

**TURİZM İŞLETMELERİNİN
SOSYO-EKONOMİK KALKINMADA
SAĞLAYACAĞI KATKILARIN ANALİZİ:**

TEKİRDAĞ İLİ ÖRNEĞİ

Bahar TÜRKAY

**Yüksek Lisans Tezi
İşletme Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Ahmet KUBAŞ**

**T.C.
NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TURİZM İŞLETMELERİNİN
SOSYO-EKONOMİK KALKINMADA
SAĞLAYACAĞI KATKILARIN ANALİZİ:
TEKİRDAĞ İLİ ÖRNEĞİ**

**BAHAR TÜRKAY
İŞLETME ANABİLİM DALI**

DANIŞMAN: PROF. DR. AHMET KUBAŞ

TEKİRDAĞ-2015

Her hakkı saklıdır

T.C.
YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
ULUSAL TEZ MERKEZİ

TEZ VERİ GİRİŞİ ve YAYIMLAMA İZİN FORMU

Referans No	
Yazar Adı/Soyadı	
Uyruğu/T.C. Kimlik No	
Telefon/ Cep Telefonu	
E-Posta	
Tezin Dili	
Tezin Özgü Adı	
Tezin Tercümesi	
Konu Başlıkları	
Üniversite	
Enstitü/Hastane	
Anabilim Dalı	
Bilim Dalı/Bölüm	
Tez Türü	
Yılı	
Sayfa	
Tez Danışmanları	
Dizin Terimleri	
Önerilen Dizin Terimleri	
Yayımlama İzni	<input checked="" type="checkbox"/> Tezimin yayımlanmasına izin veriyorum <input type="checkbox"/> Ertelenmesini istiyorum

Yukarıda başlığı yazılı olan tezimin, ilgilenenlerin incelenmesine sunulmak üzere Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi tarafından arşivlenmesi, kağıt, mikroform veya elektronik formatta, internet dahil olmak üzere her türlü ortamda çoğaltılması, ödünç verilmesi, dağıtım ve yayımı için, tezimle ilgili fikri mülkiyet haklarım saklı kalmak üzere hiçbir ücret(royalty) ve erteleme talep etmeksizin izin verdiğimi beyan ederim.

...../...../20...
İmza:.....

ÖZET

Turizm hızla gelişen dünya içerisinde aktif rolü büyük olan ve sürekli gelişme gerçekleştiren bir konumdadır. Turizm sektöründe ortaya çıkan arz ve talep bir bölgedeki sosyo-ekonomik kalkınma açısından önemli bir pazar haline gelmiştir. Turizm ekonomileri ve turizm faaliyetlerinin sağladıkları sosyal kültürel etkiler bir bölgenin kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle Türkiye gibi turistik ürün arzı yadsınamayacak kadar fazla olan bir ülkede turizm olgusu hem ekonomik hem sosyal hem de kültürel anlamda bölgeye büyük katkılar sağlamaktadır.

Bu araştırmada, turizm endüstrisi ve diğer endüstrilerle olan ilişkisi, turizm işletmelerindeki girdi ve çıktıların sosyo-ekonomik anlamdaki etkileri, ve bu etkilerin Tekirdağ ili örneği dahilinde analiz edilerek; bölgeye turistik anlamda sağlanabilecek kalkınma önerilerinin de yer alması amaçlanmaktadır. Bu anlamda çalışma ayrıca, turizmin ve turizm işletmelerinin sosyo-kültürel değişimi sağlayışı, ekonomik refahı arttırmaları ve bölgedeki dengeli kalkınmaya olan faydalarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu açıdan sadece şimdiki durum analizleri yanında gelecek analizlerinin de bulunduğu veriler çalışmada yer almaktadır. Özellikle konaklama işletmelerinin diğer sektörlerdeki işletmelerle yapmış oldukları mal ve hizmet alışverişlerinin bölgeye olan sosyo-ekonomik katkıları araştırılmıştır. Turizmin Türkiye genelindeki ekonomik katkılarının sayısal değerleri de yorumlanarak çalışma genişletilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İşletme, Sosyo-Ekonomik Kalkınma, İstihdam, Tekirdağ

SUMMARY

Tourism has has a position whis is a large and an active role in the rapidly developing world that performs continuous improvement. Supply and demand in the tourism sector emerging area has become an important market in terms of socio-economic development. Economic, social and cultural effects of tourism and tourism activities play an important role in the development of a region. In particular, the tourism phenomenon in a country with as much undeniable tourist product supply such as Turkey, makes a substantial contribution to the region in terms of both economic and social and cultural.

In this research, tourism industry and its relation other industries, the input and output of tourism in socio- economic terms, the impact of business and analyzed these effects within the sample Tekirdağ province; can be supplied to the sense of tourist development proposal is intended to take place. In this sense, the study also socio-cultural changes of tourism and tourism business providence aims to identify the benefits of a balanced development in the economic prosperity and increase their region. In this respect, beside the information for tourism present, research also has future analyses. In particular, the region of the accommodation establishments have done business with which they exchange goods and services in other sectors of socio-economic contribution research. The numerical value of the economic contribution of tourism to Turkey has also been extended by interpreting general study.

Keywords: Tourism, Operation, Socio-Economic Development, Employment, Tekirdag

İÇİNDEKİLER

ÖZET	I
SUMMARY	II
İÇİNDEKİLER	III
TABLO LİSTESİ	VIII

GİRİŞ	1
--------------------	---

BÖLÜM 1

1. TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZM İŞLETMELERİ	3
1.1. Turizm Endüstrisi.....	3
1.1.1. Tanımı.....	3
1.1.2. Turizm Endüstrisinde Yer Alan İşletmeler.....	4
1.2. Turizm İşletmelerinin Sosyo-Ekonomik Katkıları.....	5
1.2.1. Turizm Sektörünün Mal ve Hizmet Alımları İle Ekonomiye Etkileme Seviyesi.....	5
1.2.2. Ekonomi ve Turizm Sektörünün Etkileşimi Turizmin Etkileme Derecesi.....	6
1.2.3. Turizm İşletmelerinin Doğrudan Etkilediği Sektörler.....	7
1.2.4. Turizm İşletmelerinin Parasal Ekonomik Etkileri.....	8
1.2.5. Turizmin İşletmelerinin Döviz Arz ve Talebine Etkisi.....	10
1.2.6. Turizm İşletmelerinin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi.....	11
1.2.7. Turizm İşletmelerinin Fiyat İstikrarı Üzerine Olan Etkisi.....	12
1.2.8. Turizm İşletmelerinin Gelir Etkisi.....	13

1.2.9. Turizm İşletmelerinin Diğer Sektörler Üzerine Etkisi.....	15
--	----

BÖLÜM 2

2. TURİZMİN EKONOMİK FONKSİYONLARI.....	17
2.1. Turizm İşletmelerinin İstihdam Üzerine Etkisi.....	17
2.1.2. Turizm İşletmelerin Büyüklüklerine Göre İstihdam Oluşturulması.....	20
2.2. Turizmin İstihdam Etkisi, Temin Kaynakları ve Ekonomik Etkiler.....	23
2.2.1. Turizm İşletmelerinin İstihdam Yaratmak İçin Kullandığı İç Kaynaklar.....	24
2.2.2. Turizm İşletmesi İçİ İş Duyuruları ve Başvuru Düzenlemeleri.....	25
2.2.3. Terfi ve Nakil (İç Transferler).....	25
2.2.4. Diğer Yöntemler.....	27
2.2.5. İç kaynaklardan Yararlanmanın Turizm İşletmelerinin İstihdamına Olumlu Yönleri.....	28
2.2.6. İç Kaynaklardan Yararlanmanın Sakıncaları.....	29
2.3. Turizm İşletmelerinin İstihdam Yaratmak İçin Kullandığı Dış Kaynaklar.....	30
2.3.1. İlan Yolu.....	31
2.3.2. İş Duyuruları.....	32
2.3.3. Turizm İşletmelerine Ekonomik Açıdan Katkı Sağlayan İstihdam Sağlama Şekli.....	33
2.3.4. Mevcut İşgörenlerin Tavsiyeleri ve Kulaktan Kulağa Yöntemi.....	34

2.3.5. Turizm İşletmeleri ve İşçi Bulma Kurumları Bağı.....	35
2.3.6. Resmi İş ve İşgören Bulma Kuruluşları (Kamu İstihdam Kurumları).....	35
2.3.7. Özel İş ve İşgören Bulma Kuruluşları.....	36
2.3.8. Okullar, Üniversiteler, Öğretim Kurumları.....	37
2.3.9. Sendikalar ve Mesleki Kuruluşlar.....	38
2.4. Turizm İşletmelerinin Sosyal Etkilerinden Bir Diğeri: Sosyal Medya.....	39
2.4.1. Turizm İşletmelerinde İnternet Üzerinden İstihdama Yaklaşım.....	39
2.5. Diğer Kaynaklar.....	40
2.6. Sürekli Statüde İşgören Teminine Alternatif Yollar.....	41
2.7. Geçici İşgören İstihdamı	42
2.8. İşgören Kiralama (Leasing)	42
2.9. Bağımsız Çalışanlardan Yararlanma.....	43
2.10. Uluslararası İşgören Sağlama.....	43
2.11. Kültürler Arası Yaklaşımlar.....	44

BÖLÜM 3

3. TURİZM İŞLETMELERİNİN ETKİLERİ	46
3.1. Turizm İşletmelerinin Sosyal Etkileri.....	46
3.2. Turizm İşletmelerinin Çevreye Etkileri.....	46
3.3. Turizm İşletmelerinin Toplumsal ve Kültürel Etkileri.....	47
3.4. Turizmde Sektöründe Analizler ve Etkiler.....	48
3.4.1. Türkiye’de Turizm Gelirleri ve İhracatı.....	49
3.4.2. Turizm Sektörü İhracat Tutarı ve Alt Detayları.....	50
3.4.3. Türkiye’de Turizm Tesislerinde Yatak Başı Maliyetler ve Toplamlar....	51
3.4.4. Turizmin Sosyo-Ekonomik Olarak Katkı Verdiği Seçilmiş Bazı Sektörler.....	52

BÖLÜM 4

4. TEKİRDAĞ’IN KONUMU VE TURİSTİK ÖZELLİKLERİ	55
4. 1. Tekirdağ İlinin Turizm Potansiyeli.....	55
4.2. Tekirdağ Turizm Sektörünün ve İşletmelerinin Sosyo-Ekonomik Etkileri.....	56
4.3. Tekirdağ’da Turizm Türleri ve Sosyo-Ekonomik Etkileri.....	58
4.4. Tekirdağ ve Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Yeri ve Önemi.....	59
4.5. Tekirdağ İli Turizm İşletmeleri.....	60
4.6. Bakanlığımızdan Turizm Yatırımı Belgeli Tesisler.....	62
4.7. Bakanlığımızdan Turizm İşletme Belgeli Seyahat Acentaları.....	63

4.8. Belediyelerden Belgeli Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı ve Kapasiteleri.....	64
4.9. Turizm İşletmesi Belgeli Seyahat Acentaları.....	65
4.10. Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesisleri.....	69
4.11. Turizm İşletmesi Belgeli Yeme-İçme Tesisleri.....	71
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	73
KAYNAKÇA.....	75

TABLO LİSTESİ

<u>Tablo No</u>	<u>Sayfa No</u>
Tablo 1 : Turizm Sektörünün Mal Ve Hizmet Alımları İle Ekonomiye Etkileme Seviyesi	5
Tablo 2: 2000 Öncesi Ve Sonrası Dönem	7
Tablo 3: Girdi Alınan Sektörler	8
Tablo 4 : Turizm Gelirlerin GSMH içindeki Payı	14
Tablo 5: Tesislerde Giderlerin Dağılımı	19
Tablo 6: Turizmde İstihdam	21
Tablo 7: Turizm Geliri ve İhracat Verileri	50
Tablo 8: Turizm Gelirleri ve İhracat Alt Detayları	50
Tablo 9: Turizm Tesislerinde Yatak Başı Maliyetler ve Toplamları (TL)	52
Tablo 10: Turizmin Sosyo-Ekonomik Olarak Katkı Verdiği Seçilmiş Bazı Sektörler	54
Tablo 11: Tekirdağ İli Turizm İşletmeleri	60
Tablo 12: Bakanlığımızdan Turizm Yatırımı Belgeli Tesisler	62
Tablo 13: Bakanlığımızdan Turizm İşletme Belgeli Seyahat Acentaları	63
Tablo 14: Belediyelerden Belgeli Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı Ve Kapasiteleri	64
Tablo 15: Turizm İşletmesi Belgeli Seyahat Acentaları	66
Tablo 16: Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesisleri	70
Tablo 17: Turizm İşletmesi Belgeli Yeme-İçme Tesisleri	72

GİRİŞ

1980’li yıllar daha çok ekonomideki bazı yapısal değişimlerin yaşandığı yıllar iken, Türkiye’nin sosyo ekonomik ve sosyo kültürel yapılarında da bir değişimin meydana geldiği yıllar olmuştur. O yıllardan bugüne yaşanan değişim içerisinde Türkiye’nin ekonomik ve sosyal hayatını önemli bir şekilde etkileyen sektörler ve oluşumlardan biri de ‘turizm’ olmuştur. Bu bağlamda sağlanan teşvikler ile turizmde 1980 öncesi olan yapıdan çok farklı olan ve daha ilerlemiş bir işleyiş tarzı ortaya çıkmıştır. Sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel anlamda özellikle 1980’lerden sonra büyük gelişmeler gösteren turizm sektörü bir kalkınma aracı olarak önemli bir role sahip olmuştur. Turizm işletmelerinin sağladığı istihdam milyonlarca insanı kapsamakta, bu işletmelerin satın aldığı mal ve hizmetler bugün doğrudan 54 sektörü etkilemekte, taşımacılık, kültürel konularda da turizm işletmeleri büyük katkılar sağlamaktadırlar. Günümüzde 1,2 milyon insanın istihdam ettiği bu sektör yaklaşık olarak 5 milyon bireyin hayatlarına da doğrudan bir etki yaratmaktadır (Durgun, 2006: 14-15).

En az yatırımla en çok istihdamın yaratıldığı ikinci sektör olan turizm sektörü Tekirdağ gibi beldelerde de sürdürülebilir hayat kalitesini de büyük oranda olumlu etkilemiştir. Tekirdağ beldesinde yaşayan halk turizmden sağlamış olduğu rakamsal refah yükselmesinin yanında okullardan alışveriş merkezlerine, hastanelerden marketlere kadar da birçok imkana kavuşmuştur. Türkiye açısından incelenecek olursa hem kamu hem de özel sektör yatırımlarıyla da turizm alanına yeni alt yapı ve üst yapı hizmetleri getirilmiştir. Bu açıdan Türkiye, 35 milyonu geçen yabancı ziyaretçileri ağırlar hale gelerek ve kazanç olarak 29 milyar dolarlık gelirin de bu dinamikler ile şekillenmesine yardımcı olmuştur (AKTOB, 2014: 8).

Bu açıdan turizm işletmeleri ve turizm olgusu yanında ekonomik, sosyal ve kültürel hayatta büyük etkiler yaratırken bunlarla birlikte insan kaynaklarının daha özenli bir eğitim ile kalifiye hal almasını ve harcanacak sermaye ve katma

değerin yüksek olmasını, araştırma geliştirme departmanlarının da orta vadede yararlı olmasını ve özellikle uzun dönemli dış açıkları kapatmada da istihdam ve diğer etkilerle sosyal hayata büyük etkide bulunmuştur. Araştırmada bu katkılar incelenerek, sayısal veriler dahilinde turizm işletmelerinin ekonomik ve sosyal hayattaki etkileri Tekirdağ ili örnek alınarak incelenmiştir. Bu anlamda turizmin yaygınlık kazandığı bir bölgedeki turizm işletmelerinde yeni iş ve uzmanlık alanlarının açılışı, istihdam etkileri yanında kültürel anlamda insana olan sosyal etkileri de detaylandırılmıştır. Ayrıca Türkiye İstatistik Kurumu'nun derlediği bazı analizler eşliğinde Türkiye'de ve Tekirdağ ili içerisinde turizm sektörünün ve işletmelerinin sosyo ekonomik çerçevesi ortaya çıkarılarak turizm işletmelerinin sosyo-ekonomik katkılarının daha iyi anlaşılması sağlanmaya çalışılmıştır.

Turizm olgusu ekonomik yapıyı etkileyen sosyal bir olgu olduğu için sosyo-ekonomik boyutta önemli bir hal almaktadır ve bu açıdan incelenebilmektedir. İnsan kavramı ile birlikte ortaya çıkan ekonomi kavramı da doğal bir gereksinim ile ortaya çıkmıştır. Ekonomik faaliyetler içerisinde insanların karşılıklı olarak etkileşimleri bulunmaktadır. Bu etkileşimlerin ortaya çıktığı çevre veya destinasyonlar da sosyo-ekonomik boyut açısından büyük önem taşımaktadırlar. Araştırmada ekonomik ve sosyal boyut ile birlikte turizm ve turizm işletmeleri olguları ele alınmıştır.

Araştırmanın ilk bölümünde turizm sektörü ve turizm işletmeleri, ikinci bölümünde turizm işletmelerinin ekonomik etkileri ve istihdam yönü, üçüncü bölümde turizm işletmelerinin sosyal ve ekonomik etkileri örnekli analizler dahilinde incelenmiştir. Araştırmanın son bölümünde Tekirdağ ili hem genel anlamda hem de turizm işletmeleri dahilinde ele alınmıştır. Tekirdağ ili içerisinde gerçekleşen kültür turizmi, yaz turizmi ve bunlar dışındaki alternatif turizm çeşitleri yanında bunlara bilimsel bir anlam kazandıracak Namık Kemal Üniversitesi'nin de önemi vurgulanmıştır.

BÖLÜM 1

1. TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZM İŞLETMELERİ

1.1. Turizm Endüstrisi

1.1.1. Tanımı

İnsanların, herhangi bir kazanç maksadı bulunmadan sürekli olarak ikamet ettikleri yerlerin dışına çıkarak yapmış oldukları seyahat ve gittikleri yerlerdeki geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgili olan faaliyetlerdir. Diğer bir tanım ise şu şekildedir: “Turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahat etmeleri ve buralarda genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkilerin bütünüdür.”(Kozak, 1998: 10). İnsanlar, tarihin her çağından beridir seyahat etmektedirler. Ancak, günümüzde sanayinin gelişmesi, kişi başına düşen gelirin artması, refah düzeyinin gelişmesi, insanların boş zamanlarının çoğalması, turizmin gelişmesine olanak sağlamıştır (Kozak, 2008: 10).

Turizmin tanımından hareketle turizm endüstrisi; “Turistlerin, ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinme duydukları ulaştırma, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşılayan faaliyet alanlarının tümüdür” şeklinde tanımlanabilir (www.aktob.org.tr).

Turistler bu tanımlardan yola çıkılarak; turizme doğrudan ve dolaylı olarak bağımlı bulunmakla birlikte bu sektöre bağlı olan tüm işletmelere de dolaylı olarak bağımlıdır. Bu açıdan turizm endüstrisi; konaklama, yeme içme işletmeleri gibi işletmeler olmak üzere geniş bir ağı kapsamakta ve turizm geliştirilip, sürdürülebilirliği düşünülürken bu eylemlerin hepsi turizm endüstrisi içinde düşünülmelidir.

1.1.2. Turizm Endüstrisinde Yer Alan İşletmeler

Turizm endüstrisinde çok çeşitli işletmeler yer almaktadır. Kendine has özellikleri bulunan bu işletmeleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Kozak, 2008: 12) :

1. Seyahat İşletmeleri

2. Tur Operatörleri

1.2.1.1. Seyahat Acenteleri

. A Grubu Seyahat Acenteleri

. B Grubu Seyahat Acenteleri

. C Grubu Seyahat Acenteleri

1.2.2. Konaklama İşletmeleri

1.2.2.1. Turizm Bakanlığı Belgeli Oteller

A. 1 Yıldızlı Oteller

B. 2 Yıldızlı Oteller

C. 3 Yıldızlı Oteller

D. 4 Yıldızlı Oteller

E. 5 Yıldızlı Oteller

3. Belediye Belgeli Tesisler

4. Özel Belgeli Otel İşletmeleri

1.2. Turizm İşletmelerinin Sosyo Ekonomik Etkileri

Turizmin geliştirilebilmesi için değişik alanlarda değişik fayda ve faaliyetler yaratmak bir ülke için mümkündür. Bu değişiklikler ülkelerin ve destinasyonların ekonomik yapılarındaki ve şartlarındaki değişimlerden kaynaklanmaktadır. Ancak turizmin bir ülkenin ekonomisi üzerinde yaratmış olduğu rakamsal ve reel olan etkiler gelişmiş ülkeler açısından önemli olduğu gibi gelişmekte olan ülkeler açısından büyük önem taşımaktadır (Durgun, 2006: 16).

