

**AVRUPA BİRLİĞİ SÜRECİNDE KÜÇÜK ÖLÇEKLİ KONAKLAMA
İŞLETMELERİNİN ANALİZİ; SORUNLARININ TESPİTİ VE
ÇÖZÜM ÖNERİLERİ: BODRUM ÖRNEĞİ**

SALİH ZEKİ ŞAHİN

**MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı İçin
Öngördüğü **YÜKSEK LİSANS TEZİ** Olarak Hazırlanmıştır.

**HATAY
HAZİRAN, 2006**

**AVRUPA BİRLİĞİ SÜRECİNDE KÜÇÜK ÖLÇEKLİ KONAKLAMA
İŞLETMELERİNİN ANALİZİ, SORUNLARININ TESPİTİ VE
ÇÖZÜM ÖNERİLERİ: BODRUM ÖRNEĞİ**

Salih Zeki ŞAHİN

Mustafa Kemal Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı İçin
Öngördüğü **YÜKSEK LİSANS TEZİ** Olarak Hazırlanmıştır.

Hatay
Haziran, 2006

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan -----

Prof. Dr. Cevat TOSUN
(Danışman)

Üye -----

Doç. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

Üye -----

Yrd. Doç. Dr. Nuriye GÜREŞ

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../...../.....

Prof. Dr. Cemal YÜKSELEN
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Küçük ölçekli konaklama işletmeleri (KÖKİŞ), turizmin tarihsel gelişimi içerisinde, varlığını ve önemini korumayı başarmıştır. Bu işletmeler, gerek ülkemizde gerekse de uluslararası alanda, istihdamın sağlanması ve artırılmasında, turizmin gelişmemiş veya az gelişmiş yörelere yayılmasında, genel ekonomik yapı içerisinde ilgili diğer sektörlerle yaptığı katkılarla ön plana çıkmışlardır. Türkiye'nin AB sürecinin, turizmimize ve KÖKİŞ'lere neler sağlayabileceğini anlamak; onları yakından tanımak, sorunlarını öğrenmek, istek ve beklentileri doğrultusunda, - mevcut imkânlar çerçevesinde- sorunlarına dikkat çekmek ve çözüm önerileri geliştirebilmek; bu araştırmanın temel amacını oluşturmuştur.

Bu çalışma ile turizm sektöründe hizmet veren küçük ölçekli tüm işletmelere, özellikle konaklama işletmelerine yönelik olarak ilerde yapılabilecek benzer çalışmalara örnek teşkil edilerek, literatürde ihtiyaç duyulduğuna inanılan bir alana katkıda bulunmuş olunacaktır.

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde katkıları olan; tez danışmanım ve değerli hocam Sayın Prof. Dr. Cevat TOSUN'a, bir dönem danışmanlığımı da yürüten Sayın Yrd.Doç.Dr. Nuriye GÜREŞ'e, deneyim ve bilgilerini paylaşarak katkıda bulunan Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğretim Elemanlarına, anket ve mülakat uygulamalarında vermiş oldukları desteklerden dolayı BODER'e, Bodrum İlçe Turizm Müdürlüğü çalışanlarına ve katılımcı tüm işletmecilere, maddi-manevi desteklerini benden esirgemeyen İskenderun Halk Eğitim Merkezi Müdürlüğü çalışanlarına ve eşime; saygılarımı ve en içten teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

HATAY 2006

Salih Zeki ŞAHİN

ÖZET

AVRUPA BİRLİĞİ SÜRECİNDE KÜÇÜK ÖLÇEKLİ KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN ANALİZİ; SORUNLARININ TESPİTİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ: BODRUM ÖRNEĞİ

Salih Zeki ŞAHİN

Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans

Danışman: Prof. Dr. Cevat TOSUN

Haziran 2006, 112 sayfa

Küçük ölçekli konaklama işletmeleri, turizm endüstrisinin önemli bir parçası durumundadır. Küçük işletmeler, ülke ekonomileri ve toplum için oldukça önemlidir. Bu tür işletmelerin sayısının artırılması, ekonomik yapıya bir ahenk ve dinamizm sağlayacaktır. Bu işletmeler, hükümetlerin ülkede artan gelir dağılımı eşitsizliklerini çözmede bir araç olabilirler.

Küçük ölçekli konaklama işletmeleri turizm endüstrisinde çok daha önemli bir rol oynayabilirler ancak sorunları vardır ve kendi başlarına bu sorunların üstesinden gelemeyebilirler. Sorunlarının çözümünde devletin, kurum/kuruluş ve örgütlerin desteğine ihtiyaç duyarlar.

Bu araştırmanın temel amacı, Avrupa Birliği (AB) sürecinde, küçük ölçekli konaklama işletmelerini analiz edip, sorunlarını tespit etmek ve olası çözüm önerileri sunabilmektir.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, araştırmaya ve metodolojisine ilişkin genel bilgiler içermektedir. İkinci bölüm, araştırma konusuna ilişkin literatür araştırmasına ilişkin bilgilerden oluşmaktadır. Üçüncü bölüm, Bodrum ve yöresinde, küçük ölçekli konaklama işletmelerinin analizi ve sorunlarının tespitine yönelik bir anket çalışmasından oluşmaktadır. Çalışmanın son bölümünde, sonuçlar ve sorunlara olası çözüm önerileri yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Konaklama, Küçük Ölçekli İşletmeler, Avrupa Birliği, KOBİ, Bodrum

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF SMALL SCALE ACCOMMODATION ENTERPRISE'S IN THE PROCESS OF EUROPEAN UNION; DETERMINATION OF THEIR PROBLEMS AND SUGGESTIONS SOLUTION: THE CASE OF BODRUM

Salih Zeki ŞAHİN

Department of Tourism and Hotel Management Master of Science

Supervizor: Prof. Dr. Cevat TOSUN

June 2006, 112 pages

Small scale accommodation enterprises bring into existence an important part of the tourism industry. Small enterprises are very important for the economy and society in a country. Increasing the number of those business may be proof of dynamism and a sound economic system. They can be an instrument for the goverment to decrease negative effects of the unequal distribution of income in a country.

The small accommodation enterprises may play more important role in tourism industry but they have problems and they may not be able to overcome their problems by themselves. They need help from any organisation, institution and state in order to solve their problems.

The main aim of this research is to analyze of small accommodation enterprises in the process of European Union, to find out their problems and offer possible solutions for their problems.

This study consists of four chapters. The first chapter in general, is about the study and it's research methodology. The litreature review findings are in the second chapter. The third chapter is questionnaire, the aim of which is an analyze and to find out problems of small accommodation enterprises in and around Bodrum. Last chapter includes results and possible suggestions for solution of their problems.

Keywords: Tourism, Accommodation, Small Scale Enterprises, European Union, SMEs, Bodrum

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

Önsöz.....	i
Türkçe Özet.....	ii
İngilizce Özet (Abstract).....	iii
Çizelgeler Listesi.....	viii
Çizimler Listesi.....	xi
Kısaltmalar	xii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Tezin Önemi.....	1
1.2. Tezin Amaçları.....	3
1.3. Tezin Kapsam ve Sınırlılıkları.....	3
1.3.1. Araştırma Konusu.....	3
1.3.2. Araştırma Alanı (Yer).....	5
1.3.3. Zaman.....	6
1.3.4. Örneklem.....	6
1.4. Araştırma Problemleri.....	9
1.5. Araştırma Yöntemi.....	10
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	11
2.1.Küçük Ölçekli İşletmelere Genel Bakış.....	11
2.1.1. Küçük İşletme Kavramı.....	11

2.1.2. Küçük İşletmelerin Sınıflandırılmasında Kullanılan Ölçütler.....	12
2.1.2.1. Niceliksel (Kantitatif) Büyüklük Ölçüleri.....	12
2.1.2.2. Niteliksel (Kalitatif) Büyüklük Ölçüleri.....	12
2.1.3. Küçük İşletmelerin Sınıflandırılması.....	13
2.1.3.1. Fonksiyonları Bakımından Sınıflandırma.....	13
2.1.3.1.1. Üretim İşletmeleri.....	13
2.1.3.1.2. Ticaret İşletmeleri	13
2.1.3.1.3. Hizmet İşletmeleri.....	14
2.1.3.2 İşgören Sayısı ile Yıllık Gelir/Bilanço Esasına Göre Sınıflandırma.....	14
2.2. Küçük İşletmelerin Ekonomi İçerisindeki Yeri ve Önemi.....	20
2.2.1. Avrupa Birliği ve KOBİ'ler.....	20
2.2.1.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ'lerin Yeri ve Önemi.....	20
2.2.1.2. AB KOBİ'lerinin Sorunları, Uygulanan Plan ve Politikalar..	23
2.2.2. Türkiye ve KOBİ'ler.....	25
2.2.2.1. Türkiye'deki KOBİ'lerin Yeri ve Önemi	25
2.2.2.2. Türkiye'deki KOBİ'lerin Sorunları, Uygulanan Plan ve Politikalar.....	26
2.3. Türkiye ve Avrupa Birliği İlişkileri.....	28
2.4. Uluslararası Turizmin Gelişimi, AB ve Türkiye.....	29
2.4.1. Uluslararası Turizm Hareketlerinin Gelişimi.....	29

2.4.2. Uluslararası Turizm Hareketleri, AB ve Türkiye.....	32
2.4.3. Uluslararası Turizm Ekonomisi, AB ve Türkiye.....	37
2.4.3.1. İstihdam.....	37
2.4.3.2. Gayri Safi Milli Hasıla.....	38
2.4.3.3. Toplam Döviz Gelirlerine Katkısı.....	39
2.4.3.4. Kişisel Seyahat ve Turizm Harcamaları.....	40
2.4.3.5. Sermaye Yatırımı.....	40
2.5. Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye'ye Etkileri.....	41
2.6. Konaklama Sektörü.....	44
2.6.1. Konaklama İşletmelerine Genel Bakış.....	44
2.6.2. Dünya Konaklama Kapasitesi, AB ve Türkiye.....	46
2.6.3. Konaklama Sektöründe İşletme Büyüklüğü.....	50
2.6.3.1. Konaklama İşletmelerinin Büyüklük Açısından Sınıflandırılması.....	51
2.6.3.2. Konaklama İşletmelerinde Büyüklüğün Belirlenmesi.....	53
2.6.4. Küçük Konaklama İşletmeleri.....	55
2.6.4.1. Küçük Konaklama İşletmelerinin Avantaj–Dezavantajları....	58
3. BULGULAR VE YORUMLAR.....	59
3.1. Nicel Araştırma Bulguları.....	59
3.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	60
3.1.2. Araştırmaya Katılan İşletmelere İlişkin Veriler.....	61

3.2. Nitel Araştırma Bulguları.....	87
3.2.1. Mülakat ve Katılımcı Gözlem Bulguları.....	87
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	92
KAYNAKÇA.....	101
EKLER.....	108
Ek 1 : Alan Araştırmasında Kullanılan Anket Formu.....	108

ÇİZELGELER LİSTESİ**Sayfa No**

Çizelge 1. ABD’de Küçük Ölçekli İşletmeleri Sınıflama Kriterleri	15
Çizelge 2. Japonya’da KOBİ Ölçeği	15
Çizelge 3. Avrupa Birliği KOBİ Ölçütleri (1996 – 2005 Karşılaştırması)	16
Çizelge 4. Türkiye’de Çeşitli Kurum ve Kuruluşların KOBİ Tanımı Ölçütleri	18
Çizelge 5. AB Üyesi 19 Ülke İşletmelerine İlişkin Temel İstatistiki Veriler.....	21
Çizelge 6. AB–AB Aday Ülkeler–ABD ve Japonya İşletmeleri Karşılaştırması.....	22
Çizelge 7. Türkiye’ye Gelen Turistlerin Dünya’daki Bölgelere Göre Dağılımı	29
Çizelge 8. Dünya’da Turizme Katılım Ortalamalarının Bölgelere Dağılımı.....	32
Çizelge 9. Dünya Turizm Gelirleri Ortalamalarının Bölgelere Dağılımı.....	33
Çizelge 10. Türkiye’ye Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri (1991-2005).....	36
Çizelge 11. Dünya Geneline Konaklama Kapasitesinin Bölgelere Dağılımı.....	46
Çizelge 12. Oda Sayılarına Göre En Fazla Konaklama Kapasitesi Olan Ülkeler.....	47
Çizelge 13. Uluslararası Otel Grupları (İlk 10).....	48
Çizelge 14. Uluslararası Otel Zincirleri ve Bağlı Oldukları Gruplar (İlk 20).....	49
Çizelge 15. Avrupa’da Küçük ve Orta Ölçekli Turizm İşletmeleri (2002).....	56
Çizelge 16. 2002–2005 Yılları, KOBİ Yatırım Teşvik Belgelerine Öngörülen Yatırım ve İşletme Kredileri ve Turizm KOBİ’lerinin Durumu.....	57
Çizelge 17. Katılımcılara İlişkin Demografik Faktörler.....	60
Çizelge 18. Konaklama İşletmelerinin Türü ve Sınıfı.....	62

Çizelge 19. Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personel Sayısı.....	62
Çizelge 20. Konaklama İşletmelerinin Oda ve Yatak Sayıları.....	63
Çizelge 21. Konaklama İşletmelerinin Faaliyet Süreleri.....	64
Çizelge 22. Konaklama İşletmelerinin Mülkiyet Yapısı.....	65
Çizelge 23. Konaklama İşletmelerinin Kuruluş Yılları.....	65
Çizelge 24. İşletmelerin Yönetimi.....	66
Çizelge 25. İşletmelerin Edinim Şekli.....	66
Çizelge 26. İşletmelerde, Konaklamanın Yanı sıra Verilen Hizmetler.....	67
Çizelge 27. İşletmelerin Satışına Aracılık Ettiği Hizmetler.....	68
Çizelge 28. İşletmelerin Genel Doluluk Oranları.....	68
Çizelge 29. Oda Satışlarında Tercih Ettikleri Yöntem.....	69
Çizelge 30. İşletmelerin Mal/Hizmetleri Fiyatlandırma Yöntemleri.....	70
Çizelge 31. İşletmelerin Mal/Hizmetleri Fiyatlandırma Karşılaştığı Sorunlar.....	71
Çizelge 32. İşletmelerin Pazarlama/Satış Geliştirmede Kullandığı Kanallar.....	72
Çizelge 33. İşletmelerin Pazarlama/Satış Geliştirmede Karşılaştığı Sorunlar.....	73
Çizelge 34. Müşterilere Yönelik, Pazarlama/Satış Geliştirmede Kullanılan Araçlar.....	74
Çizelge 35. Katılımcıların, İşletme Çevresine İlişkin Görüş ve Algılamaları.....	75
Çizelge 36. İşletme Personeline Yönelik İşbaşı/Hizmet İçi Eğitim Durumu.....	76
Çizelge 37. İşletmelerin Her Faaliyet Yılında Aynı Personellerle Çalışma Durumu.....	76
Çizelge 38. İşletmelerin Personel Seçiminde Esas Aldıkları Kriterler.....	77

Çizelge 39. İşletmelerde Personele İlişkin Yaşanan Sorunlar.....	78
Çizelge 40. Turizm Teşviklerinden Yararlanan İşletmeler.....	78
Çizelge 41. İşletmelerin Teşviklerden Yararlanmama Nedenleri.....	79
Çizelge 42. İşletmelerin Finansman İhtiyacını Karşılama Yolları.....	80
Çizelge 43. Küçük Ölçekli Konaklama İşletmelerinin KOBİ Kapsamına Alınarak Desteklendiğinin Bilgisi.....	80
Çizelge 44. İşletmelerin KOBİ Kapsamında Verilen Desteklerden Tercihleri.....	81
Çizelge 45. İşletmelerin En Çok Problem Yaşadıkları Konular.....	82
Çizelge 46. Katılımcıların, AB Süreci ve Turizme Etkisi Üzerine Görüşleri.....	83
Çizelge 47. Katılımcıların, Sektörel Durum ve Uygulamalar Üzerine Görüşleri.....	85
Çizelge 48. Katılımcı İşletmelerde, İşletme Başına Düşen Personel, Oda ve Yatak Durumu.....	87

ÇİZİMLER LİSTESİ**Sayfa No**

Çizim 1. Dünya Geneline Turizme Katılımın Nüfusa Oranı.....	30
Çizim 2. Bölgelerin Turizm Gelirleri ve Turist Sayılarından Aldıkları Toplam Paylar (1980–2004 Dönemi Ortalaması).....	34
Çizim 3. Bölgelerin Turist Başına Elde Ettikleri Gelirler (1980–2004 Ortalaması)..	34

KISALTMALAR

AB	:	Avrupa Birliği
ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
AET	:	Avrupa Ekonomik Topluluğu
BODER	:	Bodrum Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Derneği
BÖİ	:	Büyük Ölçekli İşletmeler
DPT	:	Devlet Planlama Teşkilatı
EC	:	European Comission (Avrupa Komisyonu)
KDV	:	Katma Değer Vergisi
KOBİ	:	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KÖKİŞ	:	Küçük Ölçekli Konaklama İşletmeleri
SBA	:	Small Business Administration (Küçük İşletmeler İdaresi)
SMEs	:	Small and Medium Sized Enterprises (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler)
TTYD	:	Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği
WTTC	:	World Travel and Tourism Consul (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi)
WTO	:	World Tourism Organization (Dünya Turizm Örgütü)

1. GİRİŞ

Dünya genelinde yaşanan globalleşme sürecinde, çok uluslu şirketlerin, diğer sektörlerde olduğu gibi, turizm sektöründe de ağırlıklarını giderek artırmaya başladıklarını görmekteyiz. Serbest ekonomik yapı içerisinde oluşan rekabet ortamında özel girişimleri desteklemek, ulusal ve uluslararası alanda rekabete ayak uydurabilmeleri için gerekli tedbirleri almak ve uygun ortamlar hazırlamak; devletin ve ilgili tüm sivil toplum kuruluşlarının görevleri arasındadır.

