2012	870, 184	152, 462	29, 007
2013	948, 342	151, 803	32, 309
2014	931, 383	157, 610	34, 306
2015	856, 961	143, 839	31, 465
2016	860, 551	142, 530	22, 107
2017	851, 000	157, 055	26, 284
2018	763, 000	168, 023	29, 513
2019	754, 412	171, 531	34, 520

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK).

Tablo 1’de görüldüğü üzere 2019 yılından Türkiye’nin turizm geliri tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Türkiye’nin turizm gelirlerindeki dalgalanmanın dünyayı etkisi altına olaylarla paralellik gösterdiği görülmektedir. Bu çerçevede turizm gelirlerinin ilerleyen dönemde giderek artış göstereceği değerlendirilmektedir. Turizm endüstrisinde gelirin azami seviyeye ulaşması hedeflendiğinden turizm geliri esas kabul edilmiş, Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin uluslarına göre bir sınıflandırma yapılmamıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Liberalleşme eğilimlerinin Soğuk Savaş’ın ardından hızlanması öncelikle Fukuyama’nın “Tarihin Sonu” tezini olumsuzlamaktadır. Zira liberalizm, özü itibarıyla “ilerlemeci-

lik” üzerine inşa edilen bir dünya görüşüdür. İlerlemecilik, aynı zamanda “inşacılık” düşüncesini de beraberinde getirmektedir. Doğal olarak bir şeyi sonlandırmak ve/veya onu durdurmak liberalizme zıt bir seyir olarak nitelendirilebilir. Diğer yandan Wallerstein’in (2011) deyimi ile “Merkez” ülkeler ki bunlar gelişmiş, liberal ve kapitalist olarak nitelendirilmektedir, dünyayı küresel bir piyasa haline getirmek için gerekli çabayı fazlasıyla sarf etmektedirler. Bu durum ise “merkez”in çevresinde ve dışarısında kalan diğer tüm ülkeleri sistemin bir parçası haline zorunlu olarak getirmektedir. İş bu noktada asıl soru; Türkiye’nin 1980’lerle birlikte siyasi olarak liberal, ekonomik olarak kapitalist, 1990’larla birlikte ise küreselleşmeye dâhil olacak politikalar benimsemesi bir tercih miydi yoksa zorunluluk mu? Bu soruya net/tek bir yanıt vermek oldukça safillik olur zira Huntington’ın “Demokratikleşme Dalgaları”ndan bahsettiği eserinde, konjonktürel olayların tüm dünyayı ne denli etkilediğini vurgulamış ve küresel bir olgunun yine küresel etkilerinden bahsetmektedir.

Diğer yandan sadece küresel boyutta değil asgari insan ilişkilerinde dahi pek çok konu siyasi/ekonomik/sosyal/dini anlamları ve etkileri bünyesinde barındırmaktadır. Bir yandan oldukça liberal, kapital ve küresel bir konu diğer yandan turizm gibi bir sektörün inşasını doğrudan etkilemektedir. Turizm sektöründe hizmeti alanın da hizmeti verenin de insan olduğu dikkate alındığında yönetim şeklinin belirlenmesinde bu husus öne çıkmaktadır. Burada değinilen insan faktörünün de çeşitli uyruklara sahip, farklı dilleri konuşan ve tamamen farklı kültür yaşam tarzına sahip kişiler olduğu göz önüne alındığında çeşitliliğin arttığı ve bu durumun seçilen yönetim yaklaşımının daha dikkatli seçilmesini gerektirdiği bir gerçektir. Sanayi alanında, başta imalat sektörü olmak üzere bazı bilimsel yöntemler daha kullanışlı olabilirken turizm işletmeleri, insan temelli doğası gereği farklı özellikler taşımaktadır. Deniz ve Çetin (2018, 33–34) turizmin insan temelli ve emeğin yoğun kullanılması gibi yapısal özelliklerinin bu sektörü diğer sektörlerden ayırdığını ve özel yönetsel uygulamalar gerektirdiğine dikkat çekmiştir.

Bu değişim, yakın geçmişte dünya genelinde COVID-19 salgını ile tecrübe edildiği üzere oldukça çaresiz kalınan durumları da kapsamaktadır. Bu süreçte bütün dünyada turizm hareketleri durma noktasına gelmiş, kamu öncülüğünde tanıtım ve bazı yasal kolaylıklarla turizm işletmelerinin ayakta kalmasına yönelik bir yönetim yaklaşımı izlenmektedir. Bu örnekle anlaşılacağı üzere her dönemde geçerli ve kullanılabilir bir yönetim yaklaşımı olmadığı gibi geçmişte başarılı şekilde uygulanan yönetim yaklaşımlarının gelecekte tam bir uyum sağlayamayacağı öngörülmektedir. Bu çerçevede, değişen sosyal/ kültürel/ ekonomik/ siyasal koşullara uygun, sektör özelliklerine göre uygulanabilirliği olan yönetim yaklaşımları üzerine çalışmalar yapılması önerilebilir. Ayrıca, ülkelerin içinde bulunduğu çeşitli siyasal koşullara uygun, söz konusu ülkelerin kültürel yapılarını da gözetenek en uygun yönetim yaklaşımlarının belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılabilir. Benzer şekilde, COVID-19 salgınının yaşandığı ülkelerin stratejik plan ve stratejik yönetim yaklaşımlarının ne ölçüde başarılı olduğunu belirlemeye yönelik karşılaştırmalı araştırmalar yapılabilir. Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin uyruklarına bağlı olarak gelecekte potansiyel misafir uluslara yöne-