1.2.1. Turizm Sektörünün Mal Ve Hizmet Alımları İle Ekonomiye Etkileme Seviyesi

Turizm işletmeleri, oteller, lokantalar gibi turizmin sahip olduğu her alt birim üretim gerçekleştirirken diğer sektörlerden de girdi alır. Aldığı bu girdiler ekonomide bulunan yerlerinin en önemli göstergeleridir. Bu başlık altında incelenen analizlerde turizm sektöründe meydana gelen 1 birilik üretim için diğer sektörlerden ne oranla girdi elde ettiği, aldığı ve bu sektörlerle nasıl etkide bulunduğu tespit edilmiştir. Girdi ve çıktı tablosundan ortaya çıkarılan değerlere göre turizm sektörü, bir birim üretim yapabilmek adına diğer sektörlerden 0.53 birimlik bir girdi sağlamaktadır.

Sektörler	Gereken Girdi Miktarı (Birim)
Gıda ürünler ve içecek imalatı	0.71
Elektrik, gaz, buhar ve sıcak su üretimi	0.68
Tekstil ürünleri imalatı	0.66
Havayolu taşımacılığı	0.61
Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı	0.61
Makine ve te.hizat dışı metal eşya sanayi	0.56
İnşaat	0.54

Oteller ve lokantalar	0.53
Eğlence, kültür ve sporla ilgili faaliyetler	0.41

Tablo 1 : Turizm Sektörünün Mal Ve Hizmet Alımları İle Ekonomiyi Etkileme Seviyesi

Kaynak: TUIK, 2014

Tablo 1 incelendiğinde; turizm sektörü diğer sektörlerden girdi alırken diğer sektörlerle etki de etmektedir. Oteller ve lokantalar turizm sektörü içerisinde ekonomiyi en çok etkileyen 11. sektör konumundadır. Hizmetler sektörü içerisinde bakılacak olursa turizmin üretmiş olduğu bir birimlik çıktı için 0.53 birim girdi almasıyla ekonomide etkilediği 54 sektör açısından ilk sırada yer almaktadır.

1.2.2. Ekonomi ve Turizm Sektörünün Etkileşimi Turizmin Etkileme Derecesi

Girdi çıktı tabloları incelendiğinde hesaplamalara göre hizmet sunumunda 54 sektörden girdi elde eden turizm talepte bir birim artışlık olduğunda ekonominin genelinde tüm üretim faaliyetlerinde neredeyse 2 birimlik artış yaşanmaktadır ve ekonomide olan bir diğer sektördeki canlanma turizm sektörünün de üretimini artırmaktadır. Bu açıdan da diğer sektörlerde meydana gelen bir birimlik bir canlanmanın turizm sektöründeki üretimi 1.28 birim artırdığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak turizm sektörü ekonomiyi daha çok girdi alma yönünde etkilemektedir. Öte yandan turizm sektörünün etkilenme oranları yavaş da olsa artmaktadır. Bu artış aynı dönem içerisinde 1.23 ten 1.28 e kadar yükselmiştir. Özetle sektörün etkilenme ve etkileme dereceleri neredeyse eşit olarak artmaktadır. 20 sektör baz alınacak olursa turizm sektörüne yapılan satışlar bu sektörlerin ihracat rakamlarını dahi aşmış durumdadır. Bu açıdan turizmin ve turizm işletmelerinin üstlendiği önem ve rol büyük önem taşımaktadır.

Katsayılar	2000 Öncesi	2000 Sonrası
Uyarma derecesi	1.69	1.99
Uyarılma derecesi	1.23	1.28
Turizme satışlar	13	20
Girdi/Birim	0.50	0.53

Tablo 2: 2000 Öncesi ve Sonrası Dönem

Kaynak: AKTOB, 2014

1.2.3. Turizm İşletmelerinin Doğrudan Etkilediği Sektörler

Turizm sektörünün 54 sektörü doğrudan etkilediğine yukarıda değinilmişti. Bir sektör üretim yapabilmek adına vergiler de dahil toplam girdilerin %44.3 lük payı da ödenen ücretler, bazı amortismanlar ve buna benzer çeşitli katma değer unsurlarından oluşmaktadır. Bu araştırmada da incelenen 59 sektörün verilerine göre turizm işletmeleri ve sektörü; 100 birimlik bir üretim için içerisindeki vergiler hariç ortalama 53 birim mal satın almaktadır. Bu alınan girdilerin içerisinde en büyük pay 15 birimlik oranla yiyecek ve içecek imalatı sektöründen, ikinci payı ise 9.5 birimlik oranla tarım ve avcılık gibi hizmet faaliyetlerinden almaktadır. Bunlardan sonra diğer sektörler ise ulaşım, haberleşme, toptan perakende ticaret, elektrik,su, gayrimenkul faaliyetleri izlemektedir.

Girdi Alınan Sektörler	Girdi Payı (% veya br)
Gıda ürünleri, içecek ve tütün ürünlerinin imalatı	0.71
Tarım, avcılık ve ilgili hizmet faaliyetleri	0.68
Ulaştırma ve haberleşme	0.66
Toptan ve perakende ticaret	0.61
Gayrimenkul ve diğer iş faaliyetleri	0.61
Elektrik, gaz ve buhar ve sıcak su üretimi	0.56
Mali aracı kuruluşlar	0.53
Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı	0.50

Tablo 3: Girdi Alınan Sektörler

Kaynak : TÜİK, 2014

1.2.4. Turizm İşletmelerinin Parasal Ekonomik Etkileri

Bir ülkeye ve bir ülkenin turizm işletmelerine gelen turistlerin yapmış oldukları tüketimler yani harcamalar o ülkenin ekonomisindeki para hareketlerini ve parasal değişiklikleri etkilemektedir. Turizm işletmeleri içerisinde yapılan döviz arz ve talepleri de ödemeler bilançosunu direkt olarak etkilemektedir. Bu açıdan fiyat istikrarı ve dış ödemeler dengesi açısından bu işletmelerin parasal, ekonomik etkileri bulunmaktadır (Durgun, 2006:17).

- Otellerdeki en büyük gider kalemlerini personel giderleri oluşturur ve ardından ise yeme ve içme kalemleri oluşturur. Oranlar bazında bu kalemler tek tek ele alındığında personel giderleri neredeyse %50 civarında bir gider payına sahipken; yiyeceklerin payı %25 civarında olmakla birlikte; içeceklerin payı da %13 civarındadır. Kırtasiye malzemelerinin bir otel içerisindeki gider payı %0.50, yakıtlar %2, elektrik ve su giderleri yaklaşık % 9 oranında paylara sahiptir. 400 odaya sahip 5 yıldızlı bir turizm işletmesinde yılda

150 tona yakın et ürünü tüketilmektedir ve yine 1000 ton dolayında içecek tüketilmektedir.

- Türkiye’de sigortalı çalışanların yaklaşık %7 si turizm sektöründe çalışmaktadır ve bu açıdan istihdam etkisi önemli bir rol almaktadır.
- Ekonomide olan bir birim, bir canlanma turizm sektöründe 1,3 birim canlanmaya el atmaktadır ve aynı şekilde turizmde olan 1 birim talep artışı ekonomik anlamda 2 birim canlanma sağlamaktadır.
- Yılda 26 milyar dolarlık bir satın alın turizmde gerçekleşmektedir.
- Turizm sektöründe üretilen çıktılar %15 oranda diğer sektörlerle girdi olmaktadır.
- 20 den fazla sektörün turizm sektörüne yapmış olduğu satışlar kendi ihracatlarından daha fazladır.
- Konaklama tesisleri satın alım olarak yılda 9 milyar dolar alım yapmaktadır.
- 5 yıldızlı bir turizm işletmesinde girdilerin yarısını personel oluşturmaktadır.
- 400 odaya sahip 5 yıldızlı bir turizm işletmesinde yılda 150 tona yakın et ürünü tüketilmektedir ve yine 1000 ton dolayında içecek tüketilmektedir.
- Türkiye’de sigortalı çalışanların yaklaşık %7 si turizm sektöründe çalışmaktadır ve bu açıdan istihdam etkisi önemli bir rol almaktadır.
- Turizmde en fazla çıktı Karayolu ve Havayolu taşımacılığına verilmektedir.
- Özel sektörde olan serbest sermaye yatırımlarının %8 i turizm sektöründe olmaktadır.
- Turizmde istihdam ücret ödemeleri yıllık 4 milyar dolar düzeyinde olmaktadır (Durgun, 2006: 17).

- Turizm işletmelerinde satışların toplam değeri 23 milyar dolar düzeyinde olmaktadır.
- Konaklama anlamında yapılan yatırımlar en fazla kaba inşaat ve tesisatlara harcandığından bu anlamda ilişkili olan diğer sektörlerle de gelir sağlamaktadır.
- Turizm işletmelerinin bugünkü toplam yatırım değeri yaklaşık 71 milyar dolardır.
- Oteller, Lokantalar, Turizm sektörü girdilerinin yaklaşık %97 sini turizm sektörü dışındaki sektörlerden almaktadır.
- Seyahat acenteleri çıktılarının %65 ini diğer sektörlerle vermektedir.
- Turizm sektörü ekonomik anlamda en fazla girdi alan 15 sektörün içinde yer almaktadır.
- Turizm sektörü karlılığı ekonomide en fazla olan 10 sektörün içindedir.
- Ekonomideki toplam çıktılarının % 5 ine turizm sektörü girdi olarak almaktadır.
- Turizm gelirleri yaklaşık % 10 luk bir artış yaşadığında tarım sektörü üretimi % 3 lükü bir artış yaşamaktadır.
- Turizm gelirleri yaklaşık %10 artınca seyahat acentelerinin gelirleri %1.1 etkilenmektedir (Durgun, 2006: 17).

1.2.5. Döviz Arz ve Talebine Etkisi

Turizm faaliyeti bir ithalat ve ihracat şekli olmasından dolayı döviz arz ve talebine direkt etkisi bulunmaktadır. Bir yere yapılan turistik amaçlı geziler, işletmelere gelen ve buradan çeşitli girdileri ve hizmetleri satın alan yabancı turistlerin harcamaları, dövizle dolaylı şekilde yapılan harcamalar o ülkenin veya şehrin dış turizm gelirlerini oluşturmaktadır ve farklı sektörlerde ihracat olarak anılan faaliyetten hiçbir farkı yoktur. Bu sebepten dolayı da dış aktif turizmle

ülkeye giren döviz ülkede veya şehirdeki döviz arzında artırıcı bir etki yapar (Olalı ve Timur, 1988: 99).

Ülke vatandaşlarını yurt dışında bir turizm işletmesine yapmış oldukları seyahatlerde oradaki girdileri ve hizmetleri satın alarak o ülkeye döviz bırakmaları, o ülkenin dış pasif turizmini meydana getirmektedir. Bu durumun da farklı sektörlerde ithalat şeklinde anılan durumla pek farkı yoktur. Turizm işletmeleri açısından ve turizm açısından bu olgu görünmeyen ithalat olarak adlandırılabilir. Bu sebeptendir ki dış pasif turizm ile ülke dışına ve oradaki işletmelere çıkan döviz mallarda olan ithalatta olduğu gibi bir döviz talebi de yaratır. Turist kabul eden bir destinasyonun gelişmesi ile birlikte dolaylı ithalat ve dolaysız ithalat ve buna denk gelen döviz ödemeleri azalmaktadır. Bu tarz ülkelerde turizm işletmelerinden sağlanan net döviz girdisi gelişmekte olan ülkelere oranla daha fazla olmaktadır (Mathiesen and Wall, 1980: 206).

Kişilerin dış turizm hareketlerinin artması ve yoğunlaşması ile birlikte döviz taleplerinin de artması dış turizm bilançosundaki ödemeler dengesinin olumlu etkilerini azaltacaktır. Aynı şekilde bir ülkede turizmle alakalı tüm yatırımlar için gerekli olan mallar ve hizmetler ithalat yolu ile sağlanıyorsa yine ödemeler bilançosunda olumsuz bir etki yaratacaktır (Erdem, 2001:2005).

1.2.6. Turizm İşletmelerinin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Bir ülkede bulunan yerleşik halkın belirli bir dönem boyunca yabancı ülkede olan yerleşik halkla yaptıkları bütün ekonomik işlemlerin sonucunu gösteren sistematik kayda ödemeler bilançosu denilmektedir (Kar, vd.,2004:90).

Tüm ülkelerin üzerinde önemli durdukları ekonomik bir olgu olan bu kavram bir ülkenin başka ülkelerle yaptığı ödemelerle birlikte yabancı ülkelere elde edilmiş olan gelirlerin tespit edilmesinde kullanılmaktadır. Bir ülkenin farklı diğer ülkelerle yapmakta olduğu ekonomik sebepli tüm alışverişler bu bilanço

içinde yer almaktadır ve ülkenin ekonomik performansını göstermektedir (İçöz ve Kozak 2000: 96).

Turizm işletmelerinin ve turizm olgusunun ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini şu şekilde sıralayabiliriz (Mathieson ve Wall 1980:208):

1-Ülkedeki kişilerin yurt dışına çıkması sonucunda ortaya çıkan etkiler: Bu durumda ülkenin dışına döviz çıkışı olduğu için ödemeler bilançosu olumsuz etkilenir.

2.Ülkeye gelen yabancı kişilerin ortaya çıkardığı etkiler: Bu tarz etkiler ise ülkeye bir döviz kazancı getirdiği için ödemeler bilançosunu olumlu şekilde etkilemektedir.

Turistik amaçlı gezilerde, bir ülkeyi veya destinasyonu ziyaret eden ve işletmelere konaklama amaçlı gelen yabancılar bazı hizmetleri satın alarak bir döviz akışı sağlamaktadırlar. Bu da turizm işletmelerinin yarattığı döviz hareketlerinin döviz arz ve talebi üzerinde etkili olan durumunu açıkça göstermektedir (Dinçer, 1993:83).

1.2.7. Fiyat İstikrarına Etkisi

Turizm talebini ve turizm işletmelerinin bir piyasada tutunmasını sağlayan ulusal ve uluslararası faktörlerden en önemlisi fiyattır. Bir ülke açısından ele alındığında fiyat büyük önem arz edenken Tekirdağ ili gibi bir belde ele alındığında gidilen yerin ulaşılabilirlik şartları turizm işletmelerinin odabaşı fiyatları geceleme ve yiyecek içecek fiyatları gibi faktörler turist çeken ülkeye, beldeye veya turizm işletmelerine önemli bir talep belirleyicisi olmaktadır (Bulut 1994:80).

Turizm sektörü sahip olduğu bazı özelliklerden dolayı bir enflasyon faktörü olarak da kabul edilmektedir. Turizm talebi olan bir kitlenin gelir ve harcama düzeyi yüksek ise turistik beldedeki veya işletmedeki her türlü mal ve

hizmete de fiyat artırıcı etkiler yapabilmektedir. Diğer sektörlerle yakından bir ilişkisi bulunan turizm sektörü ve turizm işletmelerinin gelişmesi ve yatırımlarının artması sonucu tüketim talebi artacak bu artış diğer sektörlerde de yansıtacak ve fiyat seviyesinin yükselmesi ile birlikte ekonomide enflasyonist bir baskı oluşmasına sebep olacaktır (Bull 2003:171).

Türkiye gibi turizmde farklı ülkelerle olan rekabetini fiyat avantajına dönüştüren ülkelerde enflasyonun varoluşu bazı dezavantajlar oluşturur. Enflasyonun turizm ve işletmeleri üzerinde oluşturmuş olduğu bu etkileri şu şekilde sıralayabiliriz (Yağcı, 2000:170):

- Enflasyon olan bir ülkede tasarruf olmadığından iç turizm azalır, orta gelire sahip kişilerin turizme katılması zor hal alır.
- İçsel fiyat artışları döviz kurlarında olan yükselişi geçerse dış aktif turizm olumsuz yönde etkilenir.
- Dış pasif turizm gelişir.
- Bir ülkede enflasyonun varlığından sebebiyle meydana gelen fiyat istikrarsızlığı turistler açısından güvensiz bir ortam oluşturur ve potansiyel turizm talebini de azaltır.
- Enflasyonun olduğu yerlerde girişimciler verimli yatırımlar yerine daha fazla para ve kar getirdiklerini düşündükleri yatırımlara yöneldikleri için kaynak dağılımları bozulur.
- Özellikle turizm işletmelerinin en önemlisi olan otel işletmelerinin turistleri kandırmak gibi tehlikeli davranışları alışkanlık haline getirilebilir.

1.2.8. Turizm İşletmelerinin Gelir Etkisi

Turizm milli gelirin bir parçası olarak değerlendirilirken öte yandan da çarpan mekanizması sayesinde ekonomiye gelir etkisini ortaya çıkarmaktadır. Turizm sektöründe yabancıların turistlerin veya iç turizm gerçekleştiren ülke vatandaşlarının yiyecek, içecek, konaklama, alışveriş, eğlenme, ulaştırma gibi

ihtiyaçlarını karşılamak sebebi ile yapmış oldukları harcamalar kendi içerisindeki toplamları kadar gelir yaratmaktadır. Bu yaratılan gelir sayesinde üretimi yapmış olan turizm işletmeleri de çeşitli nedenlerle bu parayı harcamış olacaklar ve harcanan bu paralar üretim faktörleri için bir gelir oluşturacaktır. Bu harcamalar bir döngü şeklinde devam ederek dolaylı ve dolaysız şekilde gelir etkisini ortaya çıkarmış olacaktır. Bu döngü ile giderek büyüyen etkinin yaratılmasına çarpan mekanizması adı verilmektedir ve turizmde çarpan etkisi diğer sektörlerle oranla büyük ölçüde fazladır (Holloway 1990:248).

Turizm işletmelerinde ortaya çıkan turizm gelirinin bir kaynak olarak ölçülmesi kolay değildir. Çünkü buna has olan bir doğruluk derecesi bulunmamaktadır. Yukarıda açıklanmış olan çarpan etkisi bunun nedenlerinden biridir. Turistlerin yapmış olduğu harcamalarla para akımının olması çeşitli sektörlerin çarpan etkisi ile birlikte çoğalmaktadır ve bu açıdan çarpan gelirin bir kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır (A.K.Bhatia 1991:451).

Turizm işletmelerinin gelirlerinin etkileri incelenirken Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payları önemli bir husustur. Aşağıdaki tabloda 1990 ve 2003 arasında olan turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıladaki payları verilmiştir.

YILLAR	Turizm Gelirlerin GSMH İçindeki Payı
1990	2.1
1991	1.8
1992	2.3
1993	2.2
1994	3.3
1995	2.9
1996	3.2
1997	4.2
1998	3.8

1999	2.8
2000	3.8
2001	6.9
2002	6.6
2003	5.5

Tablo 4 : Turizm Gelirlerin GSMH içindeki Payı

Kaynak : www.tursab.org.tr

Tablo 4'te görüldüğü gibi Türkiye'nin turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla içerisinde olan payı düşüktür. 1992 yılında 2.3 olan bu oran ilerleyen yıllarda giderek artmış ve 2003 yılında 5.5 olmuştur. En fazla 2001 yılında 6.9 seviyesine ulaşmıştır. Bu tablodaki veriler hesaplanırken sadece uluslararası turizm faaliyetlerinden sağlanan döviz gelirleri hesaplandığı için iç turizm gelirleri dikkate alınmamaktadır. Fakat özellikle ülkemizde ve Tekirdağ gibi şehirlerde iç turizm gelirleri uluslararası gelirlere oranla çok daha fazladır (Olalı ve Timur,1988:130)

1.2.9 Turizm İşletmelerinin Diğer Sektörler Üzerine Etkisi

Turizm sektörü içerisinde bulunan tüm işletmeler bir hizmet sektörüne girmektedir ve taşıdıkları özellikler sebebi ile diğer sektörler ile de yakından ilişkilidirler. Yukarıda belirtilen gelir, istihdam etkilerinin yanında tarım sektörü üzerinde de önemli etkileri vardır. Bu etkiler 2 şekilde değerlendirilebilir (Egeli, 1997:132):

- 1- Turistik olan bölgelerde turizm talebine paralel şekilde turistlerin yiyecek içecek ihtiyaçlarını karşılayan tarım ürünlerini satın alan turizm işletmeleri hem üretimi artırmakta hem de turizm işletmelerinin gelirlerini artırmaktadır.
- 2- Kırsal turizmin gelişmesi sayesinde yöre halkı arazilerini kamp alanı olarak turizme açtığında bir ek gelir elde etmektedirler.