Küresel turizm pazarının yaklaşık üçte biri Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin elindedir ve uluslararası turizmde yaşanan gelişme ve değişimlerin merkezinde ve başında AB ülkeleri gelmektedir. AB'ye katılım müzakereleri sürecinde olan Türkiye'nin, ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal alanda etkileşim içinde olduğu bir dönemde, AB'nin kabul ettiği, uyguladığı ve tavsiye ettiği turizm plan ve politikalarının bir parçası olmaya ve gereklerini yerine getirmeye çalıştığı bir gerçektir. Bu çerçevede, turizm işletmeleri ve özellikle küçük ölçekli konaklama işletmelerinin mevcut durumlarının tespiti, AB standartları ile karşılaştırılması; sorunlarının belirlenmesi, istek ve beklentilerine uygun çözümler ve politikalar üretilmesi gerekmektedir.

Turizm endüstrisinin temel dinamiklerinden biri, konaklamadır. Günümüzde, konaklama ihtiyacının karşılandığı farklı tür ve nitelikte birçok işletme faaliyet göstermekte ve bulundukları ülkelere, sahiplerine, çalışanlarına ve etkileşim içinde oldukları diğer kişi ve kuruluşlara önemli katkılarda bulunmaktadır. Konaklama sektörü içinde küçük ölçekli olarak faaliyet gösteren işletmeler, en büyük grubu oluşturmaktadır. Bu işletmelerin mümkün olan en az sorunlarla faaliyetlerini sürdürmeleri, sektörün mevcut durumu ve geleceği açısından önem taşımaktadır.

1.1. Tezin Önemi

Ekonomik, sosyal, çevresel ve politik sistemlerin denge ve istikrar unsuru sayılan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ'ler), tüm sektörlerde olduğu gibi, turizm sektöründe de yükselen değer olarak karşımıza çıkmaktadır. KOBİ'ler, istihdam yaratma ve rekabet şartlarını tam rekabet düzenine yaklaştırma konularında

sağlamış oldukları katkılardan dolayı, başta Avrupa olmak üzere, ülkemizin de dâhil olduğu birçok ülkede kamu otoriteleri tarafından giderek desteklenmektedir (Alpugan 1988, Çelik ve Akgemci 1994, Aykın 2001).

Avrupa Birliği'nde, Avrupa Komisyonu İşletmeler Politikası kapsamında geliştirdiği KOBİ destek programları uyarınca KOBİ'lerin kuruluş, gelişme ve devir aşamalarına yönelik çok sayıda teşvik sunulmaktadır. Avrupa Birliği'ni oluşturan ülkelerde, turizm endüstrisinin % 99'u, konaklama sektörünün % 90 KOBİ statüsünde olup, gerekli şartları taşımaları kaydıyla ilgili tüm KOBİ teşviklerinden faydalanabilmektedir (Aykın 2001, Ören 2003).

Ülkemizde, sanayi ve imalat sektörleri dışında kalan diğer sektörlerle yönelik KOBİ tanımlamaların, teknik ve mali desteklemelerin, ulusal ve uluslararası örgütlenmelerin ve diğer ilgili tüm faaliyetlerin yıllarca ihmal edildiği gerçeği, var olan kurum ve kuruluşlardan, onların temsil ettiği sektörlerden, eldeki istatistikî verilerden, yayımlardan ve özellikle AB sürecinde çıkarılan yasa ve yönetmeliklerle yapılan düzenlemelerden çok net olarak anlaşılmaktadır. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'yla öngörülen ve konaklama tesislerinin KOBİ kapsamına alındığı, 24322 sayılı ve 18 Şubat 2001 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ yürürlüğe girinceye kadar, turizm sektörüne yönelik destek ve teşviklerin daha çok büyük çaplı yatırımlara ve işletmelere yönelik olduğunu görmekteyiz. Bu tarihe kadar, turizm KOBİ'lerine ve özellikle küçük ölçekli konaklama işletmelerine yönelik yapılan çalışmaların çok yetersiz olduğu, elde yeterli ve sağlıklı verilerin bulunmadığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Türkiye'de, birden çok kurum tarafından oluşturulması nedeniyle, birbirinden farklı KOBİ tanımlarının bulunmasının özellikle, destekler ve AB ile işbirliği gibi konularda yarattığı sıkıntıları ortadan kaldırmak amacıyla, 18.11.2005 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan ve yayım tarihinde 6 ay sonra yürürlüğe girecek olan "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" ile birlikte Türkiye'deki KOBİ tanımlamaları, tüm sektörleri kapsayacak şekilde genişletilmiş ve ortak kriterler belirlenerek, AB ile uyumlu hale getirilmek istenmiştir.

Bu çalışma, küçük ölçekli konaklama işletmelerinin profilinin belirlenmesine ve sorunlarının tespitine olanak sağladığı; benzer veya daha detaylı çalışmalara örnek oluşturabileceği için önem arz etmektedir.

1.2. Tezin Amaçları

Tez çalışması ile Avrupa Birliği sürecinde, yakın dönemde KOBİ kapsamına alınan küçük ölçekli konaklama işletmelerinin profilinin belirlenmesi, fonksiyonel yapılarına ilişkin bilgiler elde edilmesi, sorunlarının tespit edilerek çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca; yapılan analizler neticesinde elde edilen verilerin, Avrupa Birliği'nin küçük ölçekli konaklama işletmeleri verileri ile karşılaştırılarak, ülkemiz küçük ölçekli konaklama işletmelerinin durumunun ortaya konulması amaçlanmıştır.

Araştırma ile turizm literatüründe konuya ilişkin farklı bir yaklaşım içeren yayım gerçekleştirilmiş olunacaktır. Ayrıca, bu çalışma ile diğer turistik destinasyonlarda, benzer çalışmaların gerçekleştirilmesine rehberlik edilmesi ve üniversitemizin bilimsel çalışmalarına katkıda bulunulması da amaçlanmaktadır.

1.3. Tezin Kapsam ve Sınırlılıkları

1.3.1. Araştırma Konusu

Araştırmada, Avrupa Birliği sürecinde küçük ölçekli konaklama işletmelerinin analizi, sorunlarının tespiti ve olası çözüm önerileri konusu ele alınmıştır. Ancak, araştırma problemlerinde de bahsedileceği gibi, ülkemizde 'küçük ölçekli işletme' tanımının ortak olmayışı, özellikle turizm sektörü ve konaklama işletmeleri alanında elde yeterli ve gerçekçi envanterin sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli işletmelerle sınırlı olması nedeniyle, ulusal ve uluslararası alanda yapılmış 'küçük ölçekli işletme' tanımlamaları esas alınarak, sektörün yapısına ve ülkemiz gerçeklerine uygun bir araştırma konusu sınırlaması ve tanımlaması yapılmıştır. Buna göre; araştırma kapsamında incelenecek işletmelerin;

- Personel Sayısı açısından 1 – 49 arasında çalışana sahip olması

- Oda sayısı açısından 100 odanın altında olması
- Yatak sayısı açısından 120 yatak ve altında kapasitesi ile hizmet vermesi
- Hizmet birimleri ve standartları açısından, Turizm İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliğinde belirtilen, azami 2 yıldızlı otel, pansiyon, motel, apart/apart otel ölçütlerine sahip olması

gibi özellikleri ve nitelikleri taşıyor olmasına dikkat edilmiş ve anket uygulamalarında, Bodrum ve yöresinde bulunan Bakanlık Belgeli 1 ve 2 yıldızlı otel işletmeleri, pansiyonlar, apart/apart otel işletmeleri ile Belediye Belgeli olup, yukarıda belirtilen kriterlere uyan otel, motel, pansiyon ve apart/apart otel işletmeleri esas alınmıştır. Konuya ilişkin olarak ölçüt alınabilecek, işletmelerin yıllık gelir veya yıllık bilânço değerleri, gerekli verilerin mevcut olmaması, olsa bile güvenilirliğinin sorgulanabileceği endişesi ile kapsam dışı bırakılmıştır.

Yapılan literatür taraması ve alan araştırması yoluyla elde edilen verilerle çalışma şekillendirilmiştir. Bu çerçevede, araştırmaya yön veren konular şu şekilde özetlenebilir;

- Ulusal ve uluslararası alanda, çeşitli ülke, kurum ve kuruluşlarca yapılan KOBİ tanımlamaları ile Avrupa Birliği ile diğer bazı tanımlamaların karşılaştırılması, küçük ölçekli işletmelerin önemi, sınıflama ölçütleri,
- Uluslararası turizm hareketlerinin gelişimi, Türkiye ve AB'nin uluslararası alanda mevcut durumu, geleceği; turizm plan, politika ve uygulamaları,
- Konaklama işletmelerinin tanımlanması, özellikleri ile sınıflandırma ölçütlerinin belirtilmesi, ülkemiz konaklama sektörü içinde küçük ölçekli konaklama işletmelerinin payının ve öneminin vurgulanması, durumunun ortaya konması; KOBİ kapsamında konaklama işletmelerine sağlanan teşvik ve yardımların vurgulanarak, bunlara olan talebin ve niteliğinin belirlenmesi, Avrupa Birliğinde turizm KOBİ'lerinin, özellikle konaklama işletmelerinin durumunun incelenmesi, ülkemiz verileri ile karşılaştırılması, küçük ölçekli konaklama işletmelerinin avantaj ve dezavantajlarının vurgulanması,
- Küçük ölçekli konaklama işletmelerinin analizi, sorunlarının tespiti ve çözüm önerilerine yönelik alan araştırmasının uygulanması; elde edilen bulguların ortaya konulması ve yorumlanması,

- Araştırma bulgularına dayalı olarak sonuçların belirtilmesi, konuya ilişkin önerilerin sunulması.

1.3.2. Araştırma Alanı (Yer)

Araştırma konusunun küçük ölçekli konaklama işletmelerine yönelik olması, alan araştırmasında bu tür işletmelerin yoğun olarak bulunduğu bir alanın seçilmesini zorunlu kılmıştır. Bu amaçla yapılan incelemelerde araştırmanın; Muğla ili, Bodrum ilçesi sınırları içinde; Bodrum ilçe merkezi ile Gümbet, Bitez, Ortakent ve Turgut Reis beldelerinde yapılması uygun görülmüştür. Söz konusu yerlerin araştırma alanı ve örnek çalışma olarak seçilmesinde ön plana çıkaran kriterleri, şu şekilde ifade etmek mümkündür;

- Bodrum, ülkemiz turizminin, yurtiçinde ve yurtdışında popülaritesi en yüksek ve turizm kültürü en köklü destinasyonlardan biridir.
- Yerli ve yabancı birçok turist için cazibe merkezi olmasının yanında; turizm işletmelerinin ve özellikle Bodrum'un kendine özgü yapılaşmasından ve yerleşim imkânlarının elverdiği ölçüde inşa edilmiş küçük konaklama işletmelerinin, benzer destinasyonlarda yer alanlardan hem sayıca daha çok olması, hem de yerleşke olarak birbirlerine daha yakın olmaları, alan araştırması için bölgeyi ideal kılmıştır.
- Araştırmacının Bodrum şehir merkezinde küçük ölçekli bir konaklama işletmesinde edindiği 5 yıllık yöneticilik deneyiminin araştırma alanının seçimine ve araştırmanın yürütülmesine olumlu katkılarının olacağının varsayılması.
- Bölgede yer alan küçük ölçekli konaklama işletmelerinin büyük bir bölümünün, yerel aileler tarafından işletiliyor olmasının, ortak paydaların yakalanmasında, özellikle mülakat yoluyla verilerin elde edilmesinde kolaylıklar ve avantajlar sağlaması.
- Bodrum'un ülke turizmi açısından en önemli ve tanınmış destinasyonlarından biri olması, elde edilen veriler ve ortaya çıkan sonuçlar itibariyle çalışmanın daha çok dikkat çekmesini ve örnek bir çalışma olarak literatüre katkıda bulunmasını sağlayacaktır.

1.3.3. Zaman

Araştırmacının bir kamu kurumunda eğitimci olması, alan araştırması için yapılan zaman planlamasının, mecburen, Haziran ayının ikinci yarısından sonra başlayıp, Temmuz ayının ortasına kadar sürecek bir dönemi kapsamasına neden olmuştur.

Planlama aşamasında, yüz yüze görüşme yoluyla dolduracakları anket formları ve yapılacak mülakatlar için zaman ayırabilmeleri bakımından işletmecilerin yoğunluğunun az olduğu dönemler seçilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, Temmuz ve Ağustos aylarındaki yoğunluk göz önüne alınarak, özellikle Haziran ayı en iyi şekilde değerlendirilmeye çalışılırken, gün içinde de zaman olarak işletmecilerin ve işletmelerin daha uygun oldukları 10:30 – 12:30 zaman dilimi araştırma için tercih edilmiştir. Söz konusu zaman dilimi öncesinde, uyku ve dinlenmenin; sonrasında ise işletme içi ve dışı işlerin yoğunluğu nedeniyle, işletmecilerin araştırma çalışmasına zaman ayırmalarının çok zor olabileceği gerçeği; araştırmacının bölgedeki geçmiş tecrübesinden ve araştırma döneminde söz konusu zaman çizelgesi dışına sarkan görüşmeler için talep edilen randevuların kabulündeki güçlüklerden de anlaşılmıştır.

1.3.4. Örneklem

Araştırmada, araştırma evreni, araştırma alanı ve zamanı göz önüne alınarak en doğru örneklem yöntemi ve sayısı seçilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, araştırma evreninin ne olacağı konusu netleştirilmeye çalışılmıştır.

Öncelikle, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli konaklama işletmelerine ilişkin envanter çalışmaları incelemeye alınmış ve bu konuda güncel ve gerçekçi verilerin mevcut olduğu, Bodrum Kaymakamlığı, Muğla İl ve Bodrum İlçe Turizm Müdürlükleri ile Bodrum Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Derneği (BODER) verilerinin de incelenmesi ile anlaşılmıştır. 2005 yılı verilerine göre, Bodrum ilçe merkezi ve beldelerinde 199 Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli (yatırım ve işletme belgeliler dahil) konaklama işletmesi mevcut olup, 93 tanesinin

araştırma konusunu oluşturan işletme niteliğini taşıdığı; bunlardan 63 tanesinin araştırma alanındaki evrene dahil edilebileceğinin tespiti yapılmıştır.

Belediye belgeli konaklama işletmelerin tespitinde ise, aynı netlik ve kolaylık sağlanamamıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2003 yılında yayınlamış olduğu, belediye belgeli işletmeler envanterinde, Bodrum ilçesinde 365 işletme olduğu görülürken, Bodrum İlçe Turizm Müdürlüğü 2005 yılı Nisan ayı verilerinde bu rakamı 693, BODER ise (işletme isimlerinin tek tek yazılı olduğu çizelgede) 2004 sonu itibarı ile 477 olarak işletme sayısını belirtmiştir. Bodrum Belediyesi'nde, ruhsat işlemleri dairesinden konuya ilişkin bilgiler alınmak istenmiş ancak, '2004 Kasım ayından beridir konaklama işletmelerinin ruhsat iş ve işlemlerinin kendilerine verildiği, nitelik ve nicelik olarak, işletmelerin tespitine yönelik bir çalışmanın henüz yapılmadığı, bu işlemlere, 2005 sonuna doğru başlanabileceği, şu anda birçok işletmenin mükerrer yazım, kapanma, devir, adres değişikliği gibi durumları olmasına rağmen istatistiklerde yer aldığı, gerçek rakama ilişkin tahmini sayının ise 400 civarında olduğunun bilgisi' görevli kişinin kendi ön incelemesinden çıkardığı sonuçlardan bizlere aktardıkları olarak kayıt edildi.