lik tanıtım ve bilgilendirme olanakları ile en az misafir ağırlanan ülkelerden gelecek ziyaretçileri artırmaya yönelik izlenmesi gereken yollar üzerine araştırmalar yapılması önerilebilir. Ayrıca Türk Lirasının yabancı paralar karşısındaki durumunun Türkiye turizmine etkileri üzerine detaylı çalışmalar yapılması değerlendirilebilir.

Son yıllarda internet üzerinden konaklama ve ulaşım fiyatlarını mukayese eden web sitelerinin sayısındaki artış, yüksek rekabet ortamında firmaların uygulaması gereken yönetim ilkelerinden kaçınmalarını imkânsız hale getirmiştir. Bu yüksek rekabet ortamında yenilikten ve değişimden kaçınan işletmeler yok olmaya daha yakın konumda bulunmaktadır. Bu aşamada yüksek rekabet ortamında uygulanması öngörülen “The New 7s” olarak adlandırılan unsurlar devreye girmektedir. Geleneksel yaklaşıma karşı çıkan davranışçı yaklaşım, denetim fonksiyonunda personeli ön planda tutmuştur. Davranışçı yaklaşım, geleneksel yaklaşımda ileri sürülen yetki-sorumluluk ve ast-üst ilişkisinin çalışanlara değer vermeyen ve onları küçük düşüren uygulamalar olduğunu savunmaktadır. Araştırmanın kısıtlarından belki de en büyüğü turizm endüstrisinin tamamen özel sektör tekelinde ve standart bir yaklaşımla yönetilemeşiştir. Örnekler birbirlerinde oldukça büyük farklılıklar gösterebilmektedir. COVID-19 salgını da dünya turizm endüstrisini etkilemiştir.

Uluslararası mecrada Türkiye'nin gerçekleştirmiş olduğu atılımlar, beraberinde akademik camianın da turizm sektörü üzerine çalışmalar yapmasını tetiklemiştir. Bu kapsamda, özellikle son 20 yıllık dönemde üniversitelerdeki ön lisans ve lisans düzeyindeki mesleki eğitim veren turizm okullarının sayısında ciddi bir artış olmuştur (Akoğlan Kozak, 2009, 1). Sonuç olarak Türkiye, sahip olduğu turizm potansiyelini harekete geçirebildiği ölçüde uluslararası turizmde söz sahibi olacaktır (Akça, 2016, 726). Bunun yolu da dönemin ihtiyaçlarına ve ruhuna uygun, turizmde etkin ve verimli hizmet sağlayacak yönetim teknik ve yaklaşımlarının uygulanmasından geçmektedir. Türkiye, turizm alanında 1980'li yıllardan itibaren en temel yetkinliği olan deniz turizmi ile turizm endüstrisinden pay almaya başlamıştır. Ancak daha sonra turizm ürünlerinin çeşitlenmesi ile başta sağlık turizmi olmak üzere avantajlı olduğu çeşitli konularda gelişme göstermiş ve ziyaretçi sayısını artırmıştır. Türkiye'nin gelecekte yükselmesi beklenen alanları tespit ederek yetkinliklerini hizmete dönüştürmesi ve ziyaretçi sayısını artırması hedeflenebilir.

KAYNAKLAR

- Afşar, A. (2002). Türkiye Turizm Sektörü'nde Konaklama İşletmelerinin Finansal Analizi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 147-166. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/798113>
- Akça, Y. (2016). Türkiye'nin Kalkınma Planlarında Turizm Politikası. *International Conference on Eurasian Economies 2016*, 721-726. Kaposvár, Hungary: Eurasian Economists Association.
- Akoğlan Kozak, M. ve Güçlü, H. (2003). Turizm İşletmelerinde Değişim Yönetimi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 5(1), 1-15. Erişim adresi: <http://www.isguc.org/?p=article&id=29&cilt=5&sayi=1&yil=2003>