Turizm işletmelerinin sanayi işletmelerine etkileri yatırım malları, ara mallar ve tüketim malları üreten sanayiler olmak üzere 3 şekilde değerlendirilebilmektedir. Turizmin en yoğun etkisinin görüldüğü sektörler tüketim malı üreten sektörlerdir. Turistik ihtiyaçların karşılanması ile sanayi işletmelerinde üretim artışı yaşanarak kalitede yükselmektedir. Bu açıdan bu işletmeler arasında bir rekabet de oluşmaktadır. İçki ve gıda sanayi, giyim ve dokuma sanayi ve hediyelik eşyaların bulunduğu tüketim malları en revaçta olan turistik mallara örnek olarak verilebilir. Bunların hepsine ek olarak turizm sektörü inşaat işletmelerine, kuyumcu, parfümeri, antika ve lüks tüketim ile alakalı hizmetler, banka, sağlık, sigorta, polis, güvenlik hizmetleri, animasyonlar, inşaat, mobilyacılık, elektrikçilik, manav, et ve ekmek ürünleri, tatil turizmi hizmetleri, donatım sanakları, bunlarla birlikte kamu hizmetlerini dahi kapsamaktadır (Rebecca, 1993:279).

BÖLÜM 2

2. TURİZMİN EKONOMİK FONKSİYONLARI

Parasal değer kazanmanın yanında ekonomide gelir yaratmak ve yeni iş meslek alanlarının ortaya çıkması iş hacminin genişletilebilmesi ve işsizliğin de azaltılabilmesi gibi etkileri bulunan turizm ve turizm işletmeleri reel ekonomik etkiler de yaratmaktadır. Bununla birlikte turizm işletmelerini, tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerindeki işletmeler ile de alışveriş içerisinde oldukları için bunların üzerine de etki edip canlandırdıkları bir gerçektir (İçöz ve Kozak 1986:88).

2.1. Turizm İşletmelerinin İstihdam Üzerine Etkisi

Konaklama ve Ağırlama sektörü olarak isimlendirilen turizm sektörü işletmeleri ile birlikte hizmet unsuru açısından çok önemli bir yer tutmaktadır. Turizm işletmeleri hem ürün üretmede hem de bu ürünlerin sunulması yani hizmet aşamasında fazlalıkla insan gücünden yararlanırlar. Zaten hizmet sektörü içerisinde insan çok önemli bir unsurdur. Turizm sektörü de doğası gereği emek yoğun bir üretim şeklinin olduğu bir sektör olması sebebiyle önemli ölçüde istihdam olanakları sağlamaktadır. İstihdam olanaklarını sağlarken kullandığı iç kaynaklar, dış kaynaklar, üniversiteler, enstitüler iş bulma kurumları gibi birçok başka firma, sektör ve hizmet dalı ile iletişim içerisinde bulunan turizm işletmeleri ortaya çıkmış bulunmaktadır. Bir turistin yapmış olduğu harcamalar turizm sektörüne direkt olarak turizm işletmelerine girdi veren işletmeler de dolaylı olarak istihdam yaratma imkanı vermektedir. Örneğin bir otel içerisinde yapılan banket organizasyonunda dış firmalardan yardım alınarak geçici bir istihdam yaratma imkanı sunulabilmektedir. Bu açıdan turizm sektöründe otomasyon kullanımı sınırlı düzeydedir ve teknolojik gelişmeler ne kadar hızlı artarsa artsın personel sayısı ihtiyacını ancak minimal düzeyde azaltabilmektedir (Durgun, 2006: 25,26).

Turizm sektörünün bir bölge veya ülke ekonomisinde yaratmış olduğu 3 çeşit istihdam bulunmaktadır (Vellas ve Becherel, 1995:218):

1-Doğrudan istihdam: Turizm sektöründe bulunan ve turistik ihtiyaçları direkt olarak karşılayan konaklama, yeme, içme , ulaştırma, sehayat acentaları, havaalanları gibi tüm turizm işletmelerinde sağlanmış olan istihdama doğrudan istihdam denilmektedir.

2-Dolaylı istihdam: Direkt olarak turistik tüketicilere hizmet vermeyen fakat turizm ile ilgili ilişkilerden kaynaklanan harcamalar ile gelir elde eden yani turizm sektörüne girdi ve ürün veren diğer sektörlerde oluşan yan istihdamı içermektedir. Örneğin bir konaklama işletmesinin kapasitesini genişletmek amacı ile başlatmış olduğu yeni bir ünitenin inşaatında çalışan işçiler dolayı istihdama örnek olarak verilebilir.

3-Uyarılmış istihdam: Doğrudan ve dolaylı istihdam şekilleri ile kazanılan gelirlerin tekrar harcanması ile ekonomide oluşmuş olan ek istihdamdır. Turizmdeki çeşitli faaliyetler sonucunda gelirleri artan ve hayat standartları yükselmiş olan bireylerden elde edilen gelirler ekonominin diğer sektörlerinde harcanarak yeni istihdam ortaya çıkarılmaktadır. Bu açıdan turizm çarpan etkisi uyarılmış istihdamın ortaya çıkışında büyük önem taşımaktadır (Holloway, 1990:147).

GİDERLER	5 YILDIZLI	4 YILDIZLI	TATİLKÖYÜ
Personel	46,66	47,90	52,06
Yiyecek	21,00	21,67	17,71
İçecek	11,00	9,26	9,16
Yakıt-Enerji	10,00	9,00	8,40
Su	1,49	1,54	3,62
Teknik servis	1,01	1,47	3,42
Temizlik Malz.	0,81	0,89	2,96
Diğer	8,03	8,27	2,67

Tablo 5: Tesislerde Giderlerin Dağılımı

Kaynak: AKTOB Ar-Ge, 2013

Bunlara ek olarak turizm faaliyeti dünyanın hemen her noktasında fazla sayıda ve küçük ölçekli birimlerdeki gezginlere sunulmaktadır. Bununla birlikte kendi işinde çalışmış kişilerin toplam iş gücü içindeki oranı büyük ölçüde olmaktadır. Bu nedenle kendi işinde çalışan kişiler ile başka yerde çalıştırılan personelin istihdam istatistiklerine tam olarak yansıtılamadığı da ifade edilebilir. Bunlar göz önüne alındığında turizmin ve turistik işletmelerin istihdam üzerindeki etkisini net bir şekilde belirlenememek durumundadır (A.J.Burkart ve S.Medlik, 2003: 63).

Turizm işletmelerinde istihdam oranının fazla olmasının 4 ana sebebi şu şekilde sıranalabilir (İçöz ve Kozak 2005:234):

- 1-Emek yoğun oluşu
- 2-Çok sayıda düşük ücret veren iş alanı bulunması
- 3-Çok fazla sayıda geçici veya yarı zamanlı iş alanının bulunması

4-Sezon yoğunluğunun yaşandığı dönemler

Tekirdağ ilinde turizm sezonluk bir faaliyet değildir. 365 gün genelde konaklama ve iş turizmi şeklinde görülen turizmin sezonluk faaliyet gösteren turizm beldelerine göre bir avantaj sağlamaktadır. Turizmin sezonluk olduğu yerlerde yüksek iş gücü devir oranları sosyal güvence eksikliği, düşük ücret gibi çeşitli konular yer almaktadır ve bu sektörde istihdam edenlerin temel sorunu olarak ortaya çıkmaktadır (Yağcı, 2001:36).

Sonuç olarak turizmin ve turizm işletmelerinin istihdam yaratma üzerindeki etkileri değerlendirildiğinde ülkenin veya beldenin kaynakları ekonomik açıdan gelişme düzeyi, sosyal ve politik yapı gibi özel koşullar dikkate alınırken sadece nicel bir bakış açısı değil, nitel bir bakış açısı da analiz yaparken dikkate alınmalıdır (Barutçugil, 1989:25, Vellas ve Becherel 1990:218).

2.1.2 Turizm İşletmelerin Büyüklüklerine Göre İstihdam Oluşturulması

İşletmelerin büyüklüklerini belirli faktörler bulunmaktadır. İşletmelerde bulunan işgören sayısı da işletmelerin büyüklüklerini belirlemede önemli değişkendir ve profesyonel yöneticilerin varlığı da bu büyüklük kavramında önem arz eder. Yaklaşık 100 kişiye kadar değişik özelliklerde ve görevlerde yer alan işgörenin bulunduğu işletmeler küçük işletme olarak görülmektedir ve bunlarda profesyonel yöneticiler yer almazlar, kurucu-patronların yer aldığı işletmelerdir. Ülkemizde ise küçük işletme kavramında daha az işgören düşünülmeyle birlikte, kurucu-patronların üretimde, pazarlamada, yönetimde rol aldığı ve üretimde 30–40 kişinin çalıştığı işletmeler algılanmaktadır. Kurucu-patron yöneticiler kendilerine sınırlı sayıda aldıkları yardımcılarıyla yönetim görevlerinin bir kısmını paylaştıklarında işletmenin büyüme eğiliminde olduğu olgusuyla birlikte orta ölçekli işletmeler oluşur. Kurucu- patronlar genel temsili görev, dış işler, mali işler gibi görevler üstlenirler. Bu şekilde fonksiyonel esaslı yönetim grupları oluşturulduğunda ve çalışan sayısı da 100 kişi veya biraz üstüne çıkarsa işletme

küçük işletme olmaktan çıkar ve orta ölçekli işletme yoluna girer (Erdoğan, 1991:4).

Yıllar	Turizmde Çalışan Sayısı (Bin Kişi)	Yıllar	Turizmde Çalışan Sayısı (Bin Kişi)
1993	574	2008	1.058
2003	847	2009	1.131
2004	872	2010	1.177
2005	949	2011	1.178
2006	1.001	2012	1.206
2007	1.067	2013	1.298

Tablo 6: Turizmde İstihdam

Kaynak: TÜİK, SGK Veri Tabanları

Bilgiler dahilinde Tablo 6 incelendiğinde turizmde yaratılan istihdamın önemli bir boyutta olduğu görülebilir. 1993 yılından itibaren ele alınan verilerde düzenli bir artış ile istihdam eden kişi sayısı yükselmektedir. 90'lı yıllardan sonra hızla artan çalışan kişi sayısı 2013 yılına gelindiğinde 1.298 bin kişi sayısına ulaşmıştır.

Yönetimin genellikle her kademesinde profesyonel yöneticilerin yer aldığı, çok basamaklı organizasyon yapısının olduğu, işgörenlerin çeşitli kademelerde yer aldığı ve 100'den çok sayıda çalışanın yer aldığı işletmeler büyük işletmeler olarak tanımlanırlar. Ülkemizde de çok sayıda ve gerçek anlamda büyük işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerde işlerin başına kan bağlarına göre değil niteliklerine ve yeteneklerine göre kişiler getirilmektedir (Erdoğan, 1991: 4-5)

Bu tanımlamalar ve dolayısıyla işletmelerin büyüklükleri ve personel ile yöneticilerin seçimleri arasında büyük bir bağlantı bulunmaktadır. İşletmelerin özelliklerine göre bu seçimler önemli hale gelmekte ve insan faktörü özellikle hizmet sektöründe yer alan işletmelerde büyük önem arz etmektedir. İşletmeler çalışan ihtiyaçlarını da büyüklüklerine göre belirleyerek gerekli fizibiliteyi de bunu baz alarak yapmaktadırlar.

Büyükleri dışında işletmelerin, yapılarında olan personel miktarı ile olması gereken personel miktarı dengesini de iyi kurması gerekmektedir. Küçük işletme içersinde eğer yeterli personel varsa ancak ek görevler oluşursa personel teminine gitmelidirler. Büyük veya küçük işletmelerin hepsi “olması gereken personel” ve “mevcut personel” kavramları arasındaki farkları arttıkça personel teminine yönelmelidirler (Aykaç, 1990: 107).

Küçük ölçekli işletmelerde personel ve yönetici seçimine veya başka bir göreve nakline verilen önem büyük işletmelere göre oldukça azdır. Bu işletmeler girdilerinin ekonomik ve teknik kısımlarını, sorunlarını sağlıklı bir şekilde hesaplayamadıklarından; insan faktörüne de gerekli önemi verememektedirler. Bu işletmelerde insana gereken önemin verilmemesi, gerekli bilginin eksikliği, gerekli yeterlilikte ve özellikle personelin olmayışı, yetkililere gerekli güvenin duyulmayışı gibi faktörler ekonomik ve teknik sorunların çözümlerini zorlaştıran faktörlerdir. Orta ve büyük ölçekli işletmelerde de ise bu durum daha organize ve yönetim bu sorunları çözebilecek personeli ve yetkinlikleri ayırt etme konusunda daha deneyimlidir. Özellikle büyük ölçekli işletmelerde bu seçim ve terfiler daha etkin ve sağlıklı yapılmalıdır. İşletmelerin büyüdükçe karmaşılaşan yapısını çözebilmek doğru ve etkin personel/yönetici seçimi ile mümkün olabilecektir (Erdoğan, 1991: 5-7).

2.2. Turizmin İstihdam Etkisi, Temin Kaynakları ve Ekonomik Etkiler

İşgücünü karşılayabilecek çok sayıda kaynak bulunmaktadır. Fakat bunları temel iki başlık altında toplamak mümkündür. Turizm personel ihtiyacı temel iki kaynaktan giderilebilir. Bu kaynaklar işletmenin sahip olduğu iç kaynaklar; kendi çalışanları veya dış kaynakları; yani piyasası olan işletmeden bağımsız kaynaklardır. İşletmelerin personel ihtiyacını karşılamada, bu kaynaklar arasındaki tercihini gerçekleştirmede çok çeşitli faktörler bulunmaktadır. İşletme açısından bu faktörler arasında; aranan işgücünün niteliği, işletmenin ekonomik olarak bulunduğu statü, geleceğe yönelik olan planları, işgücü ihtiyacının şiddeti ve gerekliliği, yasal alanda istihdam prensibi, yasalar ve çevresel faktörler, maliyet analizleri gibi benimsenen ve uyulma zorunluluğu olan en önemli olanlarıdır (Fındıkcı, 2003: 171).

Yani personel almanın birçok yolu bulunmaktadır fakat hedef işletmeye yarayacak en doğru kaynağı bulmak ve değerlendirmektir. Kalifiye bir eleman, kalifiye olmayan bir eleman veya bir yönetici için muhakkak ki bulma ve seçme yöntemi değişiklik gösterecektir. Personel alımı için seçilecek temin kaynağında ulaşılabilecek insanların niteliği ve maliyet hususları da göz önünde bulundurulmalıdır Bu hususta önemli olan, işletmenin personel ihtiyacını nitelik ve nicelik açısından tam olarak ve en az masrafla karşılayan kaynaktan yararlanmasıdır. İç ve dış kaynakların kullanımını en uygun şekilde dengelemelidir (Maitland, 1998: 22)

İç ve dış kaynak kullanımını değerlendirmesi sırasında işletmeler öncelikle şu konuları açığa kavuşturmalıdır (Kolu, 2006: 62);

- İşletmenin aramış olduğu sayı ve nitelikteki personelin işgücü piyasasında var olup olmadığı,
- İşletme içinde görevi başarıyla yürütebilecek elemanların olup olmadığı,

- Dış kaynaklardan aday bulma ile işletme içinden aday bulmanın sağlayacağı yarar ve sakıncalar,
- Dışarıdan toplanacak adaylar için gereken seçme ve işe alıştırma süresi ve maliyeti,
- İç kaynak ve dış kaynaktan yararlanmanın işletme için olumlu ve olumsuz tüm yönleridir.

2.2.1. Turizm İşletmelerinin İstihdam Yaratmak İçin Kullandığı İç Kaynaklar

İşletmenin bir biriminde veya birimlerinde boşluk oluştuğunda insan kaynakları birimi ilk olarak boşalan birim için gerekecek niteliklerin ne olduğunu belirlemekle yükümlüdür. Bu adımdan sonra insan gücünü nasıl bulacağını ve nerden tercih edeceğini belirler. İç kaynaklardan yararlanma bunlardan birincisidir. Personel kayıtları, envanterler, başarı değerlendirmeleri, terfi değerlendirmeleri ve yönetimlerce yapılan toplantılarla iç kaynağın uygunluğuna karar verilir. Seçim süreci biçimsel ve kuramsal olarak tamamlanmadan duyuru kısmına geçilmez ve yöneticilerin kararları bu noktada büyük önem taşır. Objektif olma ve inisiyatiflerini doğru bir şekilde kullanmaları doğru personelin seçimi açısından büyük bir rol oynar.

Bunların yanında toplu iş sözleşmelerinde de iç kaynaklardan nasıl ve ne ölçüde yararlanılacağı konusunda hükümler yer alır. Şirket politikalarının önemi kadar, toplu iş sözleşmeleri de hükümleri açısından uyulması gereken bir konumdur (Bingöl, 1998: 112-113).

İç kaynaklardan işgören sağlama yönteminde temel üç yaklaşım bulunmaktadır. İlk olarak “iç kaynaklarla açığı kapatmak” yöntemi vardır. Bu yöntemde işgücü ihtiyacı, dışarıdan eleman tercih etmeyi gerektirmeyecek kadar az işe ve kısa süreli işe tercih edilir. Çalışma sürelerini arttırma, diğer iş bölümlerinden personel kaydırma, yatay değişimler, mesai sürelerini arttırma

şeklindeki uygulamalarla açık kapatılabilir. Diğer yaklaşım ise “iç kaynaklara öncelik vermek” yaklaşımıdır. İşgücü ve personel ihtiyacı ilk olarak mevcut olan personelin terfi veya transferi gibi eylemlerle giderilir. Boşalan pozisyonları ilk öncelik olarak iç kaynaklardan bir personel ile doldurmak bu yaklaşımın temelidir. İç kaynaklar ile doldurulamayan pozisyonlar için ise ikinci alternatif olarak dış kaynaklardan yararlanılır. Bu iki yaklaşım dışında “iç ve dış kaynaklara eşit davranmak” yani içeriden ve dışarıdan başvuran adayları objektif değerlendirmek yaklaşımı da bulunur (Uyargil vd., 2008: 134-135).

2.2.2. Turizm İşletmesi İçi İş Duyuruları ve Başvuru Düzenlemeleri

Personel bulmak için boşalan pozisyonlar için işletmede çalışan ilgili personelin haberdar edilmesi yöntemidir. Boşalan pozisyonlara ve gerekli niteliklere uygun personeli bulmak için duyurular şirketin bültenlerine, internete, şirket panolarına ve personelin ulaşabileceği yerlere konulur. Bu duyurular için önemli olan nokta başvuruların nereye yapılacağının da belirtilmesi gerekliliğidir ve ne zaman, nasıl başvuru yapılacağı da ilanda yer almalıdır. Bu şekilde işletme içi duyurularda yöneticiler boşalan pozisyonları kendi istekleri doğrultusundaki kişilerle doldurmak isteyebilirler. Buna engel olmak adına duyurular tüm örgüte ve personel duyurulmalıdır, objektif ve adil olan bir başvuru sistemi kurulmalıdır. (Uyargil vd., 2010: 116)

2.2.3. Terfi ve Nakil (İç Transferler)

Terfi yöntemi özellikle üst pozisyonlar için bir personel arandığında sağlıklı bir seçim yapabilmek adına işletme içerisinde tercih edilen bir yöntemdir. Terfi yoluyla içeride bulunan personelin hem statüsü yükselecek hem de saygınlığı da artmış olacaktır (Dolgun vd., 2007: 87).

Diğer bir adı yükseltme olan terfi yönteminde genellikle giriş düzeyi dışında yani daha üst pozisyonların doldurulmasını hedefleyen bir seçim yöntemidir. İki çeşit yükselme yöntemi bulunmaktadır; bunlardan ilki “eskilik”

yani “kıdem” durumuna göre yükseltme diğeri de” başarı (performans)” durumuna göre yükseltmedir. İş yaşamında uzun yıllar çalışmanın kazandırdığı deneyimler ve kazanımlar ile ise uyum kolaylaşır. Örgüt kültürü neredeyse tamamen sindirildiğinden dolayı uyum daha kolay bir hal alır. İşin gerektirdiği kural ve ilkeleri yakından tanımaya olanak sağlar. Kıdem durumuna göre yükseltme uygulanması ayrıca işgörenlere güvence vermesi açısından da üstünlük taşır. Fakat kıdem ile yetenekli olmak arasında her zaman direkt bir ilişki olmayabilir. “performansa” göre yükseltmenin en büyük sakıncası ise, bazı durumlarda kişilerin mevcut isteki başarılarının üstlenecekleri daha üst düzeydeki yeni isteki başarılarının her zaman sağlıklı bir göstergesi olmamasıdır (Çavdar, 2010: 83).