Bu durumda, BODER verilerinin esas alınmasının daha sağlıklı olacağı görüşüne varılmıştır. Çizelgede, Bodrum genelinde yer alan 477 işletmenin incelenmesiyle güncel rakamın (mükerrer yazım, faal olmayan işletmeler, listeye dahil bazı Bakanlık belgeli işletmeler çıktığında), 423 olduğu; 214'ünün araştırma alanında yer aldığı, bunlardan araştırma konusu evrenine dahil edilebilecek işletmelerin sayısını da 168 olduğu görülmüş; elde edilen bu veriler doğrultusunda, Bakanlık Belgeli işletmeler dahil, araştırma evreni 231 işletme olarak belirlenmiştir.

Geçerli ve güvenilir örnekleme sayısına ulaşmak amacıyla, ilgili literatür taranarak en uygun örnekleme formülü bulunmaya çalışılmıştır. Tosun'un (1998:175) yaptığı bir alan araştırmasında kullandığı formül, örneklem tespiti için uygun bulunmuştur. Yapılan hesaplama sonucunda 144 işletmeye uygulanacak anket çalışmasının araştırma sonuçları için geçerli olacağı görülmüştür.

Örneklem Formülü :

$$n = \frac{NPq}{(N-1)B^2 + \frac{z^2}{4}}$$

N: evren, **n:** örneklem büyüklüğü, **P:** örneklemenin evren içinde tahmini bulunma oranı, **q:** 1- P, **B:** hata payı, **z:** güven aralığı (% 95 için 1.96).

$$N= 231 \quad P= 0.5 \quad q= 0.5 \quad B= 0.05 \quad z= 1.96$$

$$n = \frac{231 (0.5) (0.5)}{(231-1) (0.05)^2 + \frac{(1.96)^2}{4}}$$

n= 144,491

Hesaplama işlemleri, www.surveysystem.com ve www.macorr.com adreslerindeki on-line örneklem ve hata payı hesaplama makinelerinde de yapılarak en uygun örneklem sayısının tespitine ve formülle bulunan rakamla karşılaştırılmasına çalışılmıştır. Hesap makinesine evren 231 olarak girildiğinde, %95 güvenilirlik ve %5 hata payı ile örneklem 144 olarak hesaplanmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini arttırmak için bu çalışmada 170 anket doldurulması hedeflenmiştir.

Araştırma konusu işletmeler arasında yapılan kura ile 170 işletme seçilerek, yüz yüze anket uygulaması ile araştırmaya geçilmiş ancak çalışma beklenenin aksine, asgari örneklem sayısı olan 144 işletme ile sonlandırılmıştır.

Araştırmanın nicel (kantitatif) ve nitel (kalitatif) araştırma yöntemlerinin uygulanmasında, önceden belirlenmiş yada araştırma sırasında ilgili olduğu anlaşılan işletmelere ve kişilere göre örneklem belirleme mantığı kullanılmıştır.

1.4. Araştırma Problemleri

Literatür taramasında, küçük ölçekli işletmelere ve KOBİ'lere ilişkin birçok çalışma olmasına karşın, özellikle ulusal düzeyde küçük ölçekli konaklama işletmelerine (KÖKİŞ) yönelik çalışmaların nitelik ve nicelik olarak istenilen düzeyde olmadığı görülmüştür. Bu durumun sadece turizm sektörü ile sınırlı olmayıp, hizmet sektöründe faaliyet gösteren diğer alt sektörleri de kapsayan bir durumdur.

Ülkemizde farklı kurum ve kuruluşlarca, 'ölçek' büyüklüklerini ortaya koyan kriterlerin farklılığı ve bunun sonucunda elde gerekli ve yeterli bilgilerin olmayışı, bu durumu ortaya çıkaran en önemli neden olarak görülebilir. AB'ye üyelik sürecinde yapılan düzenlemeler ile ulusal anlamda konunun gerekli altyapısının hazırlanmaya çalışılması ile birlikte, konuyla ilgili verilerin ve çalışmaların artacağı muhakkaktır.

Araştırma konusunun kapsam ve sınırlarını belirlemede kullanılabilecek ölçütlerin net olarak belirlenmemiş olması, var olan kriterlere ilişkin elde yeterli veri olmayışı, araştırmayı güçleştiren etmenlerdendir.

Araştırmanın yapıldığı zaman diliminin, yoğun sezon olarak adlandırılan döneme denk gelmesi, katılımcıların anket uygulamalarını ve anketörleri hoş karşılamaması, bu ve benzeri araştırmaların seyahat acenteleri, belediye veya devlete bağlı birimlerce yapıldığı kanısının insanların zihinlerinde yer etmiş olmasının da etkisiyle, araştırmaya katılımı sorunlar yaşanmıştır.

Ayrıca, birden fazla küçük ölçekli konaklama işletmesi bulunan işletmecilerin sadece bir form doldurmayı kabul etmesi nedeniyle, diğer işletmeleri kapsam dışı bırakılmıştır.

Anket uygulamasındaki problemler yanında, konunun içeriği açısından da problemlerle karşılaşmıştır. Özellikle işletmecilerin önemli bir kesiminin, işletmelerinin iş ve işleyişine ilişkin bilgilerinin yetersiz oluşu, bu konuda sık sık aile bireyleri ya da çalışanlardan yardım almak suretiyle anket formlarını doldurmalarına,

bu da anket uygulamasının istenildiği şekilde gerçekleştirilememesine neden olmuştur.

1.5. Araştırma Yöntemi

Bu tez çalışmasında, birincil veriler ve ikincil veriler iki tür veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Buna göre;

1. İkincil veriler: Ulusal ve uluslararası kaynak taraması yapılarak, konuyla ilgili basılı kaynaklardan faydalanılacaktır. Bu kaynaklardan elde edilen veriler, birincil verilerin oluşturulmasına temel teşkil etmiştir.
2. Birincil veriler: Literatür taramasıyla elde edilecek veriler ışığında birincil verilere ulaşmak amacıyla bazı veri toplama yöntemleri uygulanmıştır.

Araştırmanın genel çerçevesinin çizilmesinde ikincil veriler önem taşımaktadır. Ancak, araştırmanın amaçlarına ulaşması açısından birincil verilerin toplanılması kaçınılmazdır. Bu verilerin elde edilmesinde;

1) *Anket*: Hazırlanan anket formu, araştırma alanı olarak seçilen merkezlerde, farklı tür ve sınıflarda faaliyet gösteren küçük ölçekli konaklama işletmecilerinin sahiplerine/yöneticilerine uygulanmıştır.

2) *Mülakat*: Araştırma kapsamındaki yerel yöneticiler, konaklama işletmeleri yöneticileri ve sektör temsilcileri ile mülakat yapılarak, araştırma problemi üzerine ilgili kişilerin görüşleri alınmıştır. Mülakat uygulaması, anket uygulamasına destek olarak ve bazı nitel bilgilerin elde edilmesine yardımcı bir yöntem olarak kullanılmıştır.

3) *Katılımcı Gözlem*: Araştırma sırasında işletmecilerinin, işletme çalışanlarının, müşterilerin ve işletmeler ile çalışan seyahat acentaları çalışanlarının diğer yöntemlerde elde edilemeyecek tutum ve davranışları gözlemlenerek, olası beklentiler, istekler, şikâyetler gibi durumların tespiti amaçlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Küçük Ölçekli İşletmelere Genel Bakış

2.1.1. Küçük İşletme Kavramı

İşletmeler, bir ülke ekonomisinin temelini oluşturan, ayakta tutan ve ona dinamizm kazandıran iktisadi birimlerdir. İşletmeleri; ekonomik yapıları bakımından, faaliyet alanları bakımından, sermaye mülkiyetleri bakımından, hukuki şekilleri bakımından, büyüklükleri bakımından gibi çeşitli açılardan, değişik şekillerde sınıflandırmak mümkündür (Mucuk 1998:39–40).

İşletmeler büyüklükleri açısından ele alındığında; küçük işletmeler, orta ölçekli işletmeler ve büyük işletmeler olarak sınıflandırılabilirler. Uygulamada büyük işletmelere karşılık olarak, küçük ve orta ölçekli işletmeler tek grup olarak ele alınır ve kısaca KOBİ diye adlandırılır.

Bütün ekonomilerin dinamiğini oluşturmalarına rağmen, bu gün Dünya literatüründe üzerinde görüş birliği sağlanmış bir küçük işletme tanımı bulunmamaktadır (Sarıaslan 1994:12; Alpugan 1988:2; Bağrıaçık 1989:5; Çelik-Akgemci 1998:64). Sanayileşme düzeyine, işletmelerin bağlı oldukları iş kollarına ve üretim tekniklerine göre ülkeler arasında, hatta aynı ülkenin farklı bölgeleri ve iş kolları arasında küçük işletme tanımları değişebilmektedir (Karataş 1991:25).

Küçük işletmelerle ilgili tanımların açık olarak yapılması zorunluluğu, özellikle devlet veya yardımı gerçekleştirecek olan kurum tarafından, belirli büyüklükteki kuruluşlara mali veya teknik yardım yapılmasına karar verildiği zaman ortaya çıkmaktadır (Alpugan 1988:2; Öz Alp 1971:40–41).

İşletme büyüklüğünün ne olması gerektiği, çok yönlü olarak ele alınması gereken bir konudur. İşletme büyüklükleri arasında sınırlar çizilmesi ve bir tanımlamaya gidilebilmesi amacıyla belli ölçütlerden yararlanılmaktadır. Bu ölçütler niceliksel (kantitatif) ve niteliksel (kalitatif) olarak iki asıl gruba ayrılır (Alpugan 1988:2; Çelik ve Akgemci 1998:73).

2.1.2. Küçük İşletmelerin Sınıflandırılmasında Kullanılan Ölçütler

2.1.2.1. Niceliksel (Kantitatif) Büyüklük Ölçüleri

İşletme büyüklüklerini niceliksel olarak belirlemede kullanılan ölçütlerin başlıcaları (Alpugan 1988:2; Çelik ve Akgemci 1998:73);

- Çalıştırılan personel sayısı
- Yatırım toplamı
- Varlıklar/Aktifler
- Yıllık satışlar
- Sermaye miktarı
- Üretim miktarı v.b

şeklinde özetlenebilir.

Hangi ölçünün esas alınacağı işletmenin türüne göre değişir. Örneğin; bir çok sanayi ve ticaret işletmesinde satış gelirleri, hizmet işletmelerinde çalışanların sayısı, sinema ve tiyatrolarda koltuk sayısı, otellerde yatak sayısı v.b gibi (Mucuk 1998:98).

2.1.3.1. Niteliksel (Kalitatif) Büyüklük Ölçüleri

Niceliksel ölçütlerin yanı sıra, niteliksel ölçütlerin de işletmelerin büyüklüklerini belirlemede kullanıldıkları görülür. Bu ölçütleri şöyle özetlemek mümkündür (Çelik ve Akgemci 1998:73-74);

- Yönetim biçimi
- Sermayedarların sayısı
- Bölgeye yönelik olup olmaması
- İş kolu içerisindeki nisbi (görelî) durumu
- Hukuki şekli v.b gibi

Yukarıda sıralanan nicel ve nitel tanımlamalardan, saptama ve ölçmedeki kolaylık, karşılaştırılabilirlik, fiyat değişimlerinden bağımsızlık gibi özellikler göstermesi nedeniyle, çalışanların sayısı en çok kullanılan ölçüttür (Alpugan 1998:9).

Ancak, tek bir kriter yerine, iki veya daha fazla somut kriteri esas almak ya da nicel kriterlerle bazı nitel kriterleri kombine etmek daha yararlı büyük ölçüsü sayılacaktır (Mucuk 1998:98-99).

2.1.3. Küçük İşletmelerin Sınıflandırılması

Ülkenin ekonomik ve sosyal yapılarının özelliklerine bağlı olarak küçük işletmelerin türleri ve çalışma alanları da farklılıklar gösterdiğinden, tüm ülkeler için geçerli olabilecek kesin bir sınıflandırmaya gidilerek onları inceleme olanağı pek yoktur (Alpugan 1988:23).

Bu çalışmada küçük ölçekli işletmeler, fonksiyonel yapıları, iş gören sayıları ve yıllık gelirleri veya bilançoları üzerinden sınıflandırılarak, kısaca açıklanacaktır.

2.1.3.1. Fonksiyonları Bakımından Sınıflandırma

Dinçer (1994) ve Alpugan (1988)'a göre küçük işletmeleri fonksiyonlarına göre üç grupta toplamak mümkündür:

2.1.3.1.1. Üretim İşletmeleri

Küçük çapta hammaddelerin alınarak işlendiği, kullanılır hale getirildiği yerlerdir. Mobilyacılar, lokantalar, dondurmacılar, şekerlemeciler v.b gibi örnekler verilebilir.

2.1.3.1.2. Ticaret İşletmeleri

Genelde, doğrudan müşteriye veya ona satış yapan perakendeciye mal veren işletmelerdir. Bakkallar, büfeler, kafeteryalar, eczaneler v.b gibi işletmeler belli başlı örnekleridir.

2.1.3.1.3. Hizmet İşletmeleri

İmalat (üretim) ve ticaret işletmeleri ile doğrudan tüketicilere hizmet sunan işletmelerdir. Kuaför, kuru temizleme, muhasebe, küçük konaklama işletmeleri, çamaşırhaneler v.b işletmeler örnek gösterilebilir.

2.1.3.2. İş Gören (Çalışan) Sayısı ile Yıllık Gelir / Bilânço Esasına Göre Sınıflandırma

Çalışan personel sayısı, küçük işletmelerin sınıflandırılmasında en çok kullanılan ölçüt olmasına rağmen, işletme büyüklüğünde kullanılacak sayı itibarı ile uluslararası alanda üzerinde anlaşılmış kesin sınırlar yoktur. Aynı durum, işletmelerin elde ettikleri yıllık gelirleri veya bilânçoları esas alınmak suretiyle yapılacak bir sınıflandırma için de söz konusudur.

ABD’ de küçük ve orta büyüklükteki işletmeler, muhasebe sistemi ve mantığı çerçevesinde ele alınarak, kod numaraları ile sektör ve alt sektörlerle ayrılmış, her biri için ayrı ayrı kriterler belirlenerek, genel bir resmi tanım yerine özel ve değişken tanımlamalar yoluna gidilmiştir (www.sba.gov/size). İşletmeler için belirlenen standartlar çalışanlar açısından incelendiğinde;

- Küçük ölçekli işletme; 1 – 99 veya 1 – 499 kişi çalışan
- Orta ölçekli işletme; 500 – 999 veya 500 – 1499 kişi çalışan
- Büyük ölçekli işletme; 1500 ve daha fazla kişi çalışan

işletme olarak kabul edildiğini görmekteyiz (Çelik ve Akgemci 1998: 66).

Yıllık gelir veya bilânço değerleri açısından küçük işletmelerin, farklı sektörlerde, farklı rakamlarla ifade edildiğini Çizelge 1. de özetle görmek mümkündür. Verilen ölçütler genel olup, her sektör kendi içinde daha detaylı olarak sınıflandırılmıştır. Bu arada; ABD’de konaklama sektörü için belirlenen küçük ölçekli işletme kriteri olarak, çalışan sayısı yerine yıllık gelir veya bilanço değerinin esas alındığını, söz konusu tutarın, 6 milyon \$’dan az gelire işaret ettiğini vurgulamak gerekir (www.sba.gov).

Çizelge 1. ABD’de Küçük Ölçekli İşletmeleri Sınıflama Kriterleri (Sektörler Özeti)

Sektör	Ölçek Kriteri
İmalat/Sanayi	< 500 çalışan
Toptan Ticaret	< 100 çalışan
Tarım/Ormancılık/Balıkçılık/Avcılık	< 750 000 \$
Perakende Ticaret	< 6 milyon \$
İnşaat (Genel&Ağır Yapı)	< 28,5 milyon \$
Liman, Deniz v.b dibi tarama,temizleme	< 17 milyon \$
Özellikli Müteahhitlik İşleri	< 12 milyon \$
Seyahat Acentaları	< 3 milyon \$
Ticari ve Kişisel Hizmetler (Konaklama Sektörü Dahil)	< 6 milyon \$
• mimarlık, mühendislik v.b	< 4 milyon \$
• kuru temizleme, halı temizleme..	< 4 milyon \$

Kaynak : <http://www.sba.gov>.

Japonya’da da benzer bir durumdan bahsetmek mümkündür. Her sektör için belirlenen küçük ve orta ölçekli işletmelerde çalışan personel sınıflaması, birbirinden farklılık göstermektedir (Çizelge 2). Ancak burada, mikro işletme, küçük işletme, orta ölçekli işletme bazında ayırım yerine, sektörel açıdan genel bir KOBİ çalışanları sınırı çizilmiştir. Örneğin; İmalat/Sanayi sektöründe 1 - 299 kişi çalıştıran işletmeler küçük ve orta boy işletme olarak kabul edilirken; ticaret sektöründe bu sayı 1 - 99 kişi; hizmet sektöründe ise 1 – 49 kişi olarak kabul edilmektedir. Her sektör için belirlenen sermaye miktarı da Çizelge 2. de belirtilmiştir (Bağrıaçık 1989: 49).