- Akoğlan Kozak, M. (2009). Akademik Turizm Eğitimi Üzerine Bir Durum Analizi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, 22, 1–20. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/217360>
- Akyol, C. ve Zengin, B. (2016, 22 Nisan). *Sakarya'da Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerinde Uygulanan Stratejik Yönetim Yaklaşımları*. 15. Geleneksel Turizm Sempozyumunda sunulan bildiri, Balıkesir.
- Altürk, A. (2018). *Türkiye Turizm Literatürünün Durumu: Uluslararası Dergi Makalelerinin Bibliyometrik Analizi* (Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Bahar, O. (2007). Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C9/S1, 61–78.
- Barutçugil, İ. S. (1989). *Turizm İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş.
- Baş, İ. (2017). Türk Turizminin Dünyadaki Güçlü Rolü ve Sağlık Turizmine Etkisi. *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, 4(11), 49–68. Doi: 10.17369/UHPAD.2017.2.2
- Beyaz, Z. ve Karabacak, G. (2018). Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkisi. *International European Journal of Managerial Research*, 2(2), 56–75. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/530247>
- Çıracı, H. , Turgut , S. ve Kerimoğlu, E. (2008). Sürdürülebilir Turizm Gelişimi İçin Bir Yönetim Modeli Önerisi: Frig Vadisi Örneği. *İTÜ Dergisi/a Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 7(2), 89–102. Erişim adresi: http://itudergi.itu.edu.tr/index.php/itudergisi_a/article/viewFile/175/164
- Dalgın, T. , Karadağ, L. , Bingöl, Z. (2015). Türkiye'de Turizm Girişimciliğinin Gelişimi Ve Turizmle İlgili Sağlanan Teşvikler. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 4, Sayı 1, 174–184.
- Dardot, P. & Laval C. (2012). *Dünyanın Yeni Aklı Neoliberal Toplum Üzerine Deneme*, (Çev. I. Ergüden). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Demirkol, Ş. ve Halis, M. (Edt.) (2010). *Turizm İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Deniz, G. ve Çetin, B. (2018). İşgörenlerin “Dışsal Prestij ve Örgütsel Destek” Algılamalarının Demografik Nitelikler Açısından Değerlendirilmesi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *JOMAT Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 3(1), 23–36. doi:10.31822/jomat.422941
- Dilek, S. E. ve Kulakoğlu Dilek, N. (2017). Dünyada ve Türkiye'de Yaşanan Olayların Turizme Yansımaları: 1960'tan Günümüze Tarihsel Bir Değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1083–1108. doi:10.17218/hittisobil.340417
- Erdil Şahin, B. (2018). Türkiye'de Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(3), 239–253. doi:10.11611/yead.449497
- Eğilmez, M. (2020). *Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Fukuyama, F. (1999). *Tarihin Sonu ve Son İnsan* (Çev. Z. Dicleli). İstanbul: Gün Yayınları.
- Garda, B. (2011). Macera Turizmi Pazarına Genel Bir Bakış. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(1–2), 189–200. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/116713>
- Gök, T. ve İnce, C. (2017). Turizmin Etkilerine Yerel Halkın Bakışı: Bişkek Örneği. *Journal of Turkish Studies*, 12(31), 125–150. doi:10.7827/TurkishStudies.12713
- Gökdeniz A. ve Aşık, N. (2008). Küresel Rekabet Ortamında Turizm İşletmelerinde Soyut İmaj Oluşturma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(20), 134–149. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/857303>
- Göral, R. (2014). *Turizm İşletmelerinde Stratejik Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güçlü Nergis, H. (2012). Otel İşletmeciliği. İçinde M. A. Kozak (Edt.), *Otel İşletmelerinde Yönetim* (ss. 29–53). Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