Kıdemın dört türünden bahsetmek mümkündür (Uyargil vd., 2008: 136);

- Genel çalışma kıdemi, personelin işletmede çalışmış olduğu toplam süreyi ifade eder. “İçeriden terfi” kararının verilmesinin yanında işe ilk girişteki deneyimi gösteren bir kıdem türü olarak kullanılır.
- İşletme (örgüt) kıdemi, personelin işletmedeki çalışma süresini gösteren kıdemdir.
- Bölüm veya birim kıdemi kişinin bir bölümdeki veya birimdeki çalıştığı süreyi gösterir.
- Mevki-pozisyon veya iş kıdemi de bireyin belli bir mevkide veya işte çalışmış olduğu yani spesifik bir alanda çalışmış olduğu süreyi gösterir.

Performansa dayalı terfi yönteminde bireyin başarısı, potansiyeli ve performansı değerlendirilmektedir. İşletmelerde etkin ve sürekli bir başarı değerlendirme merkezi sistemi kurulmuş ise güvenilir ve sağlıklı sonuçlar verebilecek bir yöntemdir. En büyük sakıncası ise kişilerin alt pozisyondaki başarısının, üst pozisyonda yani yeni pozisyonda da aynı olacağına bir göstergesi olmadığıdır. Her iki yöntem içinde de dikkat edilmesi gereken esas nokta iç transfer ve terfi yapılacak bireylerin esas olarak başarılarına, potansiyellerine

odaklanmaktadır. Bu bağlamda iyi bir değerlendirme merkezi oluşturularak her iki yöntemin optimize kullanımı ile “karma terfi yöntemi” şeklinde bir sistem oluşturmak mümkündür (Uyargil vd., 2010: 116-118).

Yükseltme yani terfi işleminde, çalışanların maksimum düzeyde motive eden ve işletmeye en fazla katkıyı sağlayacağı işe yerleştirme hedeflenir. İşletmenin çevre etkisi ve değişimi sonucunda bazı işler ortadan kalkabilir veya işin kapsamındaki görevlerde azalma olabilir. Bu durumda bu işi yapan personelin bir bölümü benzer işlere sahip alanlara kaydırılabilir. Böylece işletme genelinde iş yükü ile personel dengesi optimize edilmiş olur (Fındıkçı, 2003: 170).

Nakil yöntemi kaydırma ver transfer olarak ta adlandırılır. İşletme içindeki bireylerin yatay olarak; sorumluluk ve ücret olarak aynı düzeydeki işlere kaydırılmasıdır. Nakil yönteminde boşalan pozisyon için fazlalığı olan birimden personel temini sağlandığı için yararlı bir yöntemdir. (Uyargil vd., 2008: 137).

Öte yandan iç transfer yönteminde elemanın yeni atanacağı işte tıpkı dışarıdan gelen biri gibi yeni iş gerekleri ve koşullarına uyum süreci işletme ve için bir zaman kaybı ve ekonomik kayıp yaratabilir. Bu elemanlar için bir eğitim programı hazırlanmak zorunda kalınabilir (Sabuncuoğlu, 2000: 37).

Rütbe indirimi ise daha çok bir cezalandırma şeklinde uygulanan ve düşünülen; yetki, ücret gibi hususlarda daha alt düzeyde olan bir pozisyona yapılan transferdir. Yine işletme içersinde bulunan mevcut personelden yararlanılır. Fakat teknolojinin hızla gelişmesine ayak uydurmanın zorluğu veya işsizliğin giderek artmasından dolayı yaşanan korku sebebiyle personelin kabul etmek zorunda kaldığı bir yöntem olduğundan kullanımı genellikle seyrekdir (Uyargil vd., 2008: 138).

2.2.4. Diğer Yöntemler

Personel ihtiyacının iç kaynaklardan yararlanılarak karşılanması konusunda kullanılacak diğer yöntemler; iş zenginleştirme, iş genişletme ve iş rotasyonudur.

Birimler özellikle işçi, memur ve alt kademe yönetici konusundaki insan kaynağı ihtiyaçlarını, genellikle mevcut personelin iş tanımındaki bazı değişikliklerle gerçekleştirebilirler. Bazı birimlerdeki ve görevlerdeki personel ihtiyacı o birimdeki uygun kişi ya da kişilerin mevcut işlerinin çeşitlendirilmesi ile yani “iş genişletme” yoluyla giderilebilir. İş genişletme ve iş zenginleştirmenin bazen yeni personel ihtiyacını ortadan kaldırması kadar çalışanların motive olmasına da katkısı vardır. Bir diğer yöntem olan geçici olarak görevlendirmedeki amaç; gerekli noktadaki personel gereksiniminin aynı birim veya başka birimden geçici olarak sağlanmasıdır. Çalışanların belirli sürelerle başka birim ya da işletmelerde kendi işlerini yapmaları şeklinde olan “iş rotasyonu” yöntemi daha çok kamu sektöründe kullanılır. Özel sektörde ise özellikle uzmanlaşmış görevlerde, yönetici seçimi gibi önemli pozisyonlarda kullanılmaktadır (Fındıkcı, 2003:173).

2.2.5. İç kaynaklardan Yararlanmanın Turizm İşletmelerinin İstihdamına Olumlu Etkileri

İşletme içerisinde yapılan terfi, transfer ve diğer yöntemler sayesinde personelin motivasyonunu ve çalışma hırslarını arttırmak mümkündür. İç kaynaklara önem verildiğini gören personel çalışma konusunda daha motive bir hale gelecektir. Personel yanında işletmeye de özellikle ekonomik bir kazanç sağlar. Bunların yanında iç kaynaklardan işgören sağlamanın yararları şu şekilde sıralanabilir (Demir vd., 2005: 87, Bingöl, 1997: 101, Dolgun vd., 2007: 88, Uyargil vd., 2008: 138, Demirkan, 2000: 154);

- Mevcut çalışanların başarıları, yetenekleri, potansiyeli ile ilgili gerçekçi bilgiler edinilebilir ve seçim kolaylaşabilir,
- Personelin motivasyonu artar ve örgüte olan bağlılıkları da artar,
- İşletme açısından dış kaynaklara oranla çok daha ekonomik bir yoldur,
- Kariyer fırsatına sahip olan işgörenlerin moralini ve kendini geliştirmesi için olan hırslarını arttırır,
- Eğitim maliyetleri dış kaynaklara oranla daha düşüktür,

- Eğitimle birlikte oryantasyon maliyetleri neredeyse ortadan kalkar,
- Personel için ücretinin iş değiştirmeden arttırma olanağı sağlanmış olur, İşletmenin kendi öz kaynaklarından yararlanması sağlanır,
- İşletmeden dışarıya gidebilecek beyin göçü engellenir,
- Dışarıdaki adaylar açısından da işletmenin imajına olumlu katkı sağlar,
- Yeni yeteneklere ve alt kadrolara da fırsat verilmiş olunur,
- İşletmede çalışan kişiler açısından da yeni personele hissedilen “yabancı” kavramının ortadan kalkmasını sağlar,
- Seçim ve yerleştirmenin getirebileceği kayıpları önler,
- İşletme içerisinde hareketlilik sağlar,
- Terfi beklentisi olan çalışanların beklentileri karşılanmış olur.

2.2.6. İç Kaynaklardan Yararlanmanın Sakıncaları

İç kaynaklardan yararlanmanın avantajları yanında dezavantajları da bulunmaktadır. Örneğin terfi ve transfer yoluyla yapılan bir personel temininde işe yeterince uygun olmayan bir personeli seçmek, iş kalitesini düşürmek iş içi eğitimlere fazlaca gerek duymak gibi bir dizi olumsuzluk meydana gelebilir. Sürekli iç kaynaklara başvurulduğunda da bir süre sonra monotonlaşma başlayabilecek ve işletmeye dışarıdan gelebilecek yeni ve yaratıcı görüşler engellenebilecektir. Bunlar yanında iç kaynaklardan yararlanmanın sakıncaları şu şekilde sıralanabilir

(Demir vd., 2005: 87, Bingöl, 1997: 102, Dolgun vd., 2007: 88, Uyargil vd., 2008: 138-139, Demirkan, 2000: 155);

- İşletmede terfi imkanı bulmamış personelin motivasyonu düşebilir,
- İşletme yeni fikirlerden mahrum kalır,
- İşgörenler ve yöneticiler arasında politik sürtüşmeler ortaya çıkabilir,
- İşletme içerisinde bir işgören/pozisyon boşluğu doldurulurken; kritik bir işgören/pozisyon boşluğu da oluşturulabilir,
- İşbirliği ruhunu olumsuz etkiler,
- Terfi almak adına personel arasında yıkıcı rekabet oluşabilir,

- İşgücü piyasasındaki nitelikli işgücünden yararlanmayı engeller,
- Terfi edilmeyen personelde performans düşüklüğüne yol açar,
- İşletmede modası geçmiş uygulamalarla kısıtlı kalınmış olur,
- İşletmeye dışarıdan alım yapılmadığı için ve yeni kan gelmediği için dinamizm azalır ve örgütsel tutuculuk ortaya çıkar,
- İşletmede farklı bir bölümde çalışacak personel için eğitim ve yerleştirme bölümlerin olmasını zorunlu kılar,
- Sadece kıdeme göre yapılan terfilerde, zamanla yeteneksiz ve göreve uygun olmayan kişilerin göreve gelmesi söz konusu olur,
- Terfi kararında özellikle karar vericileri etkilen subjektif durumlar (politika, inisiyatif kullanma, torpil yapma) gibi durumlar uygun adayları seçmeyi engeller,
- Subjektif durumlardan dolayı tarafsızlığı ortadan kaldırır,
- İşletme dışındaki personel içi olumsuz ve tutucu bir imajın yaratılmasına sebep olur.

2.3. Dış Kaynaklardan İstihdam ve Turizm İşletmeleri Açısından Önemi

Dış kaynaklar işletme içinden olmayan ve çalışma isteğinde, gücünde olan her birey ve bu bireylerin bulunabileceği yerler sayılır. İç kaynaklar ilk olarak değerlendirildikten sonra eğer yeterli değilse dış kaynaklara da başvurulur. Dış kaynaklardan özellikle yeni kurulan bir işletme için giriş düzeyindeki işler ve yedeği olmayan daha üst pozisyonlar için eleman bulma konusunda yararlanılır (Acar vd., 2010: 139)

İşletmeler açısından önemli olan en doğru kaynağı bulmaktır. Özellikle dış kaynak kullanımında çok çeşitli yollar vardır ve aday havuzunu da doldurabilmek için iyi bir yöntemdir. Dış kaynaklardan yararlanırken işletmenin kendi politikalarına önem verirken ayrıca işletmeler arası rekabet koşullarına da dikkat edilmedir. Dış kaynaklardan yararlanma faaliyetini işletmenin kendi bünyesindeki

insan kaynakları bölümünün yapabildiği gibi, profesyonel olan bir şirketten de yararlanmak mümkündür.

İşletmelerin dış kaynaklara yönelmesinin sebepleri şu şekilde sıralanabilir (Dolgun vd., 2007: 89);

- İşletmenin yeni kurulmuş olması,
- İşletmede yeni departmanların oluşturulması,
- İşletmedeki gelişmelere paralel olarak yeni teknik ve uzmanlaşmış personele ihtiyaç duyulması,
- Ekonomik nedenler dolayısıyla ve çalışan arzının fazla olduğu durumların değerlendirilmek istenmesi,
- İç kaynaklardan çalışan sağlamanın zor veya kazançsız olacağı durumlarda,
- İşletmeye yeni katılan kişilerin kendilerini ve yeteneklerini pazarlamak adına daha çok çaba sarf etmesi ve bunun da işletmeye azami düzeyde yarar sağlaması,
- İşletmede bulunan iş gereklerine uyabilmek adına aday sayısının da arttırılmak istendiği durumlardır.

2.3.1. İlan Yolu

Aday havuzuna kaynak oluşturan en önemli yöntemlerden biri ilan yoluyla aday toplama yöntemidir. Sıkça başvurulan bu yöntemin doğru ve etkin işleyebilmesi için ilanın içeriği, araçları ve özellikleri stratejik bir özellik taşırlar. İlanın verilmesi ve kullanılacak araçların seçilmesi önceden bir planlama ve stratejik karar gerektiren bir süreçtir (Erdoğan, 1991: 37).

İlan hazırlanmadan önce başka ilanların incelenmesi ve değerlendirilmesi de gerekir. İncelenen ilanlarda içerik ve şekil özelliklerinin neler olduğu, nelere dikkat edildiği gözlenmelidir. (Maitland, 1998: 29);

2.3.2. İş Duyuruları

İş duyurularının hangi araçla uygun yapılacağına karar verildikten sonra yukarıda belirtilen şekil ve içerik özelliklerini taşımasına dikkat edilir. Doldurulacak pozisyonun üst ya da alt kademe bir pozisyon olması iş duyurusunu şekillendirmektedir. Örneğin bir genel müdürlük pozisyonu için iş kapısına ilan asmak uygun olmayacaktır. Genel çapta ve büyük ve tanınmış bir araçla duyuru yapmak daha uygun olacaktır. Çok fazla nitelik gerektirmeyen normal bir personel içinse yerel bir gazetede, kısa ve öz bir ilan vermek hatta işletme kapısına “Eleman aranıyor.” ilanı asmak dahi yeterli olabilecektir.

İsimsiz iş duyuruları (blind-box advertisements), işletmenin ve işverenin kimliğinin belirtilmediği duyurulardır. İsimsiz ilanlar, işletmenin adının ve ününün bilinmesinden dolayı oluşabilecek aşırı ve yetersiz başvuruyu engellemek için kullanılırlar. Aday havuzunun büyüklüğü de iş duyurularının şekillenmesinde önemli bir anahtardır. Çok kısa bir ilan az adayın başvurusunu getirecektir ve çok uzun bir ilan da beklentileri yükseltmeyle birlikte tersi bir sonuca yol açabilecektir (Erdoğan, 1991: 140-142).

Duyuru yöntemi özellikle muhasebecilik, mühendislik, mimar, ekonomist gibi mesleklerde iş arayanlara yönelik olarak sıkça kullanılır. Bu tarz mesleklerde aranan özellikler ve nitelikler duyurularda kolayca belirtilebilmektedir. Duyuru yoluyla insan kaynağını bulma geniş bir gruba hitap eder ve diğer yöntemlere göre çok daha az masraflıdır (Bingöl, 1998: 115-116).

İş duyurularının hazırlanırken bazı unsurlara dikkat edilmesi işletmeye pozitif anlamda katkılar sağlayacaktır. İşe alma duyurusunun adaylar için tanınabilirliği, iş arayan birey için ilgi çekici olması ve kolay okunabilirliğinin yanında özellikle teknik beceri gerektiren bölümler için şu özellikleri de kapsamaya işletmeye olan başvuru sayısını arttıracaktır (Fındıkçı, 2012: 182);

- İnandırıcılık özelliğini kazandırma ile tanıtılan görevin ayrıntılarında ve belgelendirilmesinde gerçekçi açıklamaları içerir. Görevin daha

anlaşılır ve net çizgilerde olması için duyuruların subjektiflikten uzaklaştırılması önemlidir.

- En uygun duyuru aracını seçmek duyurunun ulaştığı kitleyi ve aday sayısını etkiler. Bu yüzden hedef kitlenin belirlenmesi ve ona göre en etkin duyuru aracının seçilmesi büyük önem arz eder.
- İşin ve görevin üstünlüğü özelliği ile duyuruyu yayımlayan işletmeyi diğer işletmelerden ayırt eden bir nitelik olduğuna dikkat edilir. Diğer işletmelerin sağlayamayacağı ve onlara üstünlük sağlanan bir olanağı açıklar. (Uluslararası yolculuk yapma fırsatı, tanınmış bir ülkede eğitim alma ve dil öğrenebilme olanağı vb.)
- İşin çekiciliğinin vurgulanması ile özellikle teknik elemanlar açısından üzerinde durulan bir faktördür. İşteki zorlukların yanında başkılığın ve farklılığın çekici kılınması amaçlanır.
- Son olarak bilgi verme ile iş ve işletme hakkındaki bilgiler, projeler, ücret, genel hususlar gibi faktörlerin belirtilerek duyurunun aynı zamanda açıklığının da sağlanmasıdır.

2.3.3. Turizm İşletmelerine Ekonomik Açıdan Katkı Sağlayan İstihdam Sağlama Şekli

İşletmeye başvurular, yazılı olarak (write-ins) ve ya işletmeye kişisel olarak (walk-ins) gelerek yapılan başvurular şeklinde olur. Günümüzde özellikle internet üzerinden yapılan başvurular da kendiliğinden yapılan başvurular arasında sayılabilmektedir. Fakat önemi ve statüsü giderek arttığından ayrı bir başlık altında incelenecektir. İş duyurusuna başvuran adaylar yazılı bir şekilde işletmeye başvururlar. Yazılı başvurular genellikle resimli olarak adayın özgeçmişini içeren dokümanlar başvuru yazısı için istenen eklerdir. Gelen yazılı başvuruların ilgili departmanca titizlikle elenmesi gerekmektedir. Adayın başvurusunda eğitim durumu, kişisel becerileri, özellikleri, tecrübeleri, genel anlamda iş için uygun olup olmadığı incelenebilmektedir. Bu incelemeler

doğrultusunda aday hakkında genel bir kanıya varılmaktadır. Bazen incelemeler sonucunda adayın bir çok özelliği iş için uygun görüldüğü halde sadece fotoğraf bile seçim kararını etkileyebilmektedir ve başvurular reddedilebilmektedir. Bu açıdan yazılı başvuruda bulunacak adaylar yazılı kısma dikkat ettikleri ve özen gösterdikleri gibi; görsel kısma da dikkat etmelidirler. Güncel ve net bir fotoğraf seçmelidirler (Erdoğan, 1991: 42).

2.3.4. Mevcut İşgörenlerin Tavsiyeleri ve Kulaktan Kulağa Yöntemi

İşletmenin personel sağlamada kullandığı bir diğer yöntem de mevcut işgörenlerinden aldığı tavsiyelerdir. Mevcut personeller işletmenin yapısını bildiklerinden ve boşalan pozisyonları da yakından izlediklerinden dolayı işletme için bu pozisyon için aday önerilerinde bulunabilirler. İşin nitelik ve gerekliliklerini yakından bilen mevcut personelin önerileri objektiflik ilkesi ile birlikte işlediğinde işletme için önemli bir kaynak oluşturur (Sabuncuoğlu, 2000: 82).

Mevcut personel dışında müşteriler, paydaşlar, ortaklar ve satıcılar da aday önerisinde bulunabilirler. Tanıdıkların tavsiyelerinin yanında eleman gereksiniminin herkese duyurulması kulaktan kulağa yöntemi olarak ta bilinir. Bedava olması, hızlı bir şekilde yayılması en büyük avantajlarıdır (Maitland, 1998: 28).

Tavsiye ile aday başvurusu sağlanırken sağlanan diğer avantajlar da şu şekilde sıralamak mümkündür (Uyargil vd., 2008: 143, Maitland, 1998: 28);

- Personel bulmada zorlanılan işler için de aday sağlamada etkin bir yöntemdir. Bu zor işlerde çalışan hali hazırdaki personel işin zorluk ve gerekliliklerini iyi tanıdığı için işe uyabilecek personeli önerme açısından yardımcı olur.
- Aday öneren ve bulan personele ödüllendirme faaliyetleri düzenlenerek işletme içi motivasyon arttırılabilir.

- Mevcut işgörenin önerdiği adaylar iş ve işletme hakkında daha çok bilgi edinebilirler ve bu şekilde alınan personelin işte kalma süreleri de arttırılabilir.
- Tanıdıklarına güvenen adaylar için işte yabancılik çekme, motivasyon düşüklüğü önlenmiş olur.
- Önerilen kişi kendisinin tavsiye eden personelin “yüzünü kara çıkarmamak” adına daha iyi bir performans sergilemek istemesi işletmenin de yararına olabilecektir.
- Tavsiye yoluyla personel bulma az maliyetli bir yöntemdir ve hızlı işleyen bir sisteme sahiptir.
- Güvenilirlik açısından da diğer yöntemlere göre daha önde tutulabilir.
- Tanıdık kişilerin yan yanaya çalışmasından dolayı ortaya çıkabilecek gruplaşma olasılığı gibi sakıncaları da bulunmaktadır.

2.3.5. Turizm İşletmeleri ve İşçi Bulma Kurumları Bağı

İşletmede gerekli pozisyon için aday sağlama yöntemlerinden diğeri iş ve işçi bulma kuruluşlarıdır. Bu sayede ihtiyaç duyulan personeli kamu ve özel tüzel kişiliğe sahip olan işçi bulma kuruluşlarından karşılamak mümkündür. Kamu ve devletin sağlamış olduğu işçi bulma kuruluşları sadece niteliksiz eleman sağlamak için yararlı olduğu algısı günden güne değişmekte ve teknik, nitelikli ve çok çeşitli yeteneklerde de eleman sağlamada bir aracı görevi üstlenmektedir (Bingöl, 1998: 114).