Çizelge 2. Japonya’da KOBİ Ölçeği

Sektör	Çalışan Kişi Sayısı	Sermaye Miktarı
Sanayi	300 Kişiye Kadar	100 Milyon Yen’e Kadar
Ticaret	100 Kişiye Kadar	30 Milyon Yen’e Kadar
Hizmetler	50 Kişiye Kadar	10 milyon Yen’e Kadar

Kaynak : Çelik ve Akgemci 1998: 69

Avrupa Birliği'nde ise, 1996 yılından itibaren, tüm sektörler için ortak bir tanımlamaya gidilmesi ile birlikte işgören sayılarına göre işletmeler; 1 – 9 çalışana sahip olanlar mikro işletme, 10 – 49 çalışana olan işletmeler küçük işletme ve 50 – 249 çalışana sahip işletmeler ise orta ölçekli işletme olarak kabul edilmiştir (Müftüoğlu 1998; Alpugan 1998:9; Matlay 2004:300; Akgemci 2001:5; EC 1996:4). Ancak, ortaya çıkan gelişme ve değişmelerin etkisi ile AB, Küçük ve Orta Ölçekli İşletme tanımına yönelik kriterlerinde bazı değişiklikler yaparak 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren, tüm üye ve aday ülkelerin tanımlamalarını bu ölçütlere göre yeniden belirlemesini tavsiye etmiştir (EC 2003a:5). AB'nin 1996 ve 2003'te belirlediği KOBİ tanımlama kriterlerini incelediğimizde (Çizelge 3); işletme türlerine göre çalışan sayısının değişmediğini, orta ve küçük işletmelere yönelik yıllık gelir veya bilançolar için belirlenen minimum tutarların arttığını ve daha önce bu alanda mikro işletmeler için belirlenmemiş olan asgari yıllık gelir ve sermaye miktarı kriterinin getirildiği görülmektedir.

Çizelge 3. Avrupa Birliği KOBİ Ölçütleri (1996 – 2005 Karşılaştırması)

İşletme Türü	Çalışan Sayısı (Değişmedi)	Yıllık Gelir	veya	Bilanço	Bağımsızlık
Orta Ölçekli	< 250	= € 50 milyon (1996'da : 40 milyon)		= € 43 milyon (1996'da : 27 milyon)	İşletme sermayesinin veya yönetimde oy hakkının %25'i
Küçük Ölçekli	<50	= € 10 milyon (1996'da : 7 milyon)		= € 10 milyon (1996'da : 5 milyon)	veya fazlasının, KOBİ
Mikro	<10	= € 2 milyon (1996'da : ölçüt yok)		= € 2 milyon (1996'da : ölçüt yok)	tanımı dışında kalan bir veya birden çok işletmenin elinde bulunmaması

Kaynak : Commission of the European Communities, Sec. 2005/170 Final, s. 7

AB'nin kabul ettiği bu yeni tanıma göre KOBİ'ler, 250 kişiden az eleman çalıştıran ve yıllık cirosu 50 milyon Euro'yu geçmeyen veya yıllık bilânço toplamı 43 milyon Euro'yu aşmayan ve ayrıca bağımsızlık kriterini karşılayan işletmelerdir. Bu tanıma açacak olursak; *a. Küçük işletme*; 50 kişiden az eleman çalıştıran ve yıllık cirosu 10 milyon Euro'yu geçmeyen veya yıllık bilânço toplamı 5 milyon Euro'yu aşmayan işletmeler; *b. Mikro işletme*; 10 kişiden az eleman çalıştıran ve yıllık cirosu veya yıllık bilânço toplamı 2 milyon Euro'yu aşmayan işletmelerdir (EC 2005:7). Bir işletmenin bağımsız işletme sayılabilmesi için, o işletmenin sermayesinin veya yönetimde oy hakkının %25'i veya fazlasının KOBİ tanımı dışında kalan bir veya birden çok işletmenin elinde bulunmaması gerekmektedir. Ancak;

- Söz konusu işletmenin kamu yatırım ortakları, risk sermayesi firmaları, kurumsal yatırımcıların elinde olması ve hiçbir suretle herhangi bir yönlendirme yapılmıyor olması halinde ve
- Kimler tarafından sahip olunduğu tespit edilemeyecek şekilde sermayenin yayılmış olması durumunda ve söz konusu işletmenin sermaye veya oy hakkının %25 veya daha fazlasının KOBİ tanımı dışında kalan bir veya birden çok işletmenin elinde bulunmadığını beyan etmesi halinde

yukarıdaki koşula istisna teşkil etmektedir. Öte yandan KOBİ sayılabilmek için gerekli kriterleri 2 yıl üst üste karşılamayan işletmeler statülerini kaybederler (Aykın 2001:142; EC 1996:4-9).

Türkiye'de ise, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme İdaresi Başkanlığı, Halkbank, Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı ve Eximbank gibi farklı kurum ve kuruluşlarca yapılan KOBİ tanımlamalarının ve uygulamalarının olduğu görülmektedir (Çizelge 4). Ülkemizde, sanayi ve imalat sektörleri dışında kalan diğerk sektörlerle yönelik KOBİ tanımlamaların, teknik ve mali desteklemelerin, ulusal ve uluslararası örgütlenmelerin ve diğerk ilgili tüm faaliyetlerin yıllarca ihmal edildiği gerçeği, var olan kurum ve kuruluşlardan, onların temsil ettiği sektörlerden, eldeki istatistikî verilerden, yayımlardan ve özellikle AB sürecinde çıkarılan yasa ve yönetmeliklerle yapılan düzenlemelerle birlikte; gerek resmi gerekse de özel kesimin kabul ettiği bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çizelge 4. Türkiye’de Çeşitli Kurum ve Kuruluşların KOBİ Tanımı Ölçütleri

KURULUŞ	TANIM KAPSAMI	TANIM KRİTERİ	MİKRO ÖLÇEKLİ İŞLETME	KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETME	ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME
KOSGEB	- İmalat Sanayi	- İşçi Sayısı	-	* 1–50 işçi	* 51-150 işçi
HALK BANK	- İmalat San. - Turizm, - Yazılım Geliştirme	- İşçi Sayısı - Yatırım Tutarı (KOBİ teşvik belg. konu yatırım tutarı TL)	- 400 milyar TL	- 400 milyar TL	* 1-250 işçi 400 milyar TL
HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI	- İmalat San. - Turizm - Tarımsal Sanayi - Eğitim - Sağlık - Yazılım Geliştirme	- İşçi Sayısı - Yatırım Tutarı (KOBİ teşvik belg. konu yatırım tutarı TL)	* 1– 9 işçi 600 milyar TL	* 10–49 işçi 600 milyar TL	* 50-250 işçi 600 milyar TL
DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI	- İmalat Sanayi	- İşçi Sayısı - Sabit Yatırım Tutarı (ABD \$)	- -	- -	*1-200 işçi 2 milyon \$
EXİMBANK	- İmalat Sanayi	- İşçi Sayısı	-	-	*1-200 işçi

Kaynak : Garanti Bankası Dergisi, 14 Nisan 2005, s. 16

Türkiye’de, birden çok kurum tarafından oluşturulması nedeniyle, birbirinden farklı KOBİ tanımlarının bulunmasının özellikle, destekler ve AB ile işbirliği gibi

konularda yarattığı sıkıntıları ortadan kaldırmak amacıyla, 18/11/2005 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan ve yayım tarihinde 6 ay sonra yürürlüğe girecek olan “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik” ile birlikte, Türkiye’deki KOBİ tanımlamaları ortak kriterlerle belirlenerek, AB ile uyumlu hale getirilmek istenmiştir. Söz konusu yönetmeliğin 4. maddesine göre “yasal statüsü ne olursa olsun, bir veya birden çok gerçek veya tüzel kişiye ait olup, bir ekonomik faaliyette bulunan birimler” işletme olarak tanımlanırken; KOBİ’ler ise yönetmelikte şu şekilde tanımlanıyor (md.5):

- a) Mikro işletme: 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilânçosu 1 milyon YTL’yi aşmayan çok küçük ölçekli işletmeler,
- b) Küçük işletme: 50 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilânçosu 5 milyon YTL’yi aşmayan işletmeler,
- c) Orta büyüklükteki işletme: 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilânçosu 25 milyon YTL’yi aşmayan işletmeler.

Yönetmeliğe göre KOBİ’ler, diğer işletmeler ile olan sermaye veya oy hakkı ilişkilerine göre bağımsız işletmeler, ortak işletmeler ve bağlı işletmeler olmak üzere üçe ayrılıyor. Yeni tanımla getirilen bağımsızlık ilkesi ise yönetmelikte şu şekilde tanımlanıyor: *Gerçek veya tüzel kişilerin sahip olduğu ve bu Yönetmeliğe göre ortak veya bağlı işletme sayılmayan bir işletme;*

- a) *Başka bir işletmenin % 25 veya daha fazlasına sahip değilse,*
- b) *Herhangi bir tüzel kişi veya kamu kurum ve kuruluşu veya birkaç bağlı işletme tek başına veya müştereken bu işletmenin % 25 veya daha fazla hissesine sahip değilse,*
- c) *Konsolide edilmiş hesaplar düzenlemiyorsa ve konsolide hesaplar düzenleyen başka bir işletmenin hesaplarında yer almıyorsa ve bu nedenle bağlı bir işletme değilse,* bağımsız işletme kabul ediliyor (www.ikv.org.tr).

Yönetmeliğin, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin sınıf değiştirme ve vasfın kaybını ilişkin 6. maddesinde; *hesaplarının kapanış tarihinde, işletme sınıfları ve KOBİ vasfı belirlenirken dikkate alınan kriterlerden herhangi birini, birbirini takip eden iki hesap döneminde de kaybeden veya aşan işletmeler sınıf değiştirir veya KOBİ vasfını kaybeder,* hususuna vurgu yapılmıştır.

2.2. Küçük Ölçekli İşletmelerin Ekonomi İçerisindeki Yeri ve Önemi

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren işletmelerin giderek büyümeleri nedeniyle, KOBİ'lerin yaşamlarına devam edemeyecekleri düşüncesi gündeme gelmiş ancak; aksine 1970'li yıllardan itibaren teknolojinin gelişmesi, kişi ve toplumlarda bağımsızlık eğiliminin artması ve bilgi toplumuna geçiş gibi nedenlerden dolayı daha önemli hale gelmiş bulunmaktadır (Dinçer 1995:2). Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler, daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlayan, daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam yaratan işletmelerdir. Yapıları itibarı ile ekonomik dalgalanmalardan daha fazla etkileniyor olmaları, talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum sağlayabilmeleri, teknolojik yeniliklere ve gelişmelere daha yatkın bulunmaları bu işletmelerin başlıca özellikleri arasında yer almaktadır (Aykın 2001:142; Bağrıaçık 1989; Alpugan 1988). Bölgelerarası dengeli kalkınmayı sağlamaları, gelir dağılımındaki çarpıklıkları asgariye indirmeleri ve ferdi tasarrufları teşvik ederek, yatırımlara yönlendirmeleri bakımından ekonomide önemli görevler üstlenmelerinin yanı sıra; büyük sanayi işletmelerinin vazgeçilmez destekleyicisi ve tamamlayıcısı konumundaki KOBİ'ler, politik ve sosyal sistemlerin denge ve istikrar unsuru sayılmakta, demokratik toplumun ve liberal ekonominin ana sigortalarından biri olarak değerlendirilmektedirler (Aykın 2001; Bağrıaçık 1989; Ören 2001; Alpugan 1988; Mucuk 1988).

1.2.1. Avrupa Birliği ve KOBİ'ler

1.1.1.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ'lerin Yeri ve Önemi

Avrupa Birliği'nin hazırladığı "Observatory of European SMEs 2003"adlı rapora göre, Birlik Üyesi 19 ülke genelinde (Çizelge 5), 19,3 milyon işletmede yaklaşık 140 milyon kişinin çalıştığı, işletmelerin % 92'sinin mikro, % 7'sinin küçük, % 1'e yakınının orta ölçekli ve ancak % 0,2'sinin büyük işletme olduğu; toplam istihdam içerisinde KOBİ'lerin payının 2/3 olduğu ve mikro işletmelerin % 56'lık bir oranla en fazla istihdamın sağlandığı sınıf olduğu ve işletme başına çalışan

sayısında KOBİ’lerde ortalama istihdamın 5 kişi olduğu; ancak tüm işletmelerin yaklaşık yarısının ücretli personel çalıştırmadığının, kendisi veya aile bireyleri ile birlikte çalışıp, gelir elde ettikleri sonuçlarına varılmıştır (EC 2003b).

Çizelge 5. AB Üyesi 19 Ülke İşletmelerine İlişkin Temel İstatistikî Veriler (2003)

Veri	Değer	KOBİ	BÖİ *	Toplam
İşletme Sayısı	(1 000)	19 270	40	19 310
İstihdam	(1 000)	97 420	42 300	139 720
İşletme Başına Düşen Çalışan		5	1 052	7
İşletme Başına Elde Edilen Gelir	Milyon €	0,9	319,0	1,6
Gelirler İçinde İhracatın Payı	%	12	23	17
Çalışan Başına Elde Edilen Katma Değer	€ 1 000	55	120	75
İşgücü Maliyetlerinin Katma Değer içindeki Payı	%	56	47	52

Kaynak: Snijders vd, 2003:9

(*) Büyük Ölçekli İşletme

Snijder vd. (2003) hazırladığı 2003’te AB’ne 19 üye ülke (Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, İrlanda, İtalya, Yunanistan, Lüksemburg, Hollanda, Portekiz, İspanya, İsveç, İngiltere, İzlanda, Norveç, İsviçre-Lihtenştayn dahil-) ve o tarihte AB’ne üye olmak için; bir kısmı adaylık, bir kısmı da müzakere sürecinde olan 12 ülke (Litvanya, Letonya, Estonya, Romanya, Slovakya, Çek Cumhuriyeti, Slovenya, Türkiye, Macaristan, Polonya, Malta ve G.Kıbrıs) ile ABD ve Japonya KOBİ’lerine ilişkin temel gösterge niteliğindeki verilerin karşılaştırıldığı çalışmada da (Çizelge 6) görüldüğü gibi, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler, dünya ekonomisinde büyük bir ağırlığa ve öneme sahiptir.

Çizelge 6. AB – AB Aday Ülkeler – ABD ve Japonya İşletmeleri Karşılaştırması

	KOBİ				BÖİ	TOPLAM
	Mikro	Küçük	Orta	Toplam		
ABD (2000)						
İşletme Sayısı (x 1000)	19 988	1 009	167	21 164	59	21 223
Çalışan Kişi Sayısı (x 1000)	27 872	20 061	15 660	63 593	66 042	129 635
İşletme Başına Çalışan Sayısı	1	20	94	3	1 119	6
Japonya (2001)						
İşletme Sayısı (x 1000)	-	-	-	4 690	13	4 703
Çalışan Kişi Sayısı (x 1000)	-	-	-	25 601	12 676	38 277
İşletme Başına Çalışan Sayısı	-	-	-	5	975	8
AB Aday 12 Ülke (2001)						
İşletme Sayısı (x 1000)	5 670	230	50	5 950	10	5 960
Çalışan Kişi Sayısı (x 1000)	10 210	4 970	5 350	20 530	10 150	30 680
İşletme Başına Çalışan Sayısı	2	22	107	3	919	5
AB Üye 19 Ülke (2003)						
İşletme Sayısı (x 1000)	17 820	1 260	180	19 270	40	19 310
Çalışan Kişi Sayısı (x 1000)	55 040	24 280	18 100	97 420	42 300	139 720
İşletme Başına Çalışan Sayısı	3	19	98	5	1 052	7

Kaynak: Snijders vd, 2003:11-12

Çizelge 6'dan da anlaşılacağı gibi; AB üyesi ülkelerde, AB'ne adaylık sürecindeki ülkelerde, ABD'de ve Japonya'da işletmelerin % 100'üne yakını KOBİ sayılmaktadır (Büyük Ölçekli İşletmelerin Payları % 0,25'in altındadır). AB'de tüm işletmelerin % 92'si mikro, % 7'si küçük ve % 1'e yakınının orta ölçekli işletmelerden oluşurken, ABD'de işletmelerin % 94'ü mikro, % 5'i küçük ve % 1'e yakınının orta ölçekli işletmelerden, AB'ne adaylık sürecindeki ülkelerde ise işletmelerin % 95'i mikro, % 4'ü küçük ve % 1'e yakınının orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. KOBİ'ler, istihdam açısından AB'ne üye ülkelerde yaklaşık olarak % 70'lik bir paya (mikro işletmeler % 39, küçük işletmeler % 17, orta ölçekli işletmeler % 13) sahipken bu oran AB'ne adaylık sürecindeki ülkelerde % 67 (mikro işletmeler % 34, küçük işletmeler % 16, orta ölçekli işletmeler % 18), ABD'de % 49 (mikro işletmeler % 22, küçük işletmeler % 15, orta ölçekli işletmeler % 12) ve Japonya'da % 67 civarındadır.