- Hacıoğlu, N. ve Saylan, U. (2014). Arap Baharı'nın Turizme Yansımaları: Arap Ülkeleri ve Türkiye. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(32): 55–80. doi:10.31795/baunsobed.645495
- Harari, Y. N. (2018a). *21. Yüzyıl İçin 21 Ders*. İstanbul: Kolektif Kitap, Bilişim ve Tasarım Ltd. Şti.
- Harari, Y. N. (2018b). *Hayvanlardan Tanrılara Sapiens İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi*. İstanbul: Kolektif Kitap, Bilişim ve Tasarım Ltd. Şti.
- Kandır, S. Y., Karadeniz, E., Özmen, M. ve Önal, Y. B. (2008). Türk Turizm Sektöründe Büyüme Göstergelerinin Turizm İşletmelerinin Finansal Performansına Etkisinin İncelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 211–237. Erişim adresi: <http://acikerisim.deu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.12397/5406/10.1%2520kand%25C4%25B1r%2520karadeniz%2520%25C3%25B6zmen%2520%25C3%25B6nal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Karagöz, K. (2008). Türkiye'nin Turizm Potansiyeli: Çekim Modeli Yaklaşımı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 149–156. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/154369>
- Karataş, M. ve Babür, S. (2013). Gelişen Dünya'da Turizm Sektörünün Yeri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 15–24. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/107229>
- Kingir, S., Sancar, M. F. ve Akay, B. (2012). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetiminin Krizlerden Etkilenme Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma: Şanlıurfa Örneği. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(4), 7–30. Erişim adresi: <http://busbed.bingol.edu.tr/tr/download/article-file/434512>
- Köroğlu, Ç. ve Aktaş, R. (2014). Turizm Sektöründe Kurumsal Yönetim Anlayışı ve İç Denetim İlişkisi: Marmaris Bölgesinde Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 273–290. Erişim adresi: https://www.isarder.org/isardercom/2014vol6issue3/vol_6_issue_3_article013_full_text.pdf
- Marx K. & Engels F. (2018). Komünist Manifesto (Çev. T. Bora). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007). *Türkiye'de Turizm Ekonomisi*. İstanbul Ticaret Odası (İTO) Yayın No: 2007–69, 1–194.
- Pınar, İ. (2005). Turizm Endüstrisinde E–Ticaret. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2005 Güz, 28–55. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/69056>
- Ricardo, D. (2008). *Siyasal İktisadın ve Vergilendirmenin İlkeleri*. (Çev. B. Zeren) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sargut, S. (2015). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası Turizmde Son Eğilimler Ve Türkiye'de Turizm Politikalarının Evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı 4, 1–18.
- Şit, M. (2016). Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, Cilt: 7 Sayı:1, 101–117.
- Tek, M. (2009). Kamu Yatırımlarında Turizmin Yeri, Türkiye Turizm Stratejisi 2023'de Marka Kentler Projesi: Eleştirel Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 169–184. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/154387>
- Toker, B. (2007). Türkiye'de Turizm Sektörü Teşviklerinin Değerlendirilmesi. *Yönetim Ve Ekonomi*, Cilt:14 Sayı:2, 81–92.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963–1967). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Birinci-Be%C5%9F-Y%C4%B1l%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1963-1967%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 02. 06. 2020.

- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968–1972). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/%C4%B0kinci-Be%C5%9F-Y%C4%B1l%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1968-1972%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 02. 06. 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973–1977). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/%C3%9C%C3%A7%C3%BCnc%C3%BC-Be%C5%9F-Y%C4%B1l%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1973-1977%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 03. 06. 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979–1983). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/D%C3%B6rd%C3%BCnc%C3%BC-Be%C5%9F-Y%C4%B1l%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1979-1983%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 03. 06. 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985–1989). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Be%C5%9Finci-Be%C5%9F-Y%C4%B1l%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1985-1989.pdf>, Erişim Tarihi: 04. 06. 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990–1994). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Alt%C4%B1nc%C4%B1-Be%C5%9F-Y%C4%B1l%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1990-1994%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 04. 06. 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996–2000). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Yedinci-Be%C5%9F-Y%C4%B1l%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1996-2000%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 05. 06. 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001–2005). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Sekizinci-Be%C5%9F-Y%C4%B1l%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2001-2005.pdf>, Erişim Tarihi: 05. 06. 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007–2013). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Dokuzuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2007-2013%E2%80%8B.pdf>, Erişim Tarihi: 06. 06. 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). Onuncu Kalkınma Planı (2014–2018). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Onuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2014-2018.pdf>, Erişim Tarihi: 06. 06. 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2020). On Birinci Kalkınma Planı (2019–2023). Erişim adresi: <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/On-Birinci-Kalkınma-Planı.pdf>, Erişim Tarihi: 07. 06. 2020. <https://www.eunwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2018.16.1.3?journalCode=wtobarometereng> (Erişim Tarihi: 02. 10. 2020).
- Ünlüönen, K. ve Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2004(1), 131–156. Erişim adresine ulaşılammamıştır. www.gazi.edu.tr/posts/download adresinden doğrudan indirilebilmektedir.
- Yavuz, M. C. ve Karabağ, S. F. (2005). Ulusal Turizm Tanıtımı ve PazarlamaYönetimi Örgütlenmesi: Türkiye için Bir Model Önerisi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(36), 113–130. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/212158>

- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/213959>
- Wallerstein, I. (2011). Dünya Sistemleri Analizi Bir Giriş, (Çev. E. Abadoğlu), BĞST Yayınları, İstanbul.
- Hilton International Holding (2020). Erişim adresi: <https://www.hilton.com/tr/corporate/#1950'ler>, Erişim Tarihi: 11. 06. 2020.
- Türkiye İstatistik Enstitüsü (TÜİK) (2020). Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr/Start.do>, Erişim Tarihi: 19. 07. 2020.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) (2020). Erişim adresi: <https://www.tursab.org.tr/tursab-rota>, Erişim Tarihi: 18. 06. 2020.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, C. 3, S. 5, 54-71.