2.3.6 Resmi İstihdam Kuruluşları (Kamu İstihdam Kurumları)

Resmi olan iş ve işçi bulma kurumlarına hem iş arayanlar hem de işgören adayları başvururlar. Kamu istihdam kurumları başvuran adayların özelliklerine, niteliklerine göre bu adayları kaydeder ve gerekli işletmelere uygun olanları göndermede aracılık eder. Özellikle işsizlik sigortasının önemli olduğu ülkeler için kamu istihdam büroları önemli bir görev icra eder (Kolu, 1998: 115).

1946 yılında ve 4837 sayılı yasa ile kurulan İş ve İşçi Bulma Kurumu (İİBK), Uluslararası Çalışma Örgütü (UÇÖ)'nün 1948 yılında yapılan sözleşmesinden sonra 1949 yılında onaylanmıştır. 1475 sayılı İş Kanunu ile işçi bulma görevi İş ve İşçi Bulma Kurumu'na verilmiştir. 2003 yılında Türkiye İş Kurumu olarak adı değiştirilen kurumun tekel olması engellenmiştir ve özel istihdam bürolarına da işçi bulma yetkisi yüklenmiştir. Bu tarz kurumlar işletmelere personel temininde yardımcı olurken, görevlerini ticari bir amaç gütmeyen yapmalıdır. Ülkelerin hemen hemen hepsinde resmi bu kuruluşlar bulunmaktadır. Özellikle işçi statüsündeki adayların temini için bu yöntem önemli bir kaynak oluşturur (Dolgun vd., 2007: 91).

Ülkelerin işçi bulma politikaları değişiklik göstermektedir. Ülkemizde özellikle kamu işyerleri için eleman bulmada Türkiye İş Kurumu'na başvurmak zorunlu kılınabilmektedir. Bu kuruma başvuran adayların işe alınma gibi bir zorunlulukları bulunmamaktadır. Özel kuruluşlar için bu kurumdan yararlanma gibi bir zorunluluk getirilmemekte ve isteğe bağlı olarak özel kuruluşlar, işyerleri de bu kurumdan destek alabilmektedirler (Uyargil vd., 2008: 144-145).

İş Kanunu gereğince “özürlü, eski hükümlü ve terör mağduru çalıştırma zorunluluğu” kanunu ile 50 ve ya daha fazla çalışanı bulunan işletmelerin uyması gereken bir maddedir. Örneğin 70 çalışanın istihdam edildiği bir işletme, bu kanunda belirtilen özellikteki 4 kişiyi istihdam ettirme zorunluluğu taşır. Bu yasal zorunluluk dahilinde olan kişileri çalıştırma da yasaya ve resmi kurumlara bağlı sayılan bir diğer eleman temin yöntemidir (Dolgun vd., 2007: 92-93).

2.3.7 Özel İş ve İşgören Bulma Kuruluşları

Kamu yanında özel iş ve işgören bulma kuruluşları da bulunmaktadır ve özellikle ticari amaç taşıyan özel kuruluşların tercihe etmiş olduğu bir kaynaktır. Bu kaynaklardan daha çok üst yönetim, profesyonel yönetici gibi kadrolara eleman temini amaçlandığında yararlanır. Ticari amaç taşımayan başvurular ise genellikle iş deneyimi olmayan, yeni mezun olmuş işsiz kişilerden gelmektedir.

Özellikle üst yönetim için gerekli personel temininde yardımcı olan ve “Kafa avcılarını (head hunters)” diye adlandırılan firmalar da aday bulmada önemli bir rolde dirler (Uyargil vd., 2008: 145-146).

Özel iş bulma kuruluşları, işe yerleştirmeyi sağladıklarında işgörenlerden bir yıllık ücretleri tutarının bir kısmını işin karşılığı olarak talep etmektedirler. Bu bağlamda özel olan bu kuruluşların, iş arayan kişileri sömürdükleri öne sürülmüştür. Bu açıdan ülkemizde İş ve İşçi Bulma Kurumu'nun yetki ve yasakları önem arz eder (Bingöl, 1998: 115).

Bu firmaların işletmelere eleman göndermeden önce yaptıkları araştırma ve uygunluğu denetleme faaliyetleri sağladıkları en büyük avantajlar arasında bulunur. Bir anlamda firmaya olabilecek uygunsuz ve gereksiz başvurulara bir ön eleme yapmış olur. Maliyetinin yüksek olması ve yukarıda değinildiği gibi işgörenleri sömürdüğü düşüncesi de olumsuz yönlerini oluşturur (Maitland, 1996: 26).

2.3.8 Okullar, Üniversiteler, Öğretim Kurumları

İşletmeler belirli dönemlerde okulların ve üniversitelerin yetkili kişileri ile iletişim içerisinde bulunarak, buralardaki öğrencilerden iş için ve ya staj amaçlı olarak başvuru alma yolunu seçebilirler. Meslek liseleri gibi kurumlar mavi yakalı çalışanlar ve büro işleri gibi işler için iyi bir kaynak oluştururlar. Üniversiteler gibi öğretim kurumları ise genellikle orta ve üst kademelere personel bulabilmek adına iyi imkanlar sağlamaktadırlar (Dolgun vd., 2007: 91).

Eğitim kuruluşları özellikle mezun öğrencilerine iş bulabilmek için öğrencilerle işverenler arasında görüşme sağlanan “kariyer günleri” vb. gibi etkinlikler düzenlerler. Staj uygulamaları da en sık rastlanan öğretim kurumu ve işletme işbirliğidir. Öğrencilerin kendi alanlarında deneyim kazanabilmeleri için kısmi süreli ve geçici olarak belli işletmelerde staj yaparlar. Bu stajlardan sonra sürekli işe alınacak eleman bulma açısından da bu uygulama önemli bir noktadadır. İşletmeler staj süresinde tanıyıp, başarılı buldukları öğrencileri daha sonra sürekli eleman olarak talep edebilirler (Acar vd., 2010: 146-147).

Özellikle tanınmış, statülü işletmeler öğretim kurumları arasında da seçim yaparlar ve eleman sağlamada daha başarılı okulları tercih ederler. Sadece ülke sınırları içinde yer almayan bu seçim yöntemi maliyet ve zaman açısından zordur. Bu açıdan yerel okulların tercihi maliyeti azaltacak ve ülke içi çalışma sirkülasyonuna olumlu bir katkı sağlayacaktır (Bayraktaroğlu, 2003: 68).

Bu açıdan öğretim kurumlarının, işletmeler ve firmalar ile sürekli bir iletişim içerisinde olması gerekmektedir. Bu sayede etkin bir insan kaynağı elde etme mekanizması kurulabilir. Meslek anlamında uygulamalı eğitimlerin verildiği üniversite ve öğretim kurumlarının özellikle bu yöntemdeki rolleri büyüktür. İşletmelerle yapılacak iyi iletişim ve paylaşımlar ile karşılıklı olarak bir yarar sağlama mümkündür. Bu konuda mezun derneklerinden de yararlanılabilir.

2.3.9 Sendikalar ve Mesleki Kuruluşlar

İşletmede çalışanların bir sendikaya üye olmaları durumunda, işletme iş duyurusunda bulunmasa da işçi bulma kurumuna gitmeden üye olunan sendikadan yardım alabilirler. Sendikalardan yararlanılarak yağılan personel teminleri endüstrilere göre farklılık arz eder. Özellikle el işi, beceri gerektiren işler için kurulu sendikalar bu açıdan işletmelere yardım edebilirler. Bu yöntemde işgören arayan işletme boş kadrolarını doldurmak için sendikalara başvurur. Sendikalar da yararlı olabilecek ve uygun olan personeli teminde işletmeleri yönlendirir. Bu sistemin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi için sendika ile işletme ilişkilerinin iyi olması gerekir. “Kapalı işletme (closed-shop)” şeklinde bir işleyiş yani sadece sendikaya bağlı bir insan kaynağı bulma yasaklanmış bir sistem olsa dahi çok sayıda işletmenin uyguladığı bir stratejidir (Bingöl, 1998: 117).

Mühendisler Odası, Tabipler Odası gibi meslek birlikleri üyelerinin mesleki gelişimlerinin, meslek birliğinin oluşmasının yanında onlara iş bulma konusunda da yol gösterirler (Dolgun vd., 2007: 91).

2.4. Turizm İşletmelerinin Sosyal Etkilerinden Bir Diğeri: Sosyal Medya

Bilgiye ulaşım gitgide kolaylaşma ve internet aracılığı ile tüm dünyaya ulaşma imkanı sağlanmaktadır. Bu sayede küresel ölçekte kişilere ulaşabilen işletmeler interneti aday temin kaynağı olarak önemli bir noktada görmekte ve günden güne yatırımlarını arttırmaktadırlar. Bu nokta üç yöntemin sıklıkla kullanıldığından bahsedilebilir. Bunlar; ticari iş ilanları panoları, bu anlamda piyasaya profesyonel olarak hizmet veren kurumların web siteleri ve işletmelerin kendi web siteleridir (Dolgun vd., 2007: 90).

Son yıllarda oldukça artan internet kullanımı ile de birlikte işe alım ve temin kaynakları içerisindeki büyük bir payı internet kaynağı oluşturmaktadır. Önceleri kullanılan mektup, gazete gibi araçların yerini internet aracı almıştır. “Job board” denilen internet siteleri bu anlamda hizmet vermekte ve tercihlerde ilk sıralarda yer almaktadırlar. Bu sitelere binlerce kişi başvurmaktadır. Türkiye için de özellikle 90’lı yılların sonundan itibaren açılmaya başlayan ve ilan verilebilen internet siteleri günümüzde de giderek çoğalmaktadır. İnterneti işe alım sistemlerine etkin bir şekilde katabilen işletmeler, kaliteli insan gücü bulma rekabetinde üstünlük elde edebilirler.

2.4.1. Turizm İşletmelerinde İnternet Üzerinden İstihdama Yaklaşım

İşletmeler kendilerine gereken ve yararlı olabilecek işgücünü çekmekte farklı işe alım yöntemleri araştırmaktadırlar ve e-işe alım da bunların arasında olan ve sık kullanılan bir yöntem haline gelmiştir. Şirketlerin birçoğu artık internet temelli işe alım yöntemini kullanmaktadırlar. Bu konuda hizmet eden kurumsal web siteleri ve işe alım siteleri olarak iki temel öge bulunmaktadır. Adaylar işe alım sitelerini ve hatta şirketlerin özel web sitelerini, kurumsal web sitelerine göre daha çok tercih etmektedirler. Organizasyonlar artık işe alımı daha etkin hale getirmek için hem eleman arayış süreçlerini hem de işe alım süreçlerini

yeniden değerlendirmektedirler. Bu değerlendirmelerde internete y6nelim gitgide artmaktadır (Tahiroğlu, 2002: 120-121).

2.5. Diğer Kaynaklar

Dış kaynaklar arasında telefonla aday bulma diğer kaynaklar arasında g6sterilebilir. Olası adaylarla doğrudan bir iletişim sağlamak için telefon aracılığı ile işe başvurmaları bu y6ntemi oluşturur. Hızlı ve direkt olarak aday bulmayı sağlayan bir y6ntemdir. İlan ve diğer y6ntemlerle ulaşılamayan ve cezp edilemeyen adayları da çekme 6zelliğine sahip bir y6ntemdir. Adaylar işletmeyle doğrudan bir g6rüşme sağladıkları için bunu avantaj olarak g6rebilirler (Uyargil vd., 2008: 147).

Adayları telefonla değerlendirmek için bu y6ntemi seçmenin işletmeye sağladığı avantajlar şunlardır (Maitland, 1998: 38);

- Hızlı bir y6ntemdir,
- Gereksiz kırtasiyeciliği ve idari işlemleri azaltır,
- Maliyeti düşüktür,
- Doğrudan eleman bulmayı hedefler,
- Adayın iletişim becerilerini, konuşma yeteneğini 6lme sağlayan bir y6ntemdir,
- Telefonun yer aldığı ilanlar her zaman aday sayısını arttırıcı bir 6zellik taşır.

Telefonla aday değerlendirmenin bazı sakıncaları ise şu şekilde sıralanabilir (Maitland, 1998: 38);

- Fazla adayın başvurması gereksiz yere zaman kaybına sebep olabilir,
- Hedef adaylar dışında uygunsuz adaylar da işletmeye başvurabilir,
- Telefon g6nün t6m saatlerinde alabilir, işletme için fazlaca bir iş oluşturabilir,

- Adayları telefonda her yönüyle değerlendirmek imkansızdır,
- Konuşma ve diksiyon kişi hakkında objektif yapılması gereken kararı etkileyebilir,
- Telefonla sınavan kişilerin/mülakatçıların konusunda çok etkin olması gerekir aksi takdirde yanlış adaylara yönelim olabilir.

Dış kaynaklardan yararlanılan bir diğer yöntem de kadınlardan, çalışma niyetinde olmayanlardan ve ek görevlilerden yararlanmaktır. Emek arzının kıt olduğu zamanlarda ev kadınları iş piyasasına çekilmeye çalışılır. Kadınların bir kısmı çalışma eğilimi göstermezken bir kısmı da çalışmış olsa dahi evlenince işlerini terk ederler. Bu açıdan kadınların işlerde kalıcı olmasını sağlama amaçlı iş çeşitlendirmeleri yapılır ve ağır olmayan işlere kadınların alınması sağlanır.

Çalışma niyetinde olmayanlar için de bu özendirici çalışmalar yapılır. Maddi gücünün yeterliliğinden dolayı çalışma niyetinde olamayan kişiler için daha az günlük çalışma süresi içeren, işi ilginç ve çekici kılan uygulamalar teşvik edici olabilir.

Bazı ülkeler de işgücü açıklarını kapatmak amacıyla gelişmemiş ülkelere işgücü temin etmeye çalışırlar. Basit işleri yaptırmak amacıyla gelişmiş ülkeler bu işgücünü tercih ederler.

Ek görevlilerden yararlanmada ise başka bir işte çalışanların normal çalışma saatleri dışında ek görevli olarak istihdam edilmeleri diğer bir dış kaynaktır (Bingöl, 1998: 118).

2.6. Sürekli Statüde İşgören Teminine Alternatif Yollar

İşgören seçiminde temel olarak akla gelen tam gün esasına göre personel çalıştırma kavramı son zamanlarda olan ekonomik değişimler ile başka kavramlarla da anılmaktadır. Geçici işgören çalıştırma, işgören kiralama (leasing), bağımsız işgörenlerden yararlanma bu kavramlardan temel olanlardır. Bu kavramların ortaya çıkmasındaki temel sebep küresel ekonomi ve onla birlikte

yaşanan değişimlerdir ve işletme maliyetlerini düşürerek esnekliği de sağlama temel amaçtır (Dolgun vd., 2008: 104).

2.7. Geçici İşgören İstihdamı

Genellikle holding gibi işletmelerde üst kademe yöneticilerin yerleştirilmesi, üstün özelliklere sahip elemanların yerleştirilmesi, aynı grupta olmayan işletmelerin ortaklaşa bir iş yürütmesi ve mali güçlükler yaşayan işletmede elemanların geçici olarak başka bir işletmeye verilmesi bu istihdam türüne örnektir. Türkiye’de 4857 sayılı İş Kanunu ile “ödünç iş ilişkisi” olarak düzenlenen uygulamada geçici devirler söz konusudur. Bu devir gerçekleştirilirken de yine kanuna göre işveren ve çalışanın yazılı onayı alınması gerekmektedir. Geçici iş ilişkileri 6 ayı geçmemek koşuluyla düzenlenebilir ve yazılı olarak yapılır (Dolgun vd., 2007: 93).

Önceden daha çok üretim ve büro işleri gibi işlerde kullanılan geçici işgören istihdamı artık birçok farklı iş alanında da kullanılan bir yöntem haline gelmektedir. Sınırlı süreli ve ya mevsimlik işler için gerekli işgören ihtiyaçlarının karşılanmasında başvurulan bir yöntem olmuştur (Uyargil vd., 2008: 148).

2.8. İşgören Kiralama (Leasing)

İşletmeler bazen sürekli çalışanlar seçmek yerine belli bir süre için tamamlanacak bir iş için işgörenleri kiralamaktadırlar. Bu açıdan işletmeler leasing firmaları yol göstermektedir. İşletme ve leasing firması arasında yapılan sözleşme ile bu istihdam sağlanmakta ve gerekli sayıda personel istihdam edilmektedir. Bu yöntemde de geçici işgören istihdamı gibi maliyeti düşürme amacı güdülmektedir. İşletme kiraladığı işgören için sigorta, vergi, işten çıkarma tazminatı gibi durumlara katlanmadığından dolayı avantaj sağlamaktadır. Bunun dışında işletmeyi geçici gören personel işletmeyi sahiplenmediğinden dolayı iş verimi düşüklüğü de olabilmektedir. Bu tarz sorumlulukları ve işgörenin sigorta

gibi tüm faaliyetlerini kiralamanın yapıldığı leasing firmaları üstlenmektedir. Bu tip iş ilişkileri ayrıca “taşeron” sistemi olarak ta anılmaktadır ve yine İş Kanunu’na bağlı olarak işlemektedir (Dolgun vd., 2007: 93-94).

Bu uygulamada kiralayan firma, işgörenleri seçmekte, eğitmekte ve ihtiyaç duyan işletmeler personelleri kiralamaktadır. Kiralanmış işgörenin göstereceği başarı ve performansın, sunacağı hizmetin ödüllendirilmesi, yasal düzenlemelerle bu tip işçilerin korunması gibi konular alıcı işverenin sorumluluğu altında değildir. Çok üst düzey işler için kullanılmayan bu yöntemde kiralayan firmanın personelle ilgili üstlendiği tüm sorumlulukları yerine getirmesi gerekir (Uyargil vd., 2008: 149).

2.9. Bağımsız Çalışanlardan Yaralanma

Belli alanda uzmanlık gerektiren işler için ve geçici süreli olan işler için kullanılan bir yöntemdir. Konusunda uzman olan profesyonel çalışanlardan geçici ve kısmi süreli yani part-time olarak yararlanmayı ifade eder. Ücret hesaplamaları zaman ve iş durumuna göre değişiklik göstermektedir. Özellikle uzmanlık gerektiren işler için kullanılan bir yöntemdir (Dolgun vd., 2007: 94).

4857 sayılı İş Kanunu’nda düzenlenen “çağrı üzerine çalışma” bağımsız çalışanlardan yararlanmaya örnek teşkil eder. Bu çalışma yönteminde işgören sadece ihtiyaç olduğunda çalışır ve kanunca belirtilen süreler dahilinde çalışır. Geleneksel olan fason iş yaptırmadan farklı olarak evde çalışma, tele çalışma gibi kavramlar da ortaya çıkmıştır. Teknolojik gelişmeler, internet kullanımı ve iletişimin artması gibi sebeplerden dolayı bu şekil çalışma biçimleri doğmuştur (Uyargil vd., 2008: 149).

2.10. Uluslararası İşgören Sağlama

İşgören sağlama sadece yurt içi kapsamda gerçekleşen bir faaliyet değildir. Yurtdışından yabancı personel istihdamı da küreselleşen dünya düzeninde önemli boyutlara ulaşmıştır. Uluslararası insan kaynakları yönetimi kavramı bu

gelişmelere bağılı olarak ortaya çıkmıştır. Ulusal ve ya uluslararası çalışan bir işletmedeki işgücü ihtiyacını tespit etmek ve bu ihtiyaçları değışen teknoloji ve ekonomi düzenlerine uygun bir şekilde yapmak uluslararası insan kaynakları yönetiminin temel fonksiyonlarıdır. Uluslar arası faaliyetlerde bulunan bir firma dış ülkelerdeki politikaları da takip etmeli ve yönetim stratejisini ona uygun geliştirmelidir. Bu anlamda yöneticilerin de rolü büyüktür. Uluslaşası anlamda firmaya istihdam sağlayabilmek adına politikaları dış ülkelerdeki gelişmelere ayak uyduracak şekilde yönetmelidir (Yüksel, 2000: 252).

Başka ülkede faaliyet gösteren bir işletme personel ihtiyacını çeşitli yollarla karşılayabilir. Bu ihtiyacı kendi ülkesinden, ev sahibi olan ve ya başka üçüncü bir ülkedeki vatandaşlarla karşılayabilir. Alt düzey ve çok fazla beceri gerektirmeyen işler için ev sahibi ülke ve ya üçüncü ülke vatandaşlarından yararlanır. Üst pozisyonlar ve ya yönetim pozisyonları içinse genelde kendi vatandaşlarını atamaya çalışan bir strateji güdülmektedir. Yurtdışı görevler için eleman aranırken yurt içinde arandığında dikkat edilen ölçütler yanında kişilik ve aile özellikleri gibi hususlar da dikkate alınır. Kültürel farklar ve aile yapısı farklarının çok fazla olması işletme açısından uyumu zorlaştıracaktır (Uyargil vd., 2008: 149-150).