1.1.1.2. AB KOBİ'lerinin Sorunları, Uygulanan Plan ve Politikalar

2001 yılında Avrupa Komisyonu tarafından yapılan bir araştırma sonucunda AB'deki KOBİ'lerin en önemli problemleri olarak şunlar sıralanmıştır (<http://europa.eu.int/comm/enterprise>; www.deik.org.tr):

- Kalifiye eleman temini,
- Finansal kaynaklara erişim,
- İdari düzenlemeler,
- Talepteki azalma
- Altyapı.

Bu doğrultuda, AB'nin KOBİ politikasının temel prensipleri yukarıda sayılan problemlere karşılık vermek üzere oluşturulmuştur (Aykın 2001:145):

- KOBİ'lerin rekabet gücünün artırılması,
- İşletmelerin tabii olduğu idari ve düzenleyici ortamın basitleştirilmesi ve iyileştirilmesi,
- KOBİ'lerin içinde bulunduğu finansman ve vergi ortamının iyileştirilmesi,
- KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılması için destek verilmesi,
- Teknolojik araştırma ve eğitim yoluyla gelişimin desteklenmesi.

Bu amaçlar dahilinde AB, 1983 yılında KOBİ'ler için ilk, 1987 yılında KOBİ'lere yönelik ikinci eylem planını kabul etmiştir. 1989 yılında ise Komisyon bünyesinde KOBİ'ler ile ilgili bir genel müdürlük kurulmuş; 1 Ocak 2000 tarihinde ise bu genel müdürlük, Sanayi Genel Müdürlüğü ile birleştirilmiştir. 2000 yılında kabul edilen AB'nin Lizbon Stratejisi'nin ortaya koyduğu hedef olan rekabetçi bir ekonomi yaratılmasında KOBİ'ler merkezi oluşturmaktadır (www.kosgeb.gov.tr Sayın 1997; Ören 2003).

Portekiz'de, 19-20 Haziran 2000 tarihinde düzenlenen Feira Avrupa Konseyi'nde AB üye ülke devlet ve hükümet başkanları, KOBİ'leri desteklemek amacıyla Küçük İşletmeler için Avrupa Şartı'nı imzalamışlardır. Şart, yukarıda sayılan AB'nin KOBİ politikasının temel prensipleri çerçevesinde imzalayan ülkelerden şu beklentileri içermektedir (Schmiemann 2002; Aykın 2001; Çelik ve Akgemci 1998; www.deik.org.tr):

- Girişimcilerin eğitimi,
- Mevzuat ve tüzüklerin KOBİ'ler için elverişli hale getirilmesi,
- İş becerilerinin geliştirilmesi,
- Kamu idarelerinin online hale getirilmesi,
- İşletmelerin faaliyetlerini kolaylaştıracak vergi sistemleri uygulanması,
- Finansman kaynaklarına erişimin kolaylaştırılması,
- Küçük işletmelerin teknoloji kapasitesinin güçlendirilmesi,
- Küçük işletmelerin ulusal ve uluslararası düzeyde daha güçlü ve daha etkili bir biçimde temsiline sağlanması.

Bu şartlar 2002 yılında (Maribor Konferansı) AB'ne aday bütün ülkeler tarafından da kabul edilmiştir. Şartın üye ülkeler tarafından yerine getirilip getirilmediğinin kontrolü için bir Komisyon oluşturulmuş ve bu komisyon tüm ülkeleri KOBİ'lere verdikleri destek konusunda her sene değerlendirmeye başlamıştır. Özellikle girişimcilik eğitimi, işletmelerin daha kolay faaliyet göstermelerini sağlayacak mevzuat düzenlemeleri ve KOBİ'lerin internet ve diğer iletişim teknolojilerini kullanımının desteklenmesi (2002 yılı itibarıyla KOBİ'lerin ortalama %74'ü internet kullanmaktadır) gibi konularda büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Fakat finansman imkânlarına ulaşım hala sorun teşkil etmektedir (www.deik.org.tr ; Schmiemann 2004).

AB'nin KOBİ'leri desteklemekte kullandığı pek çok program vardır. Bu programlar konularına göre şu başlıklar altında toplanabilir (www.deik.org.tr):

- Finansman Programları,
- İşletmelerin iş hayatına daha kolay ve ucuz yollarla girişi için yapılan çalışmalar,
- Pazara Erişim Programları,
- Eğitim ve Danışmanlık Programları,
- Çevre Programı,
- İşletmeler arası Sınır ötesi İşbirliği Programları,
- KOBİ Bilgilendirme Programı,
- Teknolojiye Erişim ve Teknoloji Transferi Programları,
- Bilimsel ve Teknik Araştırma ile Teknolojik Geliştirme Programları.

1.1.2. Türkiye ve KOBİ'ler

1.1.2.1. Türkiye'deki KOBİ'lerin Yeri ve Önemi

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Türkiye'deki önemi, AB'den fazladır. Gerek işletme sayısı, gerek istihdam oranı gerekse de sermaye oranı açısından KOBİ'ler ekonomimizin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Ören 2003:107). Ülkemizde KOBİ'lerin sayısı, hizmet sektörü de dahil olmak üzere; tüm işletmelerin sayısının % 99,8'ini ve bu işletmeler de toplam istihdamın % 76,7'sini oluşturmaktadır. KOBİ yatırımlarının, toplam yatırımları içindeki yapı % 38'e ulaşmakta ve toplam katma değer % 26, 5'i yine bu işletmelerce yaratılmaktadır. KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki payları, yıllar itibarıyla değişiklik göstermekle beraber, ortalama % 10 oranında gerçekleşmekte ve bu kesimim toplam banka kredileri içindeki payı % 5'in altında kalmaktadır (DPT 2004:9).

AB'nin 1983 yılını "KOBİ ve Zanaat Sektörü Yılı" ilan etmesinin ve ekonominin tüm alanlarında faaliyet gösteren bu tür işletmelerin güçlendirilmesine yönelik çalışmalar, programlar ve tedbirler alması ve yürütmesinin ardından, Türkiye'de, KOBİ'lere gereken önemi verdiğini göstermek için 1990'da KOSGEB çatısı altında bir örgütlenme yoluna gitmiş, 1996 yılını KOBİ yılı ilan etmiş ve bu tarihten itibaren yeni düzenlemeler, teşvikler ve destekler ile KOBİ'leri özellikle AB

sürecinde istenilen düzeye getirme çabalarına ağırlık vermiştir (Aykın 2001: 141-142; Ören 2003:107).

1.1.2.2. Türkiye KOBİ'lerinin Sorunları, Uygulanan Plan ve Politikalar

Türkiye ekonomisinde ve sosyal yapısında çok önemli bir yeri olan KOBİ'lerin başlıca sorunları arasında (Alpugan 1988; Bağrıaçık 1989; Çelik ve Akgemci 1998; Aykın 2001; DPT 2004);

- Finansal ortamın ve kaynakların yetersizliği
- Know-how yetersizliği ve düşük teknolojik seviye
- Yasal düzenleme ve desteklerin yetersizliği
- Kalifiye eleman teminindeki sıkıntılar
- Teşvik ve kredilerden çok düşük oranda yararlanma
- Teknik ve mali danışmanlığa ihtiyaç duyulması
- Yönetmel bilgi ve beceri eksikliği
- Türkiye ve AB arasında rekabeti etkileyen unsurlar
- Ulusal ve Uluslararası politikaların yarattığı olumsuzlukların yansımaları

en önemlileri olarak gösterilebilir.

Türkiye'de KOBİ'lerin finansman, istihdam, kalite ve standart alanlarındaki sorunlarının çözümüne katkı sağlamak amacıyla; KOBİ yatırımlarına kredi, vergi istisnası, yatırım indirimi, KDV desteği ve enerji desteği gibi devletin sağladığı unsurlardan yararlanmanın yanında; AB'nin, yurtiçi ve yurtdışı birçok kurum ve kuruluşun desteklerini sunduklarını görmekteyiz (DPT 2004; Aykın 2001; www.kosgeb.gov.tr; www.deik.org.tr; www.garanti.com.tr).

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde, KOBİ'lere yönelik olarak belirlenen hedefleri kısaca özetlemek gerekirse (DPT 2000:151-152):

- KOBİ'lerin katma değer içindeki paylarının, verimliliklerinin ve uluslararası rekabet güçleri artırılmalı,
- Bankacılık sektörü içinde verilen kredilerden, KOBİ'lerin payının artırılması için gerekli imkânlar sağlanmalı,
- KOBİ'lerle ilgili mevzuat, AB standartları ile uyumlu hale getirilmeli,

- KOBİ'ler, sermaye piyasası ve mali piyasalarda düzenli çalışan bir ortamda, modern finansman araçları ve kurumları ile desteklenmeli; kredi garanti fonu, risk sermayesi, finansman yatırım ortaklığı, gayrimenkul yatırım ortaklığı gibi finansman sağlama uygulamaları yaygınlaştırılmalı,
- KOBİ'lerde, teknoloji düzeyinin ve ürün kalitesinin yükseltilmesi, verimliliğin artırılması, bilgiye erişimin kolaylaştırılması, rehberlik ve danışmanlık hizmetlerinin sağlanması, ana-yan sanayi bütünleşmesi, işletmeler ve sektörler arası işbirliği ile elektronik ticaret desteklenmeli,
- KOBİ'lerin çağdaş işletmecilik anlayışıyla yönetilmeleri ve yerel kaynakların harekete geçirilmesine öncülük etmeleri sağlanmalı,
- KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmesi için bilgilendirilmeleri sağlanmalı, aynı alanda faaliyet gösteren işletmelerin ihracata dönük örgütlenmeleri yaygınlaştırılmalı ve yabancı firmalarla ortaklıklar kurmaları teşvik edilmeli

Plan çerçevesinde belirlenen hedeflerin bir kısmı (AB ile mevzuatın uyumlaştırılması ve KOBİ tanımı ve kapsamının genişletilmesi gibi) aradan geçen zaman içerisinde yapılan düzenlemelerle sağlanırken, önemli bir kısmı da hala ulaşılması gereken hedefler olarak karşımızda durmaktadır.

Bu durumu, DPT'nin (2004) yayınladığı "KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı" çalışmasında yer alan;

- Girişimcilik eğitimi ve öğretimi
 - Daha ucuz ve daha hızlı iş kurma süreçleri geliştirilmesi
 - Daha iyi kanunlar ve mevzuat düzenlemesi yapılması
 - Nitelikli personel eğitiminin gerçekleştirilmesi
 - Yeni pazarlara açılma
 - İnternet üzerinden erişim ve anında işlem imkânlarının geliştirilmesi
 - Vergilendirme ve finansal konularda iyileştirmeler yapılması
 - KOBİ'lerin teknoloji ve yenilikçilik kapasitesinin geliştirilmesi
 - KOBİ'lerin internet üzerinden en iyi uygulamalar hakkında bilgi sahibi olabilmesi ve üst düzey KOBİ desteklerinin geliştirilmesi
 - Ulusal ve uluslararası platformlarda KOBİ'lerin daha etkin temsil edilmesi
- gibi KOBİ'lere uygulanması hedeflenen ilke ve politikalarında da görülmektedir.

2.3. Türkiye ve Avrupa Birliği İlişkileri

Bu günkü Avrupa Birliği'nin (AB) temelleri, 1951 yılında Belçika, Fransa, Batı Almanya, İtalya, Lüksemburg ve Hollanda'nın Avrupa Kömür Çelik Topluluğu çatısı altında örgütlenmeleri ile atılmıştır (www.euturkey.org.tr/abportal). 1958'de yürürlüğe giren Roma Anlaşması ile üye ülkeler; ekonomik yapılarını birbirine yakınlaştırmak ve malların, kişilerin, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaşımını sağlamak amacıyla hedef büyütmüş, Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) adını almışlardır (DPT 2000:108). Sonraki dönemde AET'nin 5 ayrı genişleme sürecinden geçerek; 25 üyeli dev bir siyasi, ekonomik ve sosyal yapıyla, AB'ne dönüştüğünü görmekteyiz: 1973 Danimarka, İrlanda ve İngiltere; 1981 Yunanistan; 1986 Portekiz ve İspanya; 1995 Avusturya, İsveç ve Finlandiya ve 2004 Litvanya, Estonya, Letonya, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Slovenya, Malta, Macaristan ile Güney Kıbrıs Rum Cumhuriyeti. Bu süreçte, Romanya ve Bulgaristan'ın 2007 veya sonrasında Birliğe üyeliği söz konusu iken, Hırvatistan ile 2006 sonunda müzakere sürecine başlanması hedeflenmektedir (Öğüt ve Gök 2005: 303).

Türkiye'nin AB ile ilişkileri geçmişine baktığımızda ise, 1959'da AET ile 4 yıl süren müzakereler sonucunda Eylül 1963'te imzalanan ve Aralık 1964'te yürürlüğe giren Ankara Anlaşması, Türkiye ile AET'nin Gümrük Birliği'ne gitmesini ve Türkiye'nin tam üyeliğe hazırlanmasını öngörmüştür. Anlaşmada öngörülen Hazırlık Süreci sorunsuz geçilmiş ancak, Geçiş Dönemi'nin hemen başında, 1973 yılından itibaren, ilişkiler dalgalı bir seyir izlemiştir. 1974 Kıbrıs Barış Harekâtı, 1978'de Türkiye'nin Katma Protokol yükümlülüklerin dondurma kararı, 1980 askeri müdahalesi ve AB'nin Ocak 1982'de ilişkileri dondurma kararı, bu dalgalanmada rol oynayan en önemli etmenler olarak gösterilebilir. 1986'ya kadar süren bu dönem, Türkiye-AET Ortaklık Konseyi'nin toplanması ile yeniden bir canlanma sürecine girmiştir. Daha sonra Türkiye'nin, Nisan 1987'de tam üyelik başvurusunu, Ocak 1996'da Gümrük Birliği Anlaşmasını ve Aralık 1999'da aday ülke statüsünü kazandığını görmekteyiz. Yaklaşık 43 yıllık bu süreç, Ekim 2005'te başlayan tam üyelik müzakereleri ile halen devam etmektedir (www.msf.gov.tr, www.euturkey.org.tr/abportal, Öğüt ve Gök 2005:304).

Türkiye ve AB ilişkileri; ekonomik, siyasal ve sosyal açılardan olduğu gibi, turizm açısından da üzerinde önemle ve çok yönlü olarak durulması gereken bir konudur.

Çizelge 7. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Dünya'daki Bölgelere Göre Dağılımı

	2003	%	2004	%	2005	%
AB *	7 738 095	55,2	9 594 968	54,8	11 474 634	54,3
OECD	8 674 990	61,8	10 806 760	61,7	12 800 358	60,6
D.Avrupa	3 796 225	27,1	4 836 286	27,6	5 783 514	27,4
Asya	1 335 742	9,5	1 626 889	9,3	2 223 519	10,5
Afrika	181 653	1,3	197 712	1,1	233 159	1,1
G.Amerika	26 988	0,2	30 737	0,2	59 249	0,3
Diğer	13 960	0,1	19 226	0,1	22 999	0,1
Toplam	14 029 558	100,0	17 517 610	100,0	21 122 798	100,0

Kaynak: www.ttyd.org.tr/trmain. (*) AB verileri OECD rakamları içindedir.

Dünya turizm pazarının yaklaşık 3/5'i bir büyüklüğe sahip Avrupa, Türkiye içinde stratejik bir öneme sahiptir. Çizelge 7'de görüldüğü gibi, ülkemize gelen turistlerin yarısından fazla AB üyesi ülkelerdendir. Bu durum, turizmimiz açısından AB'nin önemini açıkça ortaya koymaktadır.