2.11. Kùltürler Arası Yaklaşımlar

Küreselleşmenin artmasıyla ulusal sınırların önemi de gitgide azalmaktadır. Yönetim düzeyi dahil tüm düzeylere yabancılardan katılanlar artmakta ve milliyet, ırk gibi kavramların getirdiğı ön yargılardan uzaklaşmaktadır.

Bu kùltürler arası etkileşimler ve yurtdışı personelin istihdamının artması bu şirketlerde görevli yöneticilere de büyük bir rol yükler. Öncelikle küresel bu yöneticilerin ikinci ve hatta üçüncü bir dil bilmeleri gerekir. Dili sadece yapısal olarak değıl aynı zamanda özdeşleştiğı kùltüre bağılı olarak kullanabilmesi gerekir.

İşletmeler bunun için yöneticilere eğitim programları düzenlemekte ve onların gelişimi için büyük çaba sarf etmektedirler.

Çok uluslu şirketlerin değişik kaynaklardan olan eleman istihdamını uluslararasılaşma derecesi etkiler. Şirket yabancı ülkede bulunan yavru şirketlerde ana ülke vatandaşlarını istihdam ettirme zorunluluğunda olacaktır. Daha sonra deneyimi arttıkça yerel personel istihdam ettirme çabaları artacaktır. Bunun yanında ev sahibi ülkenin de gelişmişlik düzeyi önemlidir. Gelişmiş ülkeler yerel personel istihdam ettirmeyi uygun görürken, daha az gelişmiş ülkelerde ana ülke personeli istihdam ettirilmeye çalışılmaktadır.

Yurtdışında çalışma konusuna birçok firma geçici bir görev olarak bakmaktadır. Bu açıdan hem yerel personelle hem de ana ülke personeliyle çalışma stratejisini üstlenmektedir. Ev sahibi ülkeler bu bağlamda yerel personel istihdamını tercih ederler, gurbetçi personel istihdamı için engeller koyarlar. Çin, Hindistan, Brezilya gibi ülkeler buna örnek olarak verilebilir (Yüksel, 2000: 253-255).

BÖLÜM 3

3. TURİZM İŞLETMELERİNİN ETKİLERİ

3.1. Turizm İşletmelerinin Sosyal Etkileri

Gelir sağlamanın yanında ekonomiye olduğu kadar sosyal ve kültürel anlamda da büyük etkileri olan turizm işletmeleri çevrenin değerini artıran ve ekolojik dengeleri de koruyan bir endüstridir. Bu yönüyle turizm ve buna hizmet eden turizm işletmeleri sosyal, kültürel, ekonomik ve psikolojik açıdan hiçbir sektörün yapamayacağı şekilde geniş ölçekli bir etkiye sahiptir (M.Külahçı, 2002:3). Tekirdağ ilinde de bulunan konaklama, yeme içme işletmeleri, turizme yönelik istihdam sağlayan tüm işletmeler geniş ölçekli şekilde sektörü etkillemektedir.

Turizm sektörünün ekonomik anlamda olan etkileri niceliksel olarak rahatça hesaplanırken kültürel, çevresel, sosyal etkilerinin hesaplanabilmesi veya anlaşılabilmesi için araştırmacıların nicel yaklaşımların yanında nitel yaklaşımlar da sunmaları gerekmektedir (Akgül, 2004:134).

3.2. Turizm İşletmelerinin Çevreye Etkileri

Turizm işletmeleri çevreye büyük ölçüde bağlı bir durumdadır. Çünkü turizm ve çevre birbirinden ayrılmaz bir bütün halindedirler ve turizmin sürdürülebilmesi için çevrenin de sürdürülebilir olması gerekmektedir. Turizm işletmeleri her ne kadar fiziksel çevre üzerinde bir beton yığını şeklinde olsa da , çevrenin sürdürülebilmesi için alacakları önlemler ile çevreye duyarlı olabilirler. Turizm işletmeleri genel anlamda bakıldığında ise çevreye yarattığı etkiler açısından hem sosyal hem de ekonomik çapta düşünüldüğünde çoğunlukla olumsuzdur. Çünkü plansız olarak gerçekleşen aşırı yapılanmalar, çevreye bıraktıkları atık maddeler, su kirlilikleri gibi olumsuz etkiler çevre üzerinde yaratılan olumsuz etkilerdir. Tüm bu etkiler gözönüne alındığında turizmin iyi bir

şekilde yapılabilmesi için turizm işletmelerinin duyarlılığının artması gerekmektedir (Demircioğlu, 1997:137,Öztaş, 2003:42).

3.3. Turizm İşletmelerinin Toplumsal ve Kültürel Etkileri

Turizm işletmeleri sunmuş oldukları mimari yapıları ile kültürün bir parçasını oluşturmaktadırlar. Turizm olgusu da insanlar arasında iletişimi sağlarken hem de onların kültürel anlamda gelişmesini ve tatmin olmasını sağlamaktadır. Bu açıdan hem gelir hem de toplumsal kültürel etkiler arasında turizm bir köprü olmaktadır. Meydana gelebilecek bazı olumlu etkiler şu şekilde sıranalabilir (Kozak, Akdoğan ve Kozak, 2004: 76, Korkmaz, 2004:409, Özgüç, 2010:191):

1-Turizm işletmelerinde farklı uluslardan konaklayan bireyler geçici süreyle de olsa aralarında oluşan dostluk veya arkadaşlıklar ile toplumlar arasındaki kültür etkileşimi artmaktadır.

2-Turizm toplum içerisinde yeni pazarlar ortaya çıkararak birçok sanatın ve sektörün yeniden canlanmasını sağlamaktadır.

3- Farklı kültürleri tanıma ortaya çıkmaktadır.

4- Dil öğrenme istekleri ortaya çıkarak kültür düzeyleri yükselmektedir.

5- Ülkeler kendi kültürülen olan ilgilerini artırarak kültürel mirası koruyup aktarmaktadırlar.

Tarihi çok eskilere dayanan ve Türklerin fethetmesiyle birlikte 14.yy' a dayanan bir kültür birikimi olan Tekirdağ ilinde hem kültür turizmi hem de buna bağlı bir kültürel miras turizmi uygulanmakla birlikte; işletmeler toplumsal ve kültürel bir etki de yaratmış olmaktadır.

3.4. Turizm Sektöründe Analizler (Aktob, 2014:12-14) :

- 54 sektör doğrudan olarak turizm tarafından etkilenmektedir
- Ekonomide olan bir birim, bir canlanma turizm sektöründe 1,3 birim canlanmaya el atmaktadır ve aynı şekilde turizmde olan 1 birim talep artışı ekonomik anlamda 2 birim canlanma sağlamaktadır.
- Yılda 26 milyar dolarlık bir satın alın turizmde gerçekleşmektedir.
- Turizm sektöründe üretilen çıktılar %15 oranda diğer sektörlerle girdi olmaktadır.
- 20 den fazla sektörün turizm sektörüne yapmış olduğu satışlar kendi ihracatlarından daha fazladır.
- Konaklama tesisleri satın alım olarak yılda 9 milyar dolar alım yapmaktadır.
- 5 yıldızla sahip bir turizm işletmesinde girdilerin yarısını personel oluşturmaktadır.
- 400 odaya sahip 5 yıldızlı bir turizm işletmesinde yılda 150 tona yakın et ürünü tüketilmektedir ve yine 1000 ton dolayında içecek tüketilmektedir.
- Türkiye’de sigortalı çalışanların yaklaşık %7 si turizm sektöründe çalışmaktadır ve bu açıdan istihdam etkisi önemli bir rol almaktadır.
- Turizmde en fazla çıktı Karayolu ve Havayolu taşımacılığına verilmektedir.
- Özel sektörde olan serbest sermaye yatırımlarının %8 i turizm sektöründe olmaktadır.
- Turizmde istihdam ücret ödemeleri yıllık 4 milyar dolar düzeyinde olmaktadır.
- Turizm işletmelerinde satışların toplam değeri 23 milyar dolar düzeyinde olmaktadır.

- Konaklama anlamında yapılan yatırımlar en fazla kaba inşaat ve tesisatlara harcandığından bu anlamda ilişkili olan diğer sektörlerle de gelir sağlamaktadır.
- Turizm işletmelerinin bugünkü toplam yatırım değeri yaklaşık 71 milyar dolardır.
- Oteller, Lokantalar, Turizm sektörü girdilerinin yaklaşık %97 sini turizm sektörü dışındaki sektörlerden almaktadır.
- Seyahat acenteleri çıktılarının %65 ini diğer sektörlerle vermektedir.
- Turizm sektörü ekonomik anlamda en fazla girdi alan 15 sektörün içinde yer almaktadır.
- Turizm sektörü karlılığı ekonomide en fazla olan 10 sektörün içindedir.
- Ekonomideki toplam çıktılarının % 5 ine turizm sektörü girdi olarak almaktadır.
- Turizm gelirleri yaklaşık % 10 luk bir artış yaşadığında tarım sektörü üretimi % 3 lükü bir artış yaşamaktadır.
- Turizm gelirleri yaklaşık %10 artınca seyahat acentelerinin gelirleri %1.1 etkilenmektedir (Aktob, 2014:12-14).

3.4.1. Türkiye’de Turizm Gelirleri ve İhracatı

Türkiye’de turizm gelirleri incelendiğinde 32.3 milyar dolar, ihracatın 151.8 milyar dolar olduğu görülmektedir. Bir ihracat kalemi olarak önemli bir rolü olan turizm sektörünün gelirlerinin, ihracata oranı da yaklaşık % 20 civarındadır.

(2013, Milyar Dolar)	Tutar
Turizm Geliri	32,3
İhracat	151,8
Turizm Geliri / İhracat, %	21,2

Tablo 7: Turizm Geliri ve İhracat Verileri

Kaynak : TÜİK

3.4.2. Türkiye Turizm Sektörü İhracat Tutarı ve Alt Detayları

2013 yılı itibarıyla turizm sektörünün ihracat alt detayları incelendiğinde en büyük payı 141.4 milyar dolar ile imalat sanayi almaktadır. Turizm gelirleri genel toplam içerisinde 2. Büyük payı alan sektör olmakla önemini göstermektedir. Bir ihracat kalemi olarak turizm bu açıdan ülkemize getirdiği 32.3 milyar dolar ihracat tutarı ile sosyoekonomik kalkınmada önemli bir rol oynamaktadır.

Sektörler	İhracat tutarı
İmalat sanayi toplamı	141,4
Turizm Geliri	32,3
Ana Metal Sanayi	17,5
Tekstil Ürünleri	14,8
Giyim Eşyası	12,7
Gıda Ürünleri ve İçecek	10,7
Kimyasal Madde ve Ürünler	7,6
Metal Eşya Sanayi	7,1
Plastik ve Kauçuk Ürünleri	7,0
Mobilya	6,2
Tarım ve Ormancılık	5,7

Tarım ve Hayvancılık	5,6
Metalik Olmayan Diğer Ürünler	4,3

Tablo 8: Turizm Gelirleri ve İhracat Alt Detayları

Kaynak : AKTOB

250 milyar dolar geneli içerisinde önemli bir paya sahip turizm sektörü gelirleri ihracat tutarı içerisinde 2. Sırada yer alarak alt sektörlerden birçoğu ile de etkileşim halindedir.

Tablo incelendiğinde Avrupa'dan sonra en çok turizm gelirine sahip 2. Bölge Asya-Pasifik bölgesi olmuştur. Özellikle 2010'lu yıllarda büyük bir turizm geliri artışı yaşayan bu bölge, 2012 yılında 322.800 milyon dolar turizm geliri elde etmiştir. Amerika kıtası üçüncü sırada yer almakta ve Afrika kıtası ise bunlar içinde en az gelire sahip olan bölge olmaktadır.

3.4.3. Türkiye Turizm Tesislerinde Yatak Başı Maliyetler ve Toplamları

Turizm işletmelerinin en büyük sosyoekonomik etkileri diğer sektörle olan mal ve hizmet alımları ile gerçekleşmektedir. Yatak başı keşif maliyetleri içerisinde inşaat giderleri, tefriş ve teçhizat da eklendiğinde 5 yıldızlı delux otellerde toplam 107.636 TL kadar bir maliyet oluşmaktadır. Bir 5 yıldızlı otel içerisinde ortalama 150-200 oda olduğu düşünülürse bu maliyetlerin önemli bir yer aldığı açıktır.

Tesis Türleri	İnşaat	Tesisat	Tefriş	Teçhizat	Toplam
5 Yıldız Delux	55.459	30.282	15.277	6.617	107.636
5 Yıldız	50.278	27.211	11.624	4.931	94.044
4 Yıldız	36.089	19.370	6.871	2.834	65.164
3 Yıldız	27.258	14.348	5.090	1.679	48.164
2 Yıldız	12.043	8.377	3.068	759	20.326
1 Yıldız	10.669	4.803	1.667	526	17.439
5 Yıldız Tatil Köyü	29.994	16.099	5.710	2.335	54.159
4 Yıldız Tatil Köyü	23.168	11.902	4.128	1.500	40.698
Motel	12.514	6.587		579	22.211
Pansiyon	8.797	4.543	1.745	266	15.351

Tablo 9: Turizm Tesislerinde Yatak Başı Maliyetler ve Toplamları (TL)

Kaynak: Kalkınma Bankası Çalışması, 2013

3.4.4. Turizmin Sosyo-Ekonomik Olarak Katkı Verdiği Seçilmiş Bazı Sektörler

Turizm sektörünün çıktılarından katkı sağlayan 50 civarında sektör bulunmaktadır. Çünkü turizm sektörü yaşayan ve çok yönlü olan bir sektördür. Bu dinamikliği ile ulaştırma ve haberleşme sektörü ile %7 oranında bir çıktı katkısı içerisindedir. Kullanılan haberleşme ve ulaşım ile en çok bu sektörlerle çıktı sağlamaktadır. Bunlardan sonra satın aldığı mal ve hizmetler ile toptan ve perakende ticarete %3.1 oranında çıktı vermektedir. İstihdam sağlamada ve birçok alanında da destek sağladığı mali aracı kuruluşlara da %1'den fazla katkı vermektedir. Sağlık, gıda, teçhizat, mefruşat, metal, makine, büro makineleri, elektrikli makineler, mobilya, deri, elektrik, su, gaz, kimyasal madde, kömür, ağaç ürünleri, plastik ve kauçuk ürünler ve bunlar gibi birçok sektöre de yüzde 1'in alt düzeylerinde çıktı sağlamaktadır.

- Turizm sektörü gelirleri %10 artış sağlayınca enerji sektörü üretimi %0.8 etkilenmektedir.
- Turizm sektörü sebepli refah artışları tekstil üretimini %0.23, metal üretimini %0.4, gıda ve içecek sektörlü olan üretimleri %0.5 uyarılmaktadır.
- Turizm sektörü gelirlerindeki yaklaşık %10 luk artış petrol ürünlerini %3.7, tarım sektörü üretimini %3, tekstil sektörünü %1.3, finansal hizmetleri %2.5, metal ürünleri gelirlerini %2.3, taşımacılık sektörünü %1.8, yiyecek ve içecek üretimini %1.1, motorlu taşıtlarla ilgili satış ve tamirleri %1.7, ağaç ve ahşap ürünlerini %1.2 etkiliyor (Aktob Arge, 2014).

Çıktı Sunulan-Verilen Sektörler	Çıktı Payı (% veya Br)
Ulaştırma ve Haberleşme	6,68
Toptan ve Perakende Ticaret	3,21
Mali Aracı Kuruluşlar	1,002
Eğlence, Kültür ve Hizmet Faaliyetleri	0,53
Gayrimenkul ve Diğer İş Faaliyetleri	0,50
İnşaat	0,30
Eğitim Hizmetleri	0,30
Tekstil ve Giyim Eşyası İmalatı	0,28
Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	0,27
Oteller ve Lokantalar	0,16
Ana Metal Sanayi	0,12
Elektrik, Gaz, Su Buharı Üretimi	0,10
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	0,09
Tarım ve Avcılık Faaliyetleri	0,05
Mobilya İmalatı	0,05
Balıkçılık Faaliyetleri	0,01
Toplam Aramalı Çıktıları	15,23
Tüketim, Stok, İhracat vb. Toplamı	84,77
Toplam Arz	100,00

Tablo 10: Turizmin Sosyo-Ekonomik Olarak Katkı Verdiği Seçilmiş Bazı Sektörler

Kaynak: TÜİK, 2014

BÖLÜM 4

4. TEKİRDAĞ'IN KONUMU VE TURİSTİK ÖZELLİKLERİ

Tekirdağ ili, Marmara Bölgesi'nin Trakya Bölümü'nde yer alan, Türkiye'nin kuzeybatısında ve Marmara Denizi'nin kuzeyinde yer alan stratejik konumda bulunan bir ilimizdir. İlin doğusunda İstanbul, kuzey kısmında Kırklareli, güneybatısında Çanakkale, güneyinde Marmara Denizi ve batısında da Edirne ili yer almaktadır. Tekirdağ ilinin iki denize de kıyısı bulunmaktadır. Stratejik konumu, önemli ticaret merkezlerine yakınlığı, normal sanayi ve bacasız sanayisi ile yüksek değerlere ev sahipliği yapan bir ildir (www.tekirdagtso.org.tr).

Tekirdağ ili ve ilçelerinin şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Çorlu
- Çerkezköy
- Hayrabolu
- Malkara
- Muratlı
- Saray
- Şarköy
- Süleymanpaşa

4.1. Tekirdağ İlinin Turizm Potansiyeli

Tekirdağ ili Marmara Denizi'ne neredeyse 100 km den daha fazla kıyı şeridine sahip olan bir ilimizdir. Bu açıdan “ Marmaranın incisi” ünvanıyla ve doğal güzellikleriyle, sahip olduğu kültürel varlıklarıyla turizm ve turizm işletmeleri açısından büyük avantajlara sahip bir ildir. Avrupa Kıtasını Asya Kıtasına bağlayan TEM, E84 ve D100 Karayolları sınırları içerisinde ve ayrıca 56 km lik demiryolu ağı içerisinde bulunmaktadır. Bu açıdan da Tekirdağ ili turizm açısından büyük bir ulaşım kolaylığına sahiptir. Çorlu Havalimanına olan

yakınlığı, merkez ilçedeki Akport ve Marmara Ereğlisindeki Martaş Limanları deniz ve hava ulaşımına yansıyan önemi göstermektedir (www.tekirdağ.gov.tr).

Tekirdağ ili içerisinde ;

-Arkeoloji ve Etnografya Müzesi

-Rakoçji Müzesi

-Namık Kemal Evi

-Osmanlı Dönemine ait camiler, çeşmeler

-Karacakılavuz El Dokumaları

-Kiraz Festivali

-Bağbozumu ve Tepreş Şenlikleri

-Çamlıköy (Kastro)

-Plajlar gibi turistik değerler bu lunmaktadır.

Diğer yandan bu anlamda hizmet veren Tekirdağ Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi ve Tekirdağ ili Merkez ilçe ile Çorlu, Marmara Ereğlisi ve Şarköy ilçelerinde bulunan Meslek Yüksek Okullarının Turizm Bölümleri, Tekirdağ Turizm anlamında yetişmiş elemanları sağlamaktadır (www.tekirdağ.gov.tr).

4.2. Tekirdağ'da Turizm Türleri Ve Sosyo-Ekonomik Etkileri

Tekirdağ ili stratejik konumu sayesinde ve coğrafi özellikleri ile birçok turizm çeşidine elverişli olan bir ilimizdir. Özellikle deniz tutkunkara hitap eden turizm türleri ve buna bağlı olarak çalışan turizm işletmeleri ile sosyo-ekonomik yapıya gözle görülür bir etki sağlamaktadır. İç turizmin dış turizme oranla daha fazla olduğu ile özellikle yakın illerden olan İstanbul ilinden yoğunca turist akımı

olmaktadır. Bu akım hem yazlıklara gelen hem de yörenin pansiyonlarına yani turizm işletmelerine gelen ve konaklayan yerli turistleri kapsamaktadır. Kastro, Marmara Ereğlisi, Değirmenaltı, Yeniçiftlik, Hoşköy, Kumbağ, Mürefte ve Şarköy olmak üzere denize kıyısı olan çeşitli yöreler turistlere kapı açmaktadır (www.tekirdagtso.org.tr).

Tekirdağ ilinde gelişmiş olan sanayi, tarım gibi sektörler; bir hizmet sektörü olan turizm sektörüne destek olmakla birlikte büyük katkılar sağlamaktadır. Karadeniz, Saroz Körfezi ve ilin kıyılarında bulunan orman köyleri eko-turizm anlamında ve kıyı turizmi anlamında gelişmektedirler. Uygulanabilen turizm türleri ve bunlara bir konaklama ve istihdam yaratan turizm işletmeleri ile altyapı faaliyetleri dahilinde desteklendiğinde Tekirdağ ili ekonomik anlamda Trakya Bölgesi'ne büyük katkılar sağlamaya devam edecektir (TKA, 2014).

Tekirdağ ilinde uygulanan turizm çeşitlerine bakıldığında çeşitliliğin fazla olduğu görülmektedir. Bu çeşitlilik bölgeye hem istihdam yaratmaktadır hem de işletmelere sosyal ve ekonomik anlamda girdiler sağlamaktadır. Tekirdağ ilinin Türkler tarafından fethedilmesi (1357) ile, ilde konumlanan Osmanlı mimarisi ; bir kültür ve sosyal değerler kenti olmasında büyük etmen olmuştur. İlde bulunan tarihi yapılar bir tarihi turizm ve kültür turizmi yaratılmasında büyük roller oynamaktadırlar. Tekirdağ ilindeki diğer turizm çeşitleri de şu şekilde sırlanabilir (www.tekirdagtso.org.tr) :

- Deniz Turizmi
- Müze Turizmi
- Kültür Turizmi
- Eko-Turizm
- Rekreatif Turizm
- Şarap Turizmi
- Yamaç Paraşütü

4.3. Tekirdağ Turizm Sektörünün ve İşletmelerinin Sosyo Ekonomik Etkileri

Turizm sektörü ve turizm işletmelerinin elde ettiği gelirlerin milli gelire yansıyan katkısı dışında; döviz kazandırıcı rolleri, ödemeler dengesindeki açıkları kapatma açısından pozisyonu, işletmelerin sağladığı istihdam açısından ekonomik ve sosyal anlamdaki dengelerin odağında olan sektörler arasındadır. Aynı zamanda ülkenin tanıtımı ve pazarlanması için de büyük bir araç olmaktadır. Bu çerçevede turizm olgusunun Türkiye ekonomisindeki etkisinin ve diğer sektörlerle özellikle ekonomik ve sosyal anlamdaki ilişkilerinin belirlenmesinin büyük bir önem arz ettiği aşikardır. En büyük döviz kaynaklarından biri olan turizm sektörü diğer sektörleri de etkileme açısından ekonomide önemli bir yerdedir. Bu açıdan ekonomik anlamda turizm başta yeme, içme, gıda, ulaştırma gibi temel 54 sektörü direkt olarak etkilemektedir. (Aktob 2014: 16)

Turizm gelirlerinin milli gelir içindeki payı %0.6 dan %4 e kadar çıkmıştır ve bu yaklaşık 30 yıl içerisinde olmuştur. Diğer yandan turizm sektör gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı da %10 seviyesinden %20 seviyesine kadar yükselmiştir. Dış ticaret açığını kapatma açısından da yine benzer şekilde %60 ortalamaya kadar gelişme göstermiştir.

Turizm işletmelerinin ve turizm sektörünün özellikle istihdam sağlamak için önemli bir rolleri vardır. Bu açıdan turizm yatırımları ve sermaye yatırımlarının az olması buna rağmen istihdamın daha fazla olması büyük bir avantajdır. Bu açıdan turizmde 300 milyona yakın insan istihdam etmektedir. Bu açıdan Türkiye’de 1.2 milyondan fazla insanın istihdamı sağlanmaktadır. (TKA, 2014)

4.4. Tekirdağ ve Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Yeri ve Önemi

Ekonomik kalkınmanın ortaya çıkabilmesi için temel şartlardan biri de dış satım olgusunun artırılmasıdır. Özellikle az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde geleneksel olan tarım ekonomisinden endüstriyel olan ekonomiye geçiş zorunlu olmuştur. Fakat böyle bir değişimin yaşanabilmesi için yabancı bir döviz kazancı veya sermaye gerekmektedir. Bu açıdan endüstriyellemeye gidilebilmesi için finansman kaynakları yaratmak gerekir. Bu açıdan da turizm sektörüne yönelinir (İçöz ve Kozak, 1998:159).

Bu açıdan turizm ve turizm işletmeleri ihtiyaç duyulan bu yabancı kaynakları ve dövizleri sağlar. Turizmden elde edilmiş olan gelirler yabancı ülkelere alınmış olan ekonomik yardımlara göre daha üstündürler. Çünkü bu döviz girdilerinde politik veya ekonomik herhangi bir kısıtlama söz konusu değildir. Bir baskı da söz konusu değildir. Öte yandan turizm sektörü tarımsal ürünlerin ve hammaddelerin ihracatından daha çok üstünlüğe sahiptir. Gelişmekte olan ülkeler açısından turizm olgusuna bakıldığında ihracatı çeşitlendirmek açısından turizm önemli imkanlar yaratır ve döviz gelirlerinde olan büyük dalgalanmaları da kaldırır. Bununla birlikte bölgeler arası dengesizliğin ortadan kaldırılması için turizm sektörü yine büyük bir katkıya sahiptir. Bu açıdan dengeli kalkınmaların sağlanması için de önemli bir roledir (Braden and Winer, 1980:37).

Türkiye açısından ele alınan turizm gelişmişlik düzeyine bakılırsa Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerinin ilk sıralarda yer aldığı görülür. Yatırımların büyük bir kısmı bu bölgelere yapılır. Bu bölgeler dışında olan diğer bölgeler ise aynı statüde değildirler. Tekirdağ ili Marmara Bölgesinde bulunması ile birlikte hem sanayileşme imkanına sahip hem de göç alan bir bölgede yer aldığı için gelişme ve kalkınma açısından sahip olduğu turistik arz olanakları da daha fazladır (Çeken, 2003:48).

Bir bölgenin turizm açısından gelişebilmesi ve kalkınmanın gerçekleşebilmesi için şu faktörlere dikkat edilmesi gerekir :

- Bölgenin kültürel değerleri için yapılan analizler,
- Bölgede bulunan kamu yatırımlarının durumu,
- Bölgedeki turizm talebinin analiz edilmesi,
- Bölgedeki yerel halkın turizmi algılama seviyesi,
- Turizm işletmelerinin diğer işletmelerle olan ilişkileri,
- Bölgedeki sivil toplum kuruluşları,
- Bölgede var olan mevcut otel, pansiyon gibi tesislerin ilave edilebilme durumu,
- Bölgenin doğal bitki örtüsü, turizme elverişli oluşu gibi analizlerin yapılması gerekir (Çeken, 2003: 48).

4.5. Tekirdağ İli Turizm İşletmeleri

Tekirdağ ili hem sanayi faaliyetleri hem de tarım faaliyetleri açısından aktif olduğu kadar turizm alanında hizmet veren işletmeleri ile de oldukça zengin olan bir şehirdir. (www.tekirdag.gov.tr) adresinden alınan Tekirdağ ili turizm işletmeleri şu şekilde tablo haline getirilmiştir :

Tesisin Adı	Tesisin Türü	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Yeme-İçme Kapasitesi(Kişilik)	Tesisin Bulunduğu Yer
Yayoba Otel	3 Yld.Otel	41	108	200	Merkez
Otel Karaevli	2 Yld.Otel	20	40	40	Merkez
Sefa Oteli	3 Yld.Otel	60	125	130	Çorlu

Burç Best Oteli	2 Yld.Otel	35	70	115	Çorlu
Grand Eren Oteli	2 Yld.Otel	32	64	50	Çorlu
Gabralı Oteli	3 Yld.Otel	51	103	135	Çerkezköy
Güneşler Oteli	2 Yld.Otel	69	142	300	Çerkezköy
Değirmenaltı Tesisleri.	2.Sınıf Lokanta Günübirlük Tesis			155	Merkez
Rüya Restaurant	1.Snf.Lokanta			270	Merkez
Grand Bahar Tesisleri	2.Snf Lokanta Günübirlük Tesis			165	Malkara
Jasmine Restaurant	1.Snf.Lokanta			400	Çorlu
Shiva Lokantası	1.Snf.Lokanta			520	Çorlu
Bella Hanedan Lokantası	1.Snf.Lokanta			106	Çorlu
GENEL TOPLAM	13 AD. Tesis	308	652	2586	

Tablo 11: Tekirdağ İli Turizm İşletmeleri

Kaynak: (www.tekirdag.gov.tr)

Tablo 11 incelendiğinde çok sayıda otel ve lokantası bulunan Tekirdağ ilinin bu işletmeler sayesinde çok fazla sosyo ekonomik yarar sağladığı kesindir. Bu tesislerin elde ettikleri gelirler sadece müşteri bazlı olmamakta ve yaklaşık 50 sektör ile de direkt olarak mal, hizmet alımı gerçekleştirilmektedir. Bu sayede Tekirdağ'ın sosyo ekonomik anlamda kalkınmasına katkı sağlanabilmektedir. Tablo'da yer alamayan fakat Tekirdağ'a son 5 yıl içerisinde yapılmış olan 5 yıldız Ramada Otel ve Çorlu ilçesine yapılmış olan Divan Çorlu ve Hilton Garden Inn

otelleri ile turizm işletmelerini çeşitlendiren Tekirdağ ilinde önemli yatırımlar yapılmıştır. İstanbul'a yakınlığı ve stratejik bir konumda yer alması ile önemli bir yerde olan Çorlu ilçesi de Tekirdağ ilinin bir turizm gelirleri kalbi sayılabilir.

4.6. Bakanlığımızdan Turizm Yatırımı Belgeli Tesisler

Tekirdağ Turizm Bakanlığı'ndan turizm yatırım belgesi almış olan tesisleri şu şekilde tabloşturmak mümkündür (www.tekirdag.gov.tr) :

Tesisin Adı	Tesisin Türü	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Yeme-İçme Kapasitesi (Kişilik)	Tesisin Bulunduğu Yer
Değirmenaltı Günübirlik Tesisleri	GünübirlikTesis			200	Merkez
Gören Tesisleri	Günübirlik Tesis			185	Merkez
The Silver Side Otel	5 Yld.Otel	123	268	1220	Çorlu
Sefa Otel	3 Yld.Otel	30	45	55	Çorlu
W&H City Otel	3 Yld.Otel	61	124	65	Çerkezköy
GENEL TOPLAM	5 Ad.Tesis	214	437	1725	

Tablo 12: Bakanlığımızdan Turizm Yatırımı Belgeli Tesisler

Kaynak: (www.tekirdag.gov.tr)

4.7. Bakanlığımızdan Turizm İşletme Belgeli Seyahat Acentaları

Turizm yatırım belgesinden farklı olan turizm işletme belgesi verilmiş seyahat acentalarını gösteren tablo x incelendiğinde çoğunluğu Tekirdağ merkezde ve orlu ilçesinde olmak üzere toplam 16 adet turizm işletme belgeli seyahat acentası bulunmaktadır. Bu acentalardan çoğu, çalışmanın ilk bölümünde özellikleri açıklanmış olan A Grubu Seyahat Acentaları'ndan oluşmaktadır.

Acentanın Adı	Acentanın Grubu	Bulunduğu Yer	Telefon Numarası
ağrı Turizm Seyahat Acentası	A	Merkez	2611429
Rakoczi Turizm Seyahat Acentası	A	Merkez	2605758-59
Trakya Turizm Seyahat Acentası	A	Merkez	2618438-39
Tekfur Turizm Seyahat Acentası	AG	Merkez	2612539
Raja Turizm Seyahat Acentası	A	Merkez	
zberk Turizm Seyahat Acentası	C	Merkez	2606176
Meloni Oto Kiralama	C	Merkez	2632634
Meyra Turizm Seyahat Acentası	C	Merkez	2624067
Asrın Turizm Seyahat Acentası	A	Çorlu	6527888-89
Rakoczi Turizm Seyahat Acentası řb.	A	Çorlu	6735151-52
Volans Turizm Seyahat Acentası	A	Çorlu	6522222
Ossiana Tour Turizm Seyahat Acentası	A	Çorlu	6527005

Korur Turizm Seyahat Acentası Şubesi	A	Çorlu	6517575
Trakya Turizm Seyahat Acentası Şubesi	AG	Çorlu	6511314
Akis Turizm Seyahat Acentası	C	Çorlu	6530196
Nazhal Turizm Seyahat Acentası	C	Muratlı	3615659
TOPLAM	16 ADET ACENTA		

Tablo 13: Bakanlığımızdan Turizm İşletme Belgeli Seyahat Acentaları

Kaynak: (www.tekirdag.gov.tr)

4.8. Belediyelerden Belgeli Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı Ve Kapasiteleri

Konaklama sektörü açısından tesisler incelendiğinde Tekirdağ ilinde yer alan tesislerin 33 tanesinin merkez ilçede yer aldığı ve toplam oda sayısının 858, yatak sayısının da 1961 adet olduğu görülmektedir. Çorlu ilçesi ise tesis sayısı ve oda sayısı açısından ikinci sırada yer almaktadır. Bunları sırayla izleyen ilçeler ise Malkara, Saray, Çerkezköy, Marmara Ereğlisi ve son olarak da Şarköy'dür.

Tesisin Türü	Tesisin Bulunduğu İl - İlçe	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Otel Motel Pansiyon	Merkez İlçe	33	858	1961
Otel Motel Pansiyon	Çorlu	21	563	1316

Otel Motel Pansiyon	Malkara	3	60	118
Otel Motel Pansiyon	Saray	4	99	228
Otel Motel Pansiyon	Çerkezköy	5	159	384
Otel Motel Pansiyon	M.Ereğlisi	12	265	587
Otel Motel Pansiyon	Şarköy	22	400	1051
TOPLAM		100	2404	5645

Tablo 14: Belediyelerden Belgeli Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı Ve Kapasiteleri

Kaynak: (www.tekirdag.gov.tr)

Tablo genel toplam açısından incelediğinde ise Tekirdağ ili içerisinde 100'ü gecik konaklama tesisinin olduğu görülmektedir ve yaklaşık 6000'e yakın yatak kapasitesi ile Tekirdağ ilindeki turizm işletmeleri bölgesel sosyoekonomik kalkınmaya büyük katkı sağlamaktadırlar.

4.9. Turizm İşletmesi Belgeli Seyahat Acentaları

Turizm işletme belgesine sahip seyahat acentaları Tekirdağ ilinde sayı olarak en fazla olan turizm işletmeleri arasındadır. Merkezleri ve birden fazla şubelerinin bulunduğu bu işletmeler hem yerli hem yabancı turistler yanında Tekirdağ'ın ulaşımında önemli bir noktadadırlar. Çorlu ilçesinde yer alan havaalanı dışında genellikle karayolu kullanılarak turizm faaliyetleri yapılan Tekirdağ ilinde bu hizmeti sunan turizm işletmeleri şu şekilde sıralanabilir (www.tekirdag.gov.tr) :

	ACENTA ADI	ADRESİ	GRUBU	BELGE NO
1	Çiçek Turizm Seyahat Acentesi	Ertuğrul Mah. İhsaniye Sok. Yüksel Apt. No:1 K:2 D:2 TEKİRDAĞ	A ŞUBE	1467
2	Hicret Turizm Seyahat Acentesi	Eski Cami Mah. Yeni Çarşı Sok. Yeni Han K:3 No:20 TEKİRDAĞ	C MERKEZ	3789
3	Hicret Turizm Seyahat Acentesi	Belediye Otogarı No: 3 Malkara / TEKİRDAĞ	C ŞUBE	3789
4	Hilal Turizm Seyahat Acentesi	Ertuğrul Mah. Şükran Sok. Özlem İş Hanı No:2/3 TEKİRDAĞ	A ŞUBE	1244
5	Hizmet Turizm Seyahat Acentesi	Ertuğrul Mah. Kızılay Cad. No:65/B TEKİRDAĞ	A ŞUBE	3681
6	Meyra Turizm Seyahat Acentası	Turgut Mah. Atatürk Bulvarı No:40-A TEKİRDAĞ	C MERKEZ	3676
7	Trakya Turizm Seyahat Acentası	Yavuz Mah. Ruşen Güneş Cad. No:22/1 Avukatlar İş Merkezi Girişi TEKİRDAĞ	A MERKEZ	1577
8	Rakoczi Turizm Seyahat Acentası	Ertuğrul Mah. Orduevi Cad. No:2 TEKİRDAĞ	A MERKEZ	3677
9	Rakoczi Turizm Seyahat Acentası	Omurtak Cad. Orion Alışveriş Merkezi Alt Kat No:B-01 Çorlu / TEKİRDAĞ	A ŞUBE	3677

10	STT İstanbul Travel Seyahat Acen.	Muratlı Cad. No:3 TEKİRDAĞ	A ŞUBE	5001
11	STT İstanbul Travel Seyahat Acen.	Zafer Mah. Cumhuriyet Bulvarı No:3 Çorlu/TEKİRDAĞ	A ŞUBE	5001
12	STT İstanbul Travel Seyahat Acen.	Muhittin Mah. Nuray Sok. Açıkalin Apt. No:1 Çorlu/TEKİRDAĞ	A ŞUBE	5001
13	STT İstanbul Travel Seyahat Acen.	Kazimiye Mah. Alipaşa Cad. No:1/A Çorlu / TEKİRDAĞ	A ŞUBE	5001
14	STT İstanbul Travel Seyahat Acen.	Gaziosmanpaşa Mah. Atatürk Cad. Ertoprak İş Merkezi No:57/C Çerkezköy/TEKİRDAĞ	A ŞUBE	5001
15	B.İ.A Tur Turizm Seyahat Acentası	Muhittin Mah. Gölcük Meydanı Akman Apt. No:3 Çorlu/TEKİRDAĞ	A MERKEZ	6451
16	B.İ.A Tur Turizm Seyahat Acentası	G.O.Paşa Mah. Uğur Mumcu Cad. No:13 D:24 Çerkezköy/TEKİRDAĞ	A ŞUBE	6451
17	Turtam Seyahat Acentası	Cemaliye Mah. Abidin Efendi Sok. Dalçık İş Merkezi No:3 Kat:1 Çorlu/TEKİRDAĞ	A ŞUBE	6346
18	Ossiana Tour Turizm Seyahat Acentası	Kazimiye Mah. Omurtak cad. No:55 K:3 Çorlu / TEKİRDAĞ	A MERKEZ	2602

19	Akyol Turizm Seyahat Acentası	Kemalettin Mah. Omurtak Cad. Galip Cem İş Merkezi No:28 Çorlu / TEKİRDAĞ	A ŞUBE	3820
20	Korur Turizm Seyahat Acentası	Omurtak Cad. Doğanlar İş Merkezi K:1 No:101 Çorlu / TEKİRDAĞ	A ŞUBE	1429
21	Çorlu Travel	Kazımiye Mah. Omurtak Cad. Tülümenler İş Merkezi Kat:1 No:21 Çorlu / TEKİRDAĞ	A MERKEZ	6266
22	Birey Turizm Seyahat Acentası	Camiatik Mah. Hüsmen Kalfa Sok. Avukatlar İş Merkezi No:5/20 Çorlu / TEKİRDAĞ	A ŞUBE	2813
23	Simya Tur Seyahat Acentası	İsmet Paşa Mah. Bülent Ecevit Cad. 39.Sok. No:3 Kapaklı-Çerkezköy/ TEKİRDAĞ	A MERKEZ	6287
24	Thingummi Turizm Seyahat Acentası	Kazımiye Mah. Salih Omurtak Cad. Kaptan Apt. No:100/A Çorlu/TEKİRDAĞ	A MERKEZ	7118
25	Nazhal Turizm Seyahat Acentası	Muradiye Mah. Erol Okyay Cad. No:11/3 Muratlı / TEKİRDAĞ	C MERKEZ	5184
26	Mazi Tur	İstiklal Mah. Malkara Cad. Otobüs Terminali No:10 Şarköy / TEKİRDAĞ	A MERKEZ	6951
27	Er-Aş Travel	G.O.P. Mah. Barbaros Cad. Kardeşler Apt. No:15 Çerkezköy / TEKİRDAĞ	A MERKEZ	6636

28	Zemzemtur Turizm	Gazi Osman Paşa Mah. Barbaros Cad. Butçular Sok. Zümbül Apt. K:2 No:23/16 Çerkezköy/TEKİRDAĞ	A ŞUBE	6969
29	Kolay Yolculuk Turizm Seyahat Acentası	Gaziosmanpaşa Mah. Ergin Sok. Bina No:6 Kaskar Apt. Dükkan No:23 Çerkezköy / TEKİRDAĞ	A MERKEZ	6993
30	Beledüs Turizm Seyahat Acentası	Cemaliye Mah. Salih Omurtak Cad. Sezer İş Merkezi No:210 Kat:1 D:115 Çorlu/TEKİRDAĞ	A ŞUBE	7578

Tablo 15: Turizm İşletmesi Belgeli Seyahat Acentaları

Kaynak: (www.tekirdag.gov.tr)

4.10. Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesisleri

Turizm işletme belgesine sahip seyahat acentaları Tekirdağ ilinde sayı olarak en fazla olan turizm işletmeleri arasındadır. Merkezleri ve birden fazla şubelerinin bulunduğu bu işletmeler hem yerli hem yabancı turistler yanında Tekirdağ'ın ulaşımında önemli bir noktadadırlar. Bunların yanında Tekirdağ ili içerisinde ve diğer ilçelerinde yer alan turizm işletme belgeli konaklama tesisleri tablo 17'de gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde; toplam 4 tanesi 5 yıldızlı olmak üzere çoğunluğu 4 yıldızlı ve 3 yıldızlı olan birçok turizm işletmesi bulunmaktadır. 2015 yılında Çorlu ilçesinde hizmete girecek olan Hilton Garden Inn oteli ile de 2015 yılı itibarıyla yaklaşık olarak 25 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisine sahip Tekirdağ ili konaklama açısından geniş bir yelpaze sunmaktadır.