2.4. Uluslararası Turizmin Gelişimi, AB ve Türkiye

2.4.1. Uluslararası Turizm Hareketlerinin Gelişimi

Günümüzde her yıl milyonlarca insan, sürekli yaşadığı yerlerden geçici olarak ayrılarak, başka ülkelere veya bölgelere gitmekte ve buralarda gezip – görme, dinlenme, eğlenme, eğitim gibi psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılamaktadır (Barutçugil 1989:15; Gürdal 1995; Sezgin ve Acar 1991). Sosyal, kültürel, ekonomik ve politik anlamda, oldukça geniş ve farklı etkiler yaratan ve 'turizm' olarak adlandırılan bu olay, ulusal ve uluslararası boyutlarıyla tüm dünya

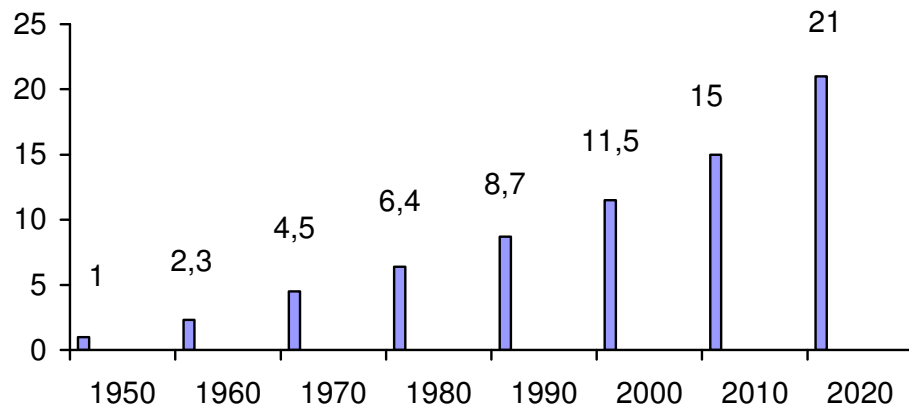
için önemi giderek artan bir aktivitedir. Turizm sektörü 1950 yılından bu güne, Dünya ekonomisi içindeki yerini ve önemini gittikçe artırmakta ve olumlu sosyal ve kültürel etkileri ile birçok ülke ve bölgenin geliştirmeyi düşündüğü sektörlerin başında gelmektedir (Tosun, 1999; Tosun ve Bilim, 2004; Tosun, Timothy ve Öztürk 2003). Geçmişte sadece belli bir azınlığın aktif katılımıyla gerçekleştirilen uluslararası turizm hareketleri bu gün, toplumun geniş kesimine yayılmış ve kitlesel bir boyuta ulaşmıştır (Denizer 1992, Erol 2003).

Dünya Turizm Örgütü verilerinden (www.world-tourism.org/fact/menu.) turizm sektörünün kısa tarihsel süreci incelendiğinde, 1950’de 25 milyon olan turist sayısının, 2005’te 770 milyona yaklaştığı; turizm gelirlerinin de 2 milyar \$’dan 500 milyar \$’ı aşan bir gelişim gösterdiği görülmektedir.

Geçmişte, dünya nüfusu içerisinde, her yüz kişiden ancak 1’i turizme katılırken, günümüzde bu sayının 11 ulaştığını ve yapılan tahminlerde, önümüzdeki yıllarda bu rakamın 20’nin üzerine çıkacağı öngörülmüştür (Çizim 1).

Erol’a (2003:10) göre, turizmin gelişmesine ve geniş halk toplulukları tarafından katılabilirliğine temel oluşturan faktörler; harcanabilir kişisel gelirdeki artış, ulaşım ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler, kişilerin boş zamanlarının artması ve kişilerin görmedikleri, merak ettikleri yeni bölgeleri ziyaret etme isteğidir.

Çizim 1. Dünya Geneline Turizme Katılımın Nüfusa Oranı



Kaynak: www.world-tourism.org/fact

Schmoll (1977:45) ve Todd'a (2001:4-5) göre de, uluslararası turizm talebinde meydana gelen bu hızlı değişim ve gelişimde, turizm talebini yaratan ve etkileyen en önemli öğeler;

- Satın alma gücü ve özellikle harcanabilir gelir
- Demografik yapı ve eğilimler
- Sosyal ve kültürle etkenler
- Seyahat güdüler ve davranışları
- Seyahat ve ulaşım olanaklarının varlığı ve niteliği
- Seyahat kısıtlamalarının varlığı veya olmayışı
- Pazarlama çabalarının ve dağıtım kanallarının niteliği ve etkinliği
- Ekonomik koşullar ve koşulların gelecekteki durumuyla ilgili beklentiler
- Uluslar arasındaki barış ve huzur

olarak belirtilmiştir.

Yarcan'da (1996), bir ülkeye veya bölgeye yönelik turizm talebini yani uluslararası turizmdeki pazar payını belirleyen başlıca talep faktörleri şöyle sıralamıştır:

- Fiyat (iç fiyatlar ile turist çeken ülkelerdeki turistik ürün fiyatları)
- Destinasyondaki çekim öğeleri, olanaklar ve hizmetler
- Ulaşılabilirlik
- Seyahat öncesi hizmetler ve bilgi
- (Var olan) imajlar ve ön yargılar ile turistik ürünün yarattığı imaj

Uluslararası turizm talebinin artışı, genel talep etkenlerinin yanı sıra, turizme özgü gelişmelerle de ilgilidir. Genel talep etkenleri toplam turizm talebini etkiler ve artırır ancak talebin yönünü, yani seçilecek destinasyonu belirlemez. Turizm talebini yönlendiren turizme ilişkin özgül koşullar ve etkenler 1960 sonrasında ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu dönemde, özellikle konaklama, hava yolu ulaşımı ve tur operatörlüğü alanlarında ki gelişmeler, potansiyel turizm talebini gerçek talebe dönüştürmüş ve uluslararası turizm pazarını büyütmüştür (Olalı 1990; Yarcan 1996).

2.4.2. Uluslararası Turizm Hareketleri, AB ve Türkiye

Uluslar arası turizm akımları, gelişmiş ülkelerde ve bu ülkelerin bulunduğu bölgelerde yoğunlaşmıştır. Turizmin yakın dönemi sayılabilecek 1980’li yıllarından günümüze kadar olan süreci, bölgelere olan turist talebi açısından ele alıp incelediğimizde ise (Çizelge 8), Avrupa ve Amerika’nın pazar kaybederken, özellikle Asya/Pasifik ve Ortadoğu Bölgelerinin çekim merkezi haline geldikleri görülmektedir.

Çizelge 8. Turizme Katılım Ortalamalarının Bölgelere Dağılımı (1980 – 2004)

	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004
	Milyon kişi - % Payı	Milyon kişi - % Payı	Milyon kişi - % Payı	Milyon kişi - % Payı	Milyon kişi - % Payı
Dünya	293,4 % 100	367,9 % 100	494 % 100	599,3 % 100	705,5 % 100
Afrika	8,0 % 2,7	11,0 % 3,0	17,3 % 3,5	23,0 % 3,8	29,8 % 4,2
Amerika	61,7 % 21,0	76,5 % 20,8	99,6 % 20,2	116,1 % 19,4	120,4 % 17,1
Asya/Pasifik	27,2 % 9,4	39,1 % 10,7	68,1 % 13,8	93,6 % 15,6	127,9 % 18,1
Avrupa	188,8 % 64,3	233,4 % 63,4	298,3 % 60,3	349,7 % 58,4	399,5 % 56,6
Ortadoğu	7,7 % 2,6	7,9 % 2,1	10,7 % 2,2	16,9 % 2,8	28,0 % 4,0

Kaynak : www.world-tourism.org/fact verilerine göre düzenlenmiştir.

Turizm gelirlerinin dağılımında da benzer bir durum söz konusudur. Çizelge 9 incelendiğinde; Avrupa ve Amerika’nın, turizm gelirlerindeki payı azalmakta ve Asya/Pasifik ve Ortadoğu Bölgelerinin turizm gelirleri, turist sayılarındaki artışa paralel olarak artmaktadır.

Çizelge 9. Dünya Turizm Gelirleri Ortalamalarının Bölgelere Dağılımı (1980–2004)

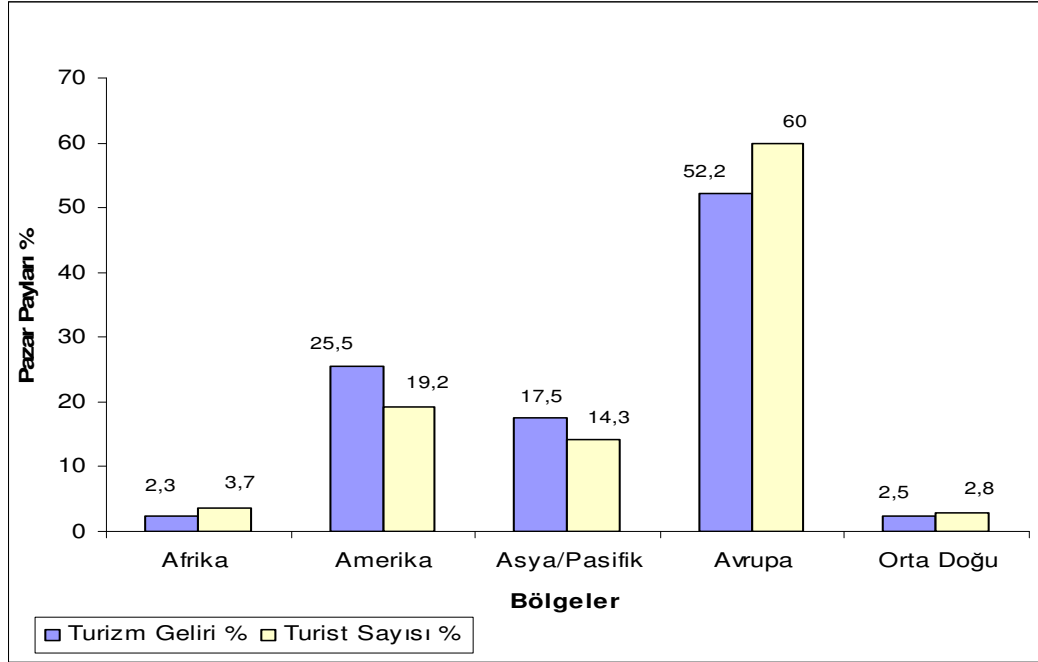
	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004
	Milyar \$ - % Payı	Milyar \$ - % Payı	Milyar \$ - % Payı	Milyar \$ - % Payı	Milyar \$ - % Payı
Dünya	293,4 % 100	367,9 % 100	494 % 100	599,3 % 100	705,5 % 100
Afrika	8,0 % 2,7	11,0 % 3,0	17,3 % 3,5	23,0 % 3,8	29,8 % 4,2
Amerika	61,7 % 21,0	76,5 % 20,8	99,6 % 20,2	116,1 % 19,4	120,4 % 17,1
Asya/Pasifik	27,2 % 9,4	39,1 % 10,7	68,1 % 13,8	93,6 % 15,6	127,9 % 18,1
Avrupa	188,8 % 64,3	233,4 % 63,4	298,3 % 60,3	349,7 % 58,4	399,5 % 56,6
Ortadoğu	7,7 % 2,6	7,9 % 2,1	10,7 % 2,2	16,9 % 2,8	28,0 % 4,0

Kaynak : www.world-tourism.org/fact verilerine göre düzenlenmiştir.

Uluslararası turizm talebinin gelir ve turist akımları bakımından gelişmiş ülkelerde yoğunlaşma özelliği yıllar boyunca değişmemiştir. Dünyanın belirli bir bölgesinde yer alan ülkelerin gelişmişlik düzeyleri yükselirse, buna bağlı olarak o bölgede uluslararası turizm akımları da artar. Yukarıda ki tablo ve çizimlerde de görüldüğü üzere, son yıllarda özellikle Güneydoğu Asya bölgesinin turizm pazarındaki payının artması, bölge ülkelerinin yüksek gelişmişlik düzeyleri ile doğrudan bağlantılıdır (Yarcan 1996).

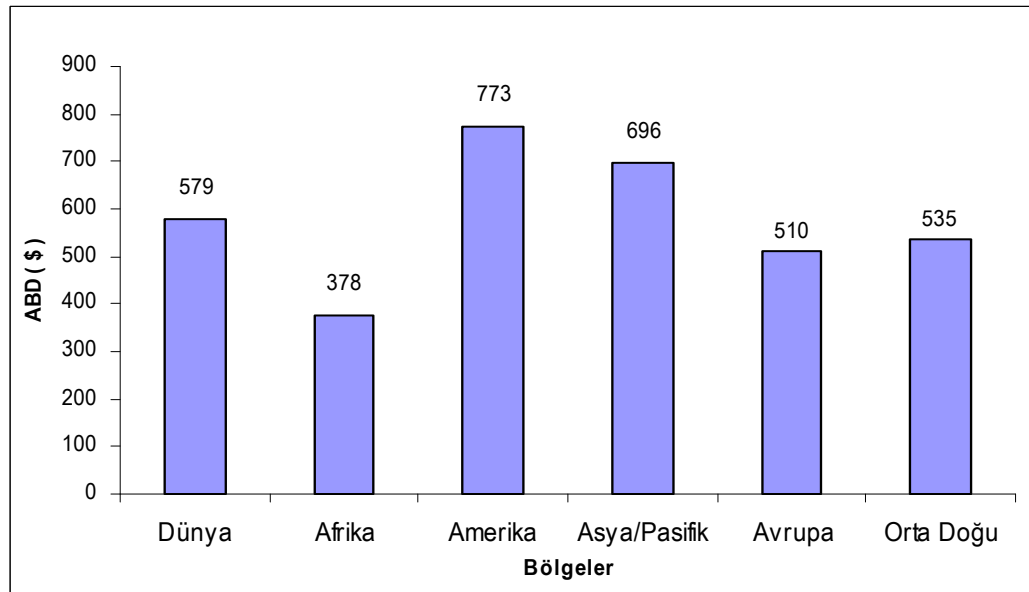
Bölgelerin 1980–2004 dönemi ortalama turist sayısı ve turizm gelirlerini karşılaştırdığımızda (Çizim 2.), Avrupa ve Amerika’nın, genel eğilim içerisinde, turist sayıları ve turizm gelirleri azalma gösterse de, turizm gelirlerinde % 77,7, turist sayısında % 79,2’lik bir paya sahip olduklarını ve sektörü domine ettikleri görülmektedir.

Çizim 2. Bölgelerin Turizm Gelirleri ve Turist Sayılarından Aldıkları Toplam Paylar (1980–2004 Dönemi Ortalaması)



Kaynak: www.world-tourism.org/fact verilerine göre düzenlenmiştir.

Çizim 3. Bölgelerin Turist Başına Elde Ettikleri Gelirler (1980–2004 Ortalaması)



Kaynak: www.world-tourism.org/fact verilerine göre düzenlenmiştir.

Bölgelerin turist başına elde ettikleri gelirlere baktığımızda (Çizim 3), yine Amerika'nın ve Asya/Pasifik'in bu alanda, Dünya ortalamasının üzerinde bir rakamı yakalamış olduklarını görmekteyiz. Amerika, Dünya ortalamasından % 33,5 daha fazla turist başına gelir elde ederken, Asya/Pasifik ise % 20,2 daha fazla turist başına gelir elde etmiştir. Avrupa, ortalamanın % - 11,9 ile altında kalırken, bu oran Ortadoğu'da % - 7,6; Afrika'da % - 34,7 olarak gerçekleşmiştir.

Bölgelerin 25 yıllık (1980–2004) uluslararası turizm akımlarını kısaca özetlemek gerekirse;

- Dünya genelinde Turist Sayısı % 141,2 oranında, Turizm Geliri % 490,1 oranında ve Turist başına elde edilen gelir ise % 121,7 oranında artmıştır.
- Turist sayısındaki artış bakımından, % 392,2'lik oranla Asya/Pasifik 1., Afrika % 313,5 ile 2., Ortadoğu % 294,7 ile 3. sırada yer alarak, Dünya ortalamasının üzerinde yer alırken; Avrupa % 114,5 ile 4. ve Amerika % 84,2 ile 5. olarak, genel ortalamanın altında yer almıştır.
- Turizm gelirlerindeki artış açısından, Asya/Pasifik % 1113,6 ile 1., Afrika % 626,9 ile 2. olarak, genel ortalamayı geçerken; Amerika % 414,7 ile 3., Avrupa % 413,1 ile 4. ve Ortadoğu % 377,1 ile 5. sırada yer alarak, bu ortalamanın altında kalmışlardır.
- Turist başına elde edilen gelirler açısından ise, Amerika % 152,9 ile 1., Avrupa % 129,8 ile 2. olup, Dünya ortalamasının üstünde yer alırken; Asya/Pasifik % 92,9 ile 3., Afrika % 62 ile 4. ve Ortadoğu % 24,6 ile 5. olarak, genel ortalamanın altında kalmışlardır.

Türkiye turizminin uluslar arası alanda ki yerine ilişkin verileri incelediğimizde ise (Çizelge 10), özellikle son 5 yılda büyük bir sıçrama olarak nitelenebilecek rakamların yakalandığını görmekteyiz. Türkiye 1991–2000 döneminde turist sayısında % 88,9, 2000–2005 döneminde % 102,6 ve 1991–2005 genelinde % 282,8'lik bir büyüme oranı yakalamıştır. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre Türkiye, turist sayısı açısından, uluslararası alanda sırasıyla (2000–2003), 19. – 17. – 16. ve 14. olarak, sıralamada ilk 20'ye girmiş, aynı dönemde

yakaladığı ivme ile ilk 20’de yer alan ülkeler içinde % 38,5’luk bir oranla en fazla gelişim sağlayan ülke olmuştur (www.world-tourism.org/fact).