TESİS ADI	ADRESİ	SINIFI	ODA	YATAK
Ramada Tekirdağ Otel	Altınova Mah. İsmet İnönü Bul. No:79 TEKİRDAĞ	XXXXXX	129	258
Golden Yat Otel	Ertuğrul Mah. Yalı Sok. No:21 TEKİRDAĞ	XXX	53	84
Yayoba Otel	Tekirdağ-Malkara Yolu Üzeri 4.km TEKİRDAĞ	XXX	40	94
Karaevli Otel	Hükümet Cad. No:116 TEKİRDAĞ	XX	20	40
The Silverside Otel	Seymen Köyü Balagazlı Mevkii Çorlu/TEKİRDAĞ	XXXXXX	211	432
Divan Çorlu Otel	Kazimiye Mah. Salih Omurtak Cad. No:38 Çorlu/TEKİRDAĞ	XXXX	120	233
Sefa Oteli	Muhittin Mah. Omurtak Cad. İstanbul Kısmı Halk Eğitim Yanı Çorlu/TEKİRDAĞ	XXX	70	136
Otel Sefa (2)	Kazimiye Mah. Omurtak Cad. No:44 Çorlu/TEKİRDAĞ	XXX	33	51
Burç Best Otel	Kazimiye Mah. Karabayır Cad. Çorlu/TEKİRDAĞ	XX	35	70
Grand Eren Otel	Sağlık Mah. 9.Sok. No:1 Çorlu/TEKİRDAĞ	XX	32	64
Shilla Otel	İstasyon Mah. İstasyon Cad. No:175/A Velimeşe-Çorlu/TEKİRDAĞ	XXX	52	104
Çerkezköy Business Otel	İsmetpaşa Mah. Bülent Ecevit Cad. 39.Sok. No:3 Kapaklı-Çerkezköy/TEKİRDAĞ	XXXX	76	152
Gabralı Otel	Atatürk Cad. No:45 Çerkezköy/TEKİRDAĞ	XXX	51	102

City Otel Çerkezköy	G.O.P. Mah. Atatürk Cad. No:97 Çerkezköy/TEKİRDAĞ	XXX	62	124
Çerkezköy Pasha Otel	Fevzipaşa Mah. Güveniş Cad. No:80-82 Çerkezköy/TEKİRDAĞ	XXX	61	122
Güneşler Otel	Atatürk Cad. No:51 Çerkezköy/TEKİRDAĞ	XX	69	142
Beyaz Balina Otel	Cumhuriyet Mah. 17 Kasım Cad. Şarköy/TEKİRDAĞ	XX	36	80
Coşkun Otel	İstiklal Mah. Öğretmen Faruk Doğan Sok. No:27	XX	51	82

Tablo 16: Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesisler

Kaynak: (www.tekirdag.gov.tr)

4.11. Turizm İşletmesi Belgeli Yeme-İçme Tesisleri

Tekirdağ ili sanayi açınsınsn oldukça gelişmiş bir ildir. Bu sanayi işletmelerinde bulunan personellerin yanına birçok işadammın, yerli turistlerin tercih etmiş oldukları yeme içme işletmeleri de turizmde yaratılan ekonomik etkide büyük rol oynamaktadır. Bu amaca hizmet eden Turizm İşletme Belgeli yeme ve içme işletmelerini şu şekilde sıralamak mümkündür (www.tekirdag.gov.tr) :

TESİS ADI	ADRESİ	SINIFI
Değirmenaltı Bahçe	Değirmenaltı Mah. Narçiçeği Sok. No:5-A TEKİRDAĞ	Günübirlik Tesis
Shiva	Vakıflar Köyü E-5 Karayolu Üzeri Tepetarla Mevkii Çorlu / TEKİRDAĞ	1.Sınıf Lokanta
Trak Restaurant	Karaevli Mücavir Alanı İstanbul Bulv. No:340 TEKİRDAĞ	1.Sınıf Lokanta
Keyff Et Lokantası	İstasyon Mah. Hakim Sami Sok. No:33/A Çerkezköy/TEKİRDAĞ	1.Sınıf Lokanta

Tablo 17: Turizm İşletmesi Belgeli Yeme-İçme Tesisleri

Kaynak: (<http://www.tekirdagkulturturizm.gov.tr/>)

Tablo incelendiğinde 1. Sınıf lokantaları ile dikkat çeken Tekirdağ iline 2014 ve 2015 yılları itibariyle bu sektöre olan yatırımlar da artmıştır. Yöresel lezzetlerin yanında birçok çeşit yeme içme imkanı sunulan bu işletmeler ile önemli bir gelir grubu da oluşturulmuştur. Bu işletmelerin orta ve üst düzey çalışanlara yarattığı istihdam da göz önünde bulundurulduğunda ekonomik ve sosyal etkileri yüksektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekonomide belli merkezlere yoğunlaşan yatırımlar bazı bölgeleri metropoliten haline getirmişken bazı bölgelerde ise daha az gelişmiş bir durum ortaya çıkar ve bölgeler arası dengesizlikler ortaya çıkar. Dünyanın birçok yerinde meydana gelen bu bölgeler arası dengesizlikler tabii ki ülkemizde de mevcuttur. Bölgesel dengesizlikleri giderebilmek adına bazı bölgesel kalkınma politikaları izlenmektedir ve özellikle sosyo-ekonomik dengesizlikleri gidermek amacı taşımaktadır. Turizmin sosyo-ekonomik anlamda bölgesel dengesizlikleri gidermek adına yaşamış olduğu planlı dönem yani kalkınma planları bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak, dengelerin sağlanabilmesi amaçlarını taşımaktadır. 3.kalkınma planında yer alan “ kalkınmada öncelikli yöreler” tanımı ile de bu dengenin sağlanması somutlaştırılmıştır. Bu açıdan hem Tekirdağ ilinde hem de tüm dünyada turizm için yapılan kalkınma politikaları bir bölge için büyük önem arz etmektedir. Tekirdağ ili bu dengesizlikleri gidermek açısından şanslı bir konumdadır. Çünkü hem tarım faaliyetleri hem de sanayi faaliyetleri yeterli kaynak ve imkanlara sahiptir ve bununla birlikte önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Fakat bazı bölgelerde tarım ve sanayi faaliyetleri bu kadar gelişmiş değildir ve zengin bir turizm potansiyelleri de yoktur. Bu açıdan da kalkınma konusunda daha ağır ilerleyebilmektedirler.

Genel anlamda bakılacak olursa Tekirdağ’ın sosyo ekonomik kalkınmasında turizm işletmeleri ve turizm olgusu tek başına yeterli bir sektör olmasa da diğer sektörleri etkilemesi açısından oldukça önemli bir role sahiptir. Bu noktada yardımcı bir sektör olarak bakıldığından Tekirdağ’ın sosyo ekonomik kalkınmasını hızlandırılan ve tamamlayan bir tesire sahiptir, bununla birlikte bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesinde de önemli bir araç niteliğindedir.

Turizmin ve turizm işletmelerinin Tekirdağ bölgesine veya başka bir bölgeye veya ülke ekonomisine katkısının sağlanabilmesi için tanıtımının iyi yapılması gerekmektedir. İstihdam ve üretim artışı ve buna bağlı olarak dolaylı üretim artışlarının bilinçli yapılması gerekmektedir. Özellikle yöre halkına turizm

işletmelerinde çalışan personele, esnafi turizm olgusuna karşı bilinçlendirmek, özel sektör ile yerel yönetimler arasındaki iletişimi iyi bir şekilde sağlamak, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin iyi yapılması, vre düzenlemelerinin iyi yapılması ve alt yapı eksikliklerinin tamamlanması gerekmektedir.

Yapılan alışma sonucunda turizmin bölge ekonomisine olumlu bir katkısının olduğu ve bölgeler arası dengesizliklerin kalkmasında önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir. Tekirdağ ilinin sosyo ekonomik olarak kalkınmasında tek etkili sektör turizm sektörü olmasa bile diğer sektörlerle olan etkileşimleri ve yeterli yatırımların yapılması ile ve istihdamın bilinçli bir şekilde sağlanması ile kalkınmanın nc sektörlerinden biri olabilmesi mümkün olacaktır.

Ülkemizde zellikle Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerinde yoğunlaşan sektörel yatırımlar ile bu bölgeler diğer bölgelere oranla kalkınmaya daha yakın olan bölgelerdir. Tekirdağ ili de bu bölgelerden biri olan Marmara Bölgesinde bulunduğundan turizmin sosyo-ekonomik anlamda olan katkılarını analiz edebilmek adına kritik bir noktada bulunmaktadır. Gerek İstanbul'a olan yakınlığı gerek trans geçit yollarına olan yakınlığı ve gerekse de sınır bölgeye olan yakınlığı ile hem turizm açısından hem de sanayileşme açısından ilerleyen bir şehir olmaktadır.

Tekirdağ ilinin Marmara ve Karadeniz'e kıyısı bulunmasından ve İstanbul ve Çanakkale güzergahı üzerinde konumlanmasından dolayı yaz aylarında önemli bir çekim merkezi oluşturmaktadır. Özellikle yaz aylarında oluşan deniz turizmi nedeniyle ilin ekonomisine önemli katkılar sağlanmaktadır. Ancak Tekirdağ ilinde bulunan doğal ve kültürel varlıkların yanında Namık Kemal niversitesi'nin bulunması ile yaz aylarında yapılan turizm faaliyetlerinin bilim ve kültür ağırlıklı olarak yıl içerisinde de gerçekleşmesi için çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akat, Ö., (1997), Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, Ekin Kitapevi, Bursa.
- AKTOB Ar-Ge, Turizm ve Konaklama Sektörü Veritabanları, 2015
- Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği Ar-Ge,, (2014), Turizm Sektörünün Yapısı, Büyüklüğü Ve Ekonomiye Katkısı, Turizm Ve Konaklama Sektörünün Sosyo-Ekonomik Etkileri, Retma Matbaa, Antalya.
- Aldemir, M.C., (1996), Personel Yönetimi, Fakülteler Kitabevi Barış Yayınları, İzmir.
- Aktaş, A.,(2002), Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi, Azim Matbaası, Antalya.
- Aykaç, B., (1990), İnsan Kaynakları Yönetimi ve İnsan Kaynaklarının Stratejik Planlaması, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Barutçugil, İ., (2004), Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, Kariyer Yayıncılık, İstanbul.
- Baykan, E., (2007), Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması: Ürgüp Yöresine Yönelik Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Benli, A., Şahin L., (2004), “İnsan Kaynakları Yönetiminde İşgören Bulma ve Seçme”, Bilgi, 8(1): 113-124.
- Bingöl, D., (1996), İnsan Kaynakları Yönetimi, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2.Baskı.
- Bulut, E., (2000), ‘‘Türk Turizminin Dünyadaki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi’’ , Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 16, Sayı 1-2, 195-201.

- Burkart, A.J., Medlik, (2002)., Tourism, Past, Present and Future, Butterwart Heinmann, London.
- Chruden, H. and Shnerman, A.W., (1972), Personnel Management, South-Western Publishing, USA, 4th Edition.
- Demir, C. (Ed.), (2005), Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi: İlkeler ve Uygulamalar, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Demirkan, Mahmut, (2000), İnsan Kaynakları Yönetimine Giriş, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Demirkol, Ş., Zengin, B., (2004), Turizm İşletmeleri, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Dolgun, U. (Ed.), (2007), İnsan Kaynakları Yönetimi, Ekin Kitabevi, İstanbul.
- Erdoğan, İ. (1991), İşletmelerde Personel Seçimi ve Başarı Değerlendirme Teknikleri, İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yayınları, İstanbul.
- Ergin, C., (2002), İnsan Kaynakları Yönetimi “Psikolojik Bir Yaklaşım”, Acedemypluss Yayınevi, Ankara.
- Fındıkçı, İhami, (2003), İnsan Kaynakları Yönetimi, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Fındıkçı, İhami, (2012). İnsan Kaynakları Yönetimi, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 8.Baskı.
- Halloran, J., (1986), Personnel and Human Resource Management, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Isır, T., (2006), “Örgütlerde Personel Seçim Süreci: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Kişilik Özelliklerinin Tespit Edilerek Personel Seçim Sürecinin İyileştirilmesi Üzerine Bir Araştırma”, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Adana.

- İçöz, O., (1996), Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi, Turhan Kitabevi, Ankara
- Kolu, N., (2006), “Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Seçim Yöntemleri Personel Bulma ve Seçme Süreci: Örnek Bir Uygulama”, (Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Sakarya.
- Kozak, N., (1997), Genel Turizm, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Kozak, N., Akoğlan, M. ve Kozak, M.,(1996), Genel Turizm İlkeler Kavramlar. Anatolia Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, N., Otel İşletmeciliği, Turhan Kitabevi, Ankara, 2008
- Köksal, M., (2007), İnsan Kaynakları Yönetimi, Avcı Ofset, İstanbul.
- Maitland, I., (1996), Personel Yönetimi, Epsilon Yayıncılık, İstanbul.
- Maitland, I., (1998), Güçlü Şirket Başarılı Yönetim Personel Yönetimi, Epsilon Yayıncılık, İstanbul.
- Mathiesen A., G.Wall, Tourism : Economic, Physical and Social Impact, Longman Cliff.
- Mısırlı, İ., Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Detay Yayıncılık, Ankara,2002
- Mucuk, İ., (1993), Modern İşletmecilik, Der Yayınları, İstanbul, 5.Baskı.
- Olalı, H.,(1990), Turizm Politikası ve Planlaması, İstanbul İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul.
- Olalı, H.,(1998), Timur, A., Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti.,İzmir.
- Öncü, A., Weyland, P., Mekan, Kültür, İktidar (Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler) İletişim Yayıncılık. İstanbul, (2005)

- Öncü, H. “Kemer Likya Yolu Yürüyüşü” Turizmin Sesi
<http://www.turizminsesi.com/haber/kemer-likya-yolu-yuruyusu-4905.htm>
- Önder, A.T., (2002)., Türkiye'nin Etnik Yapısı: Halkımızın Kökenleri ve Gerçekler. Dördüncü Basım, Pozitif Yayınları, İstanbul,
- Önder, M., (1985)., Türkiye Müzeleri, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İkinci Baskı, Doğu Matbaacılık, Ankara.
- Özbey, F.R., “Sustainable Tourism Development In Globalization Progress” Globalization and Sustainable Development, International Scientific Conference, Book:4, Varna 1-3, (07/2002), pp.135-150.
- Özdemir, M., (1992), Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri, Kök-Sav Yay., Ankara.
- Özkalp, E., “Gelişmekte Olan Ülkelerdeki Kent Sorunlarına Genel Bir Bakış ve Türkiye'de Kentleşme”, Cumhuriyet Üniv. Fen Edb. Fak. Sos.Bil. Der. Yayınları, Sivas, (9 Aralık 1987), s.45.
- Özkul, E., Turizm Hareketlerinin Sosyo-Kültürel Etkileri: Marmaris Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi SBE, Balıkesir, (2001)
- Özmen, M. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri: Akçakoca Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi SBE, Akçakoca, (2007)
- Özyiğit, Y., Bilgen, M., “Antalya Merkeze Bağlı Bazı Doğal Meralarda Bulunan Bitkilerin Kuru Ağırlıklarının Belirlenmesi Üzerinde Bir Araştırma”, Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarla Bitkileri Bölümü. www.akdeniz.edu.tr/ziraat/yayinlar/017_004.pdf
- Ryan, C.,(1995), Researching Tourist Satisfaction Issues, Concepts, Problems, Routledge, London,

- Ryan, C., (1991), *Recreational Tourism: A Social Science Perspective*, Routledge, London.
- Seçer, L., “Türkiye’de Yansıtılmayan Turizm Gerçeği”, [http://www.antalyagunlugu.com /turizm/ turkiyede-yansitilmayan-turizm-gercegi/](http://www.antalyagunlugu.com/turizm/turkiyede-yansitilmayan-turizm-gercegi/) (25.02.10)
- Sezgin, O., *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001
- Su, K.T., “Seyahat Acentalığı Hizmetleri Pazarına Bir Bakış” *Rekabet Dergisi*. S.42-45., www.rekabet.gov.tr/word/dergi16/5kemaltahirsu.doc (10.03.10)
- Tak, M., “Ulaşım Sorunlarına Acil Çözüm Önerileri”, *Hürriyet Akdeniz* (31.12.2009), s.6
- Tayfun, A., “Turist Yerli Halk Etkileşimi Üzerine Bir Araştırma”, [www.ttefdergi.gazi.edu. tr/makaleler/2002/Sayi1/1-12.pdf](http://www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayi1/1-12.pdf) (23.03.10)
- Sabuncuoğlu, Z., (2000), *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Ezgi Kitapevi Yayınları, Bursa, 1.Baskı.
- Sabuncuoğlu, Z., (2009), *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Furkan Ofset, Bursa, 4.Baskı.
- Sadullah, Ö., Uyargil, C., Acar, A.C., Özçelik, A.O., Dündar, G., Ataay, İ.D., Adal, Z., Tüzüner, L., (2013), *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Beta Yayıncılık, İstanbul, 6.Baskı.
- Sisson, K., (1994), *Personnel Management*, Blackwill Publishers, Oxford, 2nd Edition.
- Tahiroğlu, F. (Ed.), (2002), *Düşünceden Sonuca İnsan Kaynakları*, Hayat Yayınları, İstanbul.

- Tarhan, Z., (2006), “Mülakat Hataları ve Mülakat Sürecine Etkisi: Bir Alan Araştırması” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi Bilim Dalı, İstanbul.
- Terazi, N.A., (2011), Mülakat Ustalık İster, İstanbul.Com Yayıncılık, İstanbul
- Torrington, D., Hall, L., (1991), Personnel Management, Englewood Cliffs, Cambridge, 2nd Edition.
- Usta, Ö., Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara, (2008)
- Uygur, M.S., Baykan E., “Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri”. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi Yıl: (2007) Sayı: 2, s.41-42
- Uyargil, C., Adal, Z.,Ataay, İ.D., Acar, A.C., Özçelik, A.O., Sadullah Ö., Dündar, G., Tüzüner, L., (2008), İnsan Kaynakları Yönetimi, Beta Yayıncılık, İstanbul, 3.Baskı.
- Uyargil, C., Adal, Z.,Ataay, İ.D., Acar, A.C., Özçelik, A.O., Sadullah Ö., Dündar, G., Tüzüner, L., (2010), İnsan Kaynakları Yönetimi, Beta Yayıncılık, İstanbul, 5.Baskı.
- Ürger, S., (1993), Genel Turizm, Akdeniz Üniversitesi Basımevi, Antalya.
- Yağcı, Ö., (2001), “Türkiye’de Turizm Eğitimi ve İstihdam Sağlamada Karşılaşılan Temel Sorunlar”, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 4, 23-39,.
- Yalçınay, M., (2000), “Birey Değerlemede Psikomotor Yetenekler ve Bir Uygulama Çalışması” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gebze İleri teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Yüksel, Ö., (2000), İnsan Kaynakları Yönetimi, Gazi Kitapevi, Ankara.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri

T.C. Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), Aylık İstatistikler ve Veritabanı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Ulusal Hesaplar, Girdi-Çıktı Veritabanları

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Tarımsal retim Veritabanları

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Sanayi ve Hizmetler İstatistikleri Veritabanları

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Turizm İstatistikleri Veritabanı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), İstihdam ve İşgücü İstatistikleri Veritabanı

www.tekirdag.gov.tr, 2015

www.tekirdagtso.org.tr, 2015

http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~2588~haber~antalya110_turizmciyi_a%C4%9F%C4%B1rl%C4%B1yor.htm, 2015

http://www.turizmdebusabah.com/haberdetay~haberNo~377~haber~kelepir_otellere_amerikal%C4%B1lar_talip.htm, 2015

http://www.turizmdebusabah.com/haberdetay~haberNo~377~haber~kelepir_otellere_amerikal%C4%B1lar_talip.htm “Kelepir otellere Amerikalılar talip”, 2015