Çizelge 10. Türkiye’ye Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri

Yıllar	Turist Sayısı	Değişim %	Turizm Geliri (milyon \$)	Değişim %
1991	5 517 897	2,4	2 654	-17,7
1992	7 076 096	28,2	3 639	37,1
1993	6 500 638	- 8,1	3 959	8,8
1994	6 670 618	2,6	4 321	9,1
1995	7 726 886	15,8	4 957	14,7
1996	8 614 085	11,5	5 650	14,0
1997	9 689 004	12,5	7 002	23,9
1998	9 752 697	0,7	7 177	2,5
1999	7 487 285	- 23,2	5 203	-33,4
2000	10 428 153	39,3	7 636	46,8
2001	11 618 969	11,4	8 090	5,9
2002	13 256 028	14,1	8 473	4,7
2003	14 029 558	5,8	9 676	14,2
2004	17 517 610	24,9	12 124	25,3
2005	21 122 798	20,6	13 929	14,9

Kaynak: www.ttyd.org.tr

Türkiye’nin turizm gelirlerini bakımından 1991–2000 döneminde % 187,7; 2000–2005 döneminde % 82,4 ve 1991–2005 genelinde % 424,8’lik bir büyüme oranı yakaladığı görülmektedir. Turizm gelirleri açısından Türkiye uluslararası alanda sırasıyla (2000–2003), 10. – 14. – 8. ve 9. olarak, sıralamada ilk 20’ye girmiş, aynı dönemde yakaladığı ivme ile ilk 20’de yer alan ülkeler içinde % 40,4’lük bir oranla en fazla gelişim sağlayan ülke olmuştur (www.world-tourism.org/fact).

2.4.3. Uluslararası Turizm Ekonomisi; AB ve Türkiye

Turizm günümüzde, en hızlı büyüyen ve gelişen, ülke ekonomileri içinde en önemli kalemlerden birini oluşturan bir sektördür. Turizmin ekonomi içindeki yerini belirleyen kabul görmüş ölçütler ülkeler arasında standart karşılaştırmalar yapılmasına olanak sağlar. Uluslararası turizmin ekonomik etkileri, her ülkede aynı yöntemlerle ölçülmektedir. Bu ölçülerde baz alınan belli başlı göstergeler; turist sayıları, harcamalar, yatak kapasitesi, istihdam v.b göstergelerdir (Yarcan 1996).

Dünya’da, daha çok ekonomik yönden incelenen turizm, özellikle gelişen ülkelerin ekonomileri için önemli sayılmıştır. Turizmin ülke ekonomisine etkisi, döviz gelirleri sağlaması, ihracata etkisi, gayri safi milli hâsıla içindeki önemi, ödemeler dengesine katkısı, istihdam sağlaması ve çarpan etkisi gibi konularda ele alınarak, hesaplamalar yapılmaktadır. Bu konuda, Dünya Seyahat ve Tourism Konseyi (WTTC) tarafından her yıl bölgeler ve ülkeler bazında yayımlanan ekonomik raporların, turizm ekonomisine ilişkin verdiği bilgiler ışığında, turizm sektörünün 2005 yılı ve sonrasında yapacağı ekonomik katkılara ilişkin olarak şunları sıralamak mümkündür (www.wttc.org):

2.4.3.1. İstihdam

Dünya Geneli: 221 568 000 kişiye doğrudan ve dolaylı olarak istihdam yaratırken, toplam istihdam içerisindeki payı % 8,3 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam, bir önceki yıla göre % 3’lük bir artış anlamına gelmektedir. Turizmin doğrudan istihdam yarattığı kişi sayısı 74 223 000; toplam istihdam içerisindeki payı (doğrudan) % 2,8 olarak gerçekleşmiştir. Yapılan tahminlerde, doğrudan istihdamın 2015’te 85 520 800 kişiye ulaşacağı, toplam istihdam içindeki payının da % 2,8 olarak kalmaya devam edeceğini göstermektedir.

Avrupa Birliği: 24 300 700 kişiye doğrudan ve dolaylı olarak istihdam yaratırken, toplam istihdam içerisindeki payı % 12,1 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam, bir önceki yıla göre % 2’lik bir artış anlamına gelmektedir. Turizmin doğrudan istihdam yarattığı kişi sayısı 8 926 250; toplam istihdam içerisindeki payı (doğrudan) % 4,5 olarak gerçekleşmiştir. Yapılan tahminlerde, doğrudan istihdamın

2015'te 10 112 000 kişiye ulaşacağı, toplam istihdam içindeki payının da % 4,8 olacağı öngörülmektedir.

Türkiye: 1 657 570 kişiye doğrudan ve dolaylı olarak istihdam yaratırken, toplam istihdam içerisindeki payı % 7,7 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam, bir önceki yıla göre % 0,4'lük bir artış anlamına gelmektedir. Turizmin doğrudan istihdam yarattığı kişi sayısı 806 957; toplam istihdam içerisindeki payı (doğrudan) % 3,7 olarak gerçekleşmiştir. Yapılan tahminlerde, doğrudan istihdamın 2015'te % - 0,7'lik biri düşüşle, 749,926 kişi olacağı, toplam istihdam içindeki payının da % 3,1 olacağı öngörülmektedir.

2.4.3.2. Gayri Safi Milli Hâsıla

Dünya Geneli: 4 715,69 milyar dolar (ABD) ile Gayri Safi Milli Hâsıla'ya doğrudan veya dolaylı olarak bir katkı yaparken, diğer sektörlerle göre toplam içerisindeki payı % 10,6 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam, bir önceki yıla göre % 5,1'lik bir artış anlamına gelmektedir. Turizmin Gayri Safi Milli Hâsıla'ya doğrudan yaptığı katkı 1 712,4 milyar dolar; diğer sektörlerle göre toplam içerisindeki payı (doğrudan) % 3,8 olarak gerçekleşmiştir. Yapılan tahminlerde, Gayri Safi Milli Hâsıla genel ekonomiye katkısının 2015'te 7 798,7 milyar dolara ulaşacağı; GSMH içindeki payının da % 11,3 olarak kalmaya devam edeceğini göstermektedir.

Avrupa Birliği: 1 615,6 milyar dolar (ABD) ile Gayri Safi Milli Hâsıla'ya doğrudan ve dolaylı olarak bir katkı yaparken, diğer sektörlerle göre toplam içerisindeki payı % 11,5 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam, bir önceki yıla göre % 4,0 lük bir artış anlamına gelmektedir. Turizmin Gayri Safi Milli Hâsıla'ya doğrudan yaptığı katkı 595,8 milyar dolar; diğer sektörlerle göre toplam içerisindeki payı (doğrudan) % 4,0 olarak gerçekleşmiştir. Yapılan tahminlerde, Gayri Safi Milli Hâsıla genel ekonomiye katkısının 2015'te 2 127,2 milyar dolara ulaşacağı; GSMH içindeki payının da % 12,6 olacağı öngörülmektedir.

Türkiye: 37,8 milyar dolar (ABD) ile Gayri Safi Milli Hâsıla'ya doğrudan ve dolaylı olarak bir katkı yaparken, diğer sektörlerle göre toplam içerisindeki payı % 11,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam, bir önceki yıla göre % 8,0'lık bir artış anlamına gelmektedir. Turizmin Gayri Safi Milli Hâsıla'ya doğrudan yaptığı katkı

18,1 milyar dolar; diğer sektörlere göre toplam içerisindeki payı (doğrudan) % 5,5 olarak gerçekleşmiştir. Yapılan tahminlerde, Gayri Safi Milli Hâsıla genel ekonomiye katkısının 2015'te 61,3 milyar dolara ulaşacağı; GSMH içindeki payının da % 11,8 olacağı öngörülmüştür.

2.4.3.3. Toplam Döviz Gelirlerine Katkısı

Dünya Geneli: Turizm hareketlerine katılanların yapmış oldukları döviz harcamaları ile yapmış oldukları katkının – bir nevi ihracat geliri – 1 512,5 milyar dolar olduğu, bu rakamın ülke ekonomisi içerisindeki ihracat gelirleri kalemi içerisindeki payı olarak % 12'ye tekabül ettiği görülmektedir. Bu, bir önceki yıla göre % 7,3'lük bir artış anlamına gelmektedir. Turizmden sağlanan bu katkının 2015'te 3 023,5 milyar dolara çıkacağı, toplam döviz gelirleri içindeki payının da % 11 civarında olacağı öngörülmüştür.

Avrupa Birliği: Turizm hareketlerine katılanların yapmış oldukları döviz harcamaları ile yapmış oldukları katkının – bir nevi ihracat geliri – 693,9 milyar dolar olduğu, bu rakamın ülke ekonomisi içerisindeki ihracat gelirleri kalemi içerisindeki payı olarak % 13,1'e tekabül ettiği görülmektedir. Bu, bir önceki yıla göre % 6,0'lık bir artış anlamına gelmektedir. Turizmden sağlanan bu katkının 2015'te 1 191,9 milyar dolara çıkacağı, toplam döviz gelirleri içindeki payının da % 13,4 civarında olacağı öngörülmüştür.

Türkiye: Turizm hareketlerine katılanların yapmış oldukları döviz harcamaları ile yapmış oldukları katkının – bir nevi ihracat geliri – 21,9 milyar dolar olduğu, bu rakamın ülke ekonomisi içerisindeki ihracat gelirleri kalemi içerisindeki payı olarak % 22,1'e tekabül ettiği görülmektedir. Bu, bir önceki yıla göre % 15,9'luk bir artış anlamına gelmektedir. Turizmden sağlanan bu katkının 2015'te 42,7 milyar dolara çıkacağı, toplam döviz gelirleri içindeki payının da % 13,3 civarında olacağı öngörülmüştür.

2.4.3.4. Kişisel Seyahat ve Turizm Harcamaları

Dünya Geneli: Ülke vatandaşlarının 2005'te ki Kişisel Seyahat ve Turizm Harcamalarına baktığımızda ise, % 5,1'lik bir artışla, 2 833,1 milyar dolarlık bir rakam ve diğer harcama kalemleri içinde % 10,4'lük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu rakamın 2015'te, 4 602 milyar dolara, payının da % 11'e ulaşacağı varsayılmıştır.

Avrupa Birliği: Birlik vatandaşlarının 2005'te ki Kişisel Seyahat ve Turizm Harcamalarına baktığımızda ise, % 3,6'lık bir artışla, 982,0 milyar dolarlık bir rakam ve diğer harcama kalemleri içinde % 12,2'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu rakamın 2015'te, 1 242,9 milyar dolara, payının da % 12,9'a ulaşacağı varsayılmıştır.

Türkiye: Ülke vatandaşlarının 2005'te ki Kişisel Seyahat ve Turizm Harcamalarına baktığımızda ise, % 9,2'lik bir artışla, 17,8 milyar dolarlık bir rakam ve diğer harcama kalemleri içinde % 7,9'luk bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu rakamın 2015'te, 30,1 milyar dolara, payının da yine % 7,9 civarında olacağı varsayılmıştır.

2.4.3.5. Sermaye Yatırımı

Dünya Geneli: Turizm sektörüne yapılan sermaye yatırımı miktarının 2005'te % 5,3'lük bir artışla, 918 milyar dolar, toplam yatırımlar içindeki payının da % 9,4 olduğu görülmektedir. 20015'te, sektördeki yatırım sermayesi tutarının 1 673,1 milyar dolara ulaşacağı ve genel yatırımlar içerisinde % 10'luk bir paya sahip olacağı öngörülmüştür.

Avrupa Birliği: Turizm sektörüne yapılan sermaye yatırımı miktarının 2005'te % 3,4'lük bir artışla, 247,6 milyar dolar, toplam yatırımlar içindeki payının da % 8,8 olduğu görülmektedir. 20015'te, sektördeki yatırım sermayesi tutarının 363,3 milyar dolara ulaşacağı ve genel yatırımlar içerisinde % 9,4'lük bir paya sahip olacağı öngörülmüştür.

Türkiye: Turizm sektörüne yapılan sermaye yatırımı miktarının 2005'te % - 20,2'lik bir azalma ile 5,1 milyar dolar, toplam yatırımlar içindeki payının da % 8,2

olduğu görülmektedir. 20015'te, sektördeki yatırım sermayesi tutarının 8,3 milyar dolara ulaşacağı ve genel yatırımlar içerisinde % 7,4'lük bir paya sahip olacağı öngörülmüştür.

Genel olarak *Dünya'da*, seyahat ve turizm endüstrisinin 2005 yılında, 6 201,5 milyar dolarlık bir ekonomik pazar büyüklüğüne ulaştığını, bir önceki yıla göre % 5,4'lük bir büyüme gösterdiğini ve 2015 yılına kadar yıllık % 4,6'lık bir büyüme ortalaması ile 10 678,5 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşacağı öngörülmektedir.

Avrupa Birliği'nde, seyahat ve turizm endüstrisinin 2005 yılında, bir önceki yıla göre % 4,1'lik bir büyüme ile 2 271,9 milyar dolarlık bir ekonomik pazar büyüklüğüne ulaşarak, Dünya pazarının % 36,6'sını oluşturduğu görülmektedir. 2015 yılına kadar, yıllık % 4,1'lik bir büyüme ortalaması ile 3 219,4 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşacağının öngörülleri yapılmaktadır.

Türkiye'de ise, 2005 yılı seyahat ve turizm endüstrisi verilerine göre, bir önceki yıla göre % 7,8'lik bir büyüme ile 45,9 milyar dolarlık bir ekonomik pazar büyüklüğüne ulaşarak, Dünya pazarının % 0,7'sini oluşturduğu görülmektedir. 2015 yılına kadar, yıllık % 3,9'luk bir büyüme ortalaması ile 83,4 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşacağının öngörülleri yapılmaktadır.

Turizm, sınırların ve mesafelerin önemini yitirdiği küreselleşme süreci içinde ve hızlı ulaştırma ile etkin haberleşme ortamında gelecek yılların egemen sektörü olacağı tartışmasız kabul gören bir gerçektir. Tartışılan; herkesin yararına paylaşılması mümkün olan bu pastanın, nasıl doğru büyütüleceği; doğa, iklim, çevre, tarih, kültür, folklor v.b. vazgeçilmez faktörlerin korunarak ve geliştirilerek gelecek nesillere nasıl aktarılacağıdır. Turizm arz kaynaklarına sahip olan ve turizmin gerçek önemini kavramış ülkeler artık, kullanılabilir veri ve faktörleri bu günkü nesillere alabildiğince satmak yerine, onları kısıtlı kullanırmak ve kontrollü satarak gelecek nesillere taşımayı amaçlamaktadırlar (Köletavitoğlu 1998).

2.5. Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye'ye Etkileri

Avrupa Birliğinin temelini oluşturan Roma Antlaşmasında ve daha sonraki süreçte; tarım, sanayi, çevre, ulaştırma v.b. birçok sektörle ilgili ortak politika olmasına rağmen turizm sektörüyle ilgili "ortak politika" henüz geliştirilmemiştir.

Buna karşılık turizm sektörü aşama aşama AB'nin gündemine girmiştir (Aydın 2005). Birliğin, 1980'li yıllardan günümüze kadar olan süreçte, turizme yönelik olarak geliştirmeye çalıştığı politikalar şu maddeler çerçevesinde önem kazanmıştır (www.turizmdebusabah.com):

1. Birlik içinde turizme destek olmak,
2. Turizmin mevsimsellik ve bölgesel dağılımını saptamak,
3. Birliğin mali kaynaklarından daha iyi yararlanmak,
4. Turizm sektöründe çalışma koşullarını iyileştirmek,
5. Turistlerin daha iyi bilgilendirilmesini ve korunmasını sağlamak,
6. Turizme ilişkin sektörün bilincini yükseltmek ve sektörün sorunlarına ilişkin inceleme ve araştırmaları artırmak.

Bu çerçevede 1992'de hazırlanan eylem planıyla bazı faaliyetlere öncelik verilmiştir. Bu faaliyetleri kısaca; az gelişmiş yörelere doğru turist akımının yaygınlaşması, yeni gelişmekte olan yörelerde altyapının düzenlenmesi, çevrenin korunması, halkın kültür düzeyinin yükseltilmesi, doğaya dönüş arzusunun özendirilmesi, gelişmiş bölgelerdeki kültürel ve sanatsal değerlerin restorasyonu, kültür-kırsal-gençlik ve sosyal turizmi geliştirme projeleri, tatillerin yıllık zaman dilimlerine yayılması, turizm istatistikleri hakkında sağlıklı veriler elde edilmesi, mesleki eğitim ve staj imkânları sağlanması şeklinde özetlemek mümkündür (DPT 2000: 109).

Sonraki dönemlerde ele alınan plan ve programlarda; turizmin, Avrupa kimliği oluşturulması açısından anahtar rolü oynaması, KOBİ'lerin desteklenmesi, yapısal ve bölgesel fonlarla teşviklerin artırılması, rekabet ve hizmet kalitesinin artırılması, serbest dolaşım ve güvenliğin sağlanması, kalkınma ve istihdamın artırılması gibi konulara ağırlık verildiği görülmektedir (Varlıer 2003, EC 2005, DPT 2000: 109).

Bu bağlamda özellikle, Avrupa Birliği'ni oluşturan ülkelerde, turizm endüstrisinin % 99'unu oluşturan ve yarattığı istihdam açısından büyük önem taşıyan (Çizelge 11) küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik AB politikalarını yakından takip etmek ve gerekli uyum çalışmalarını bir an evvel gerçekleştirme zorunluluğu söz konusudur. Yapısal olarak AB turizm KOBİ'leri, turizmin geliştirilmesi, istihdamın artırılması başlıkları altında ele alınmakta ve AB işletmeler politikasına

yönelik en büyük zorluklardan biri olarak karşımızda durmaktadır (Aykın 2001; Ören 2003).

AB'ye uyum ve katılım sürecinde Türk turizminin karşılaşılabileceği durumlar şöyle özetlenebilir (Öğüt ve Gök 2005: 311; Drakopoulos 2003):

- AB'ye uyum süreci Türk turizmine yeniden yapılanma fırsatı sunacaktır.
- Oluşacak güven ortamı ile yatırımcı büyük gruplar çekilebilecektir.
- Tüketici hakları, ulaştırma, paket turlar, devre mülk, sigorta gibi yan alanlardaki mevzuat uyumu sektör için zorunlu hale gelecektir.
- Hizmet ve kalite açısından rekabet artışı olacak,
- Ortak para birimi söz konusu olacağından, para değişimine gerek kalmayacak ve işlemler hızlanacak,
- Turizm ile ilintili hizmetlerin fiyatları daha kolay mukayese edilebilecek
- Turizmde hareket serbestisi ve mobilite artacak.

AB ve Türkiye turizm politikalarını uyumlaştırma sürecinde bir önemli konu da yerel ve bölgesel düzeyde örgütlenmedir. Subsidiarity (her hizmetin ve kararların mümkün olan en alt yönetim kademesinde ele alınması) ilkesi uyarınca AB, üye ülkelerin geniş bir esneklik içinde kendi ulusal turizm örgütlerine dayalı bir karar alması modelini uygulamaktadır. AB tarafından geliştirilmekte olan ortak turizm politikası daha çok asgari işbirliği ve bilgi paylaşmaya yönelik olup, özendirici ve yönlendirici bir özellik taşımaktadır. Türkiye turizm sektöründe örgütlenme yapısını gözden geçirmek durumundadır. Her şeyden önce sektördeki devlet-özel sektör dengesi ve işbölümü yeniden değerlendirilmelidir. AB'de genel eğilim hem yerel yönetimlerin hem de merkezi hükümetin özendirme ve yönlendirme görevi üstlenmesi dışında kalan diğer işlemlerin özel sektöre bırakılmasıdır. Buna karşılık Türkiye'de turizm sektöründe sorumluluk üstlenen özel sektör kuruluşları örgütlenmelerini tamamlayamamışlardır. Türkiye turizm sektörü gerekli uyumu sağlayabildiği ölçüde, AB'ye tam üyeliği beklemeksizin AB ile bütünleşmeyi sağlayabilecek ve karşılıklı yarar esasına dayalı bir ilişkiler sistemi geliştirilmiş olacaktır (Öğüt ve Gök 2005: 312; Aydın 2005).

2.6. Konaklama Sektörü

2.6.1. Konaklama İşletmelerine Genel Bakış

Konaklama endüstrisi, insanların turizm amaçlı seyahatlerinde, öncelikle geçici konaklama, daha sonra da yeme-içme, kısmen eğlence ve diğer sosyal ihtiyaçlarının karşılanması için hammaddeden veya yarı mamul maddeden yararlanarak mal ve hizmet üreten işletmelerdir (Öztekin ve İlhan 1994: 12).

Turizmden yararlananların seyahat nedenleri, seyahat şekilleri, bir yerde konalamaktan bekledikleri yararlar, gelir düzeyleri, alışkanlıkları, kültürleri ve zevkleri farklı olduğu gibi, turizm türleri ve işletmelerin kurulacakları mahallerin farklılıkları, konaklama işletmelerinin de farklı olmasını zorunlu kılar. Örneğin; yönetim tiplerine göre ticari olanlar ve olmayanlar, açık oldukları sürelerle göre mevsimlik işletmeler ve tam yıl açık işletmeler, konfor dereceleri ve fiyatlarına göre lüks-ekonomik-birinci sınıf-ikinci sınıf vb., ölçeklerine göre büyük-orta-küçük ve çok küçük vb. şeklinde sınıflamalar yapılabilir (Olalı ve Korzay 1993:16).

Konaklama işletmelerini sınıflandırmak oldukça zor bir iştir. Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve Uluslar arası Otel ve Restoranlar Birliği'nin (IH-RA) 2004 yılında yayınladıkları araştırma raporunda, birçok ülkenin konaklama işletmelerinin sınıflandırılmasında birbirinden bağımsız olarak kendi geliştirdikleri kriterleri esas aldıklarını (fiziksel yapı, donanım durumu, oda veya yatak kapasitesi, hizmet çeşitliliği, kalite, tamamlayıcı hizmet birimlerinin nitelik ve niceliği, personel sayısı, sağlık ve hijyen koşulları, yerleşim yeri ve alanı, alt yapı durumu gibi); büyük bir bölümünün en kısa sürede sınıflama ölçütlerinde ve sistemlerinde günün koşullarına göre değişimler planladıkları sonuçları; konaklama işletmelerinin uluslar arası alanda sınıflanması güçlüğüne ve bu konuda birlikte hareket etmeye pek uygun olmadığını ortaya koymuştur (www.ih-ra.com). Konaklama işletmeleri, hitap ettikleri kitle, bünyelerinde bulunan yardımcı tesisler ve karşıladıkları hizmetler açısından benzer özellikler taşıdıkları gibi, farklı özelliklere de sahiptirler (Cooper vd., 1993:162).

Ülkemizde, Haziran 2005'te güncellenerek yeniden yayınlanan 'Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik' ile söz konusu

tanımlamalar, farklılıklar ve özellikler ortaya konularak, Bakanlık Belgeli işletmelerin sınıflandırılmaları yapılmıştır. Buna göre konaklama işletmelerini kısaca özetlemek gerekirse;

Oteller, asli fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir. Oteller; bir, iki, üç, dört, beş yıldızlı oteller olarak sınıflandırılırlar.

Moteller, yerleşim merkezleri dışında, karayolları güzergâhı veya yakın çevrelerinde inşa edilen, motorlu araçlarıyla yolculuk yapanların konaklama, yeme-içme ve araçlarının park ihtiyaçlarını karşılayan en az on odalı tesislerdir.

Tatil köyleri; doğal güzellikler içerisinde, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor, eğlence ve satış hizmetlerinin de sağlandığı yaygın yerleşim düzeninde, eğimli arazilerde kottan kazanılan katlar da dahil olmak üzere en fazla üç katlı yapılardan oluşan ve en az seksen odalı tesislerdir.

Pansiyonlar; yönetimi basit, yemek ihtiyacının idare tarafından sağlanabildiği veya müşterilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkanı bulunan, en az beş odalı tesislerdir.

Kampingler; karayolları güzergâhları ve yakın çevrelerinde, deniz, göl, dağ gibi doğal güzelliği olan yerlerde kurulan ve genellikle müşterilerin kendi imkânlarıyla geceleme, yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor ihtiyaçlarını karşıladıkları en az on ünitelik tesislerdir.

Apart oteller; mesken olarak kullanılmaya elverişli bağımsız apartman ya da villa tipinde inşa ve tefriş edilen, müşterinin kendi yeme ve içme ihtiyacını karşılayabilmesi için gerekli teçhizat ile donatılan ve otel olarak işletilen tesislerdir.

Hosteller; gençlik turizmine cevap verebilecek ve yeme-içme hizmeti veren veya müşterinin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkânı olan en az on odalı tesislerdir.

Bu tanımlamalar kapsamında, her bir asli konaklama işletmesinin asgari nitelikleri de söz konusu yönetmelikle belirlenmiştir. Ayrıca, termal tesisler, sağlık ve spor tesisleri, temalı parklar vb. turizm işletmelerinde açılacak konaklama işletmelerinin de yine bu yönetmelik hükümlerinde yer alan kriterlere uyma zorunlulukları vardır.

2.6.2. Dünya Konaklama Kapasitesi, AB ve Türkiye

Dünya Turizm Örgütü verilerine göre (Çizelge 11); 2001 yılı itibarı ile dünya genelinde konaklama işletmelerinde toplam 17,4 milyon oda kapasitesi bulunmaktadır. Bu rakam, 1990 yılı verilerine göre 5 milyon civarında bir fazlalığa ve % 37'lik bir artışa denk gelmektedir.

Çizelge 11. Dünya Geneline Konaklama Kapasitesinin Bölgelere Dağılımı

	Toplam Oda Sayısı (1 000)				Pazar Payı %		Artış Oranı %		Dönemsel Artış %	
	1990	1995	2000	2001	1995	2001	00/99	01/00	90-00	95-01
Dünya	12.718	14.753	17.199	17.423	100	100	3,6	1,3	3,1	2,8
Afrika	338	408	475	493	2,8	2,8	3,9	3,9	3,5	3,2
Amerika	4.315	4.927	5.947	6.102	33,4	35,0	4,6	2,6	3,3	3,6
Asya/Pasifik	2.545	3.178	3.916	3.860	21,5	22,2	3,6	-2,5	4,5	3,3
Avrupa	5.341	6.042	6.498	6.585	41,0	37,8	2,2	1,3	2,0	1,4
Orta Doğu	179	198	318	382	1,3	2,2	14,2	20,1	5,9	11,6

Kaynak: www.world-tourism.org/fact/ , world accommodation capacity.

Çizelge 11 incelendiğinde, yaklaşık 6.6 milyon oda ve % 38'lik bir yüzde ile Avrupa'nın Dünya konaklama kapasitesinin zirvesinde olduğu; onu % 35'lik oran ve 6 milyon'un üstünde bir oda sayısı ile Amerika'nın izlediğini; Asya/Pasifik'in % 22, Afrika'nın % 2,8 ve Ortadoğu Bölgesinin % 2,2 ile diğerlerini takip ettiğini görmekteyiz. 1990 – 2000 döneminde, konaklama kapasitesi % 3,1 oranında artmıştır. Avrupa hariç, diğer bölgelerdeki artış, Dünya ortalamasının üzerindedir. Ortadoğu, % 5,9'luk bir oranla 1. sırada yer alırken onu, % 4,5'lik bir artışla Asya/Pasifik Bölgesi izlemiştir.

Çizelge 12. Oda Sayılarına Göre En Fazla Konaklama Kapasitesi Olan Ülkeler

Sıra (1 - 25) 2001	Toplam Oda Sayısı (1 000)						Pazar Payı%	Dönemsel Değişim %	
	1990	1995	1998	1999	2000	2001	2001	90-00	95-01
Dünya	12.718	14.753	16.224	16.606	17.199	17.423	100	3,1	2,8
ABD	3.066	3.500	3.900	3.900	4.100	4.200	24,1	2,9	3,1
Japonya	1.412	1.540	1.570	1.580	1.574	1.572	9,0	1,1	0,3
İtalya	938	944	950	956	966	976	5,6	0,3	0,5
Almanya	-	776	833	869	877	885	5,1	-	2,2
Çin	294	486	765	889	948	816	4,7	12,4	9,0
İspanya	498	565	586	-	677	-	-	3,1	-
Fransa	547	612	587	584	589	600	3,4	0,7	-0,3
İngiltere	-	-	553	-	-	-	-	-	-
Meksika	334	370	397	420	422	452	2,6	2,4	3,4
Kanada	-	280	330	-	359	367	2,1	-	4,6
Tayland	169	256	279	280	319	321	1,8	6,6	3,8
Yunanistan	233	282	304	308	312	317	1,8	3,0	2,0
Avusturya	318	310	302	309	305	310	1,8	-0,4	0,0
Endonezya	132	193	231	248	253	259	1,5	6,7	5,0
Avustralya	157	170	182	190	195	198	1,1	2,2	2,6
Rusya	206	214	194	188	-	-	-	-	-
Türkiye	81	133	150	153	155	177	1,0	6,7	4,8
Arjantin	109	112	162	162	166	168	1,0	4,3	7,0
İsviçre	147	144	141	141	141	141	0,8	-0,4	-0,3
Malezya	45	76	108	109	135	131	0,8	11,6	9,4
Mısır	48	65	83	94	114	121	0,7	9,1	10,9
Peru	53	-	98	104	115	107	0,6	8,0	-
Tunus	58	81	92	96	99	103	0,6	5,4	4,1
İsveç	82	90	94	95	96	99	0,6	1,6	1,7
Portekiz	79	90	95	95	98	99	0,6	2,1	1,6

Kaynak: www.world-tourism.org/fact/, world accommodation capacity

Dünya genelinde en fazla konaklama kapasitesine (otel ve benzeri konaklama işletmeleri oda sayıları itibarı ile) sahip 25 ülkeye ilişkin verilerin belirtildiği Çizelge 12'yi incelendiğinde ise; 12 ülkenin Avrupa, 6 ülkenin Asya/Pasifik, 5 ülkenin Amerika ve 1'er ülkenin Afrika ile Ortadoğu coğrafyasında yer aldığı görülmektedir. Rakamlar bize, ilk 25 ülkenin aynı zamanda, dünya konaklama kapasitesinin 4/5'ini oluşturduğunun bilgisini de vermektedir.

ABD'nin, 4.2 milyon ile en fazla oda stokuna sahip ülke olduğunu ve yaklaşık Dünya kapasitesinin 1/4'ünü oluşturduğu görülmektedir. Onu, 1.6 milyon oda stoku ile Japonya'nın izlemektedir. Her iki ülkede, konaklama kapasitesinin bu kadar yüksek olmasının en önemli nedeni, iç turizm hareketlerinin, genel turizm hareketlerindeki payının yüksekliğinden kaynaklanmaktadır.

Oda sayısı açısından en fazla artış Asya/Pasifik'te dir. Çin % 12, Malezya % 12, Endonezya % 7 ve Tayland % 7 artış oranları ile bu büyümeye katkı yapan ülkeler durumundadır. Dikkat çekici artışların olduğu ülkeler arasında Mısır % 9, Peru % 8 ve Türkiye % 7 ile sayılabilir.

Günümüzde, büyük ölçekli zincir konaklama işletmelerinin sektördeki ağırlıkları önemli bir yer tutmaktadır. Uluslararası alanda faaliyet gösteren büyük otel gruplarını gösteren Çizelge 13'ü incelediğinde; ilk 10'da yer alan grupların 7'sini Amerika Birleşik Devletleri (ABD), 2'sinin İngiltere (GB) ve 1'inin de Fransa (FRA) orijinli oldukları görülmektedir. Sıralamanın otel işletmeleri sayısına göre değil, oda sayılarına göre yapıldığını ve AB üyesi ülkelerdeki değişim oranlarının olumlu yönde geliştiğini vurgulamak gerekir.

Çizelge 13. Uluslararası Otel Grupları (İlk 10)

2002 Sıra	2003 Sıra	Otel Grupları	Ülke	Oteller		Odalar		Değişim	
				2002	2003	2002	2003	Odalar	%
1	1	Cendant	ABD	6 624	6 553	553 771	539 410	-14 361	-2,6
2	2	Six Continents	GB	3 234	3 325	507 091	515 525	8 434	1,7
3	3	Marriot International	ABD	2 333	2 504	427 489	455 858	28 369	6,6
4	4	Accor	FRA	3 654	3 829	415 774	440 807	25 033	6,0
5	5	Choice	ABD	4 545	4 664	362 549	373 722	11 173	3,1
6	6	Hilton Corp.	ABD	1 934	2 084	319 550	337 116	17 566	5,5
7	7	Best Western	ABD	4 109	4 060	312 207	308 627	-3 580	-1,1
8	8	Starwood	ABD	751	748	225 737	226 970	1 233	0,5
9	9	Carlson Hospt. Worldwide	ABD	795	857	135 429	145 337	9 908	7,3
10	10	Hilton International	GB	385	392	94 058	97 223	3 165	3,4

Kaynak: www.mkg-consulting.com

İlk 10'da yer alan ABD otel gruplarının toplamda 21 470 otel işletmesine ve 2 387 040 odaya sahip olduğunu; işletme başına ortalama 111 oda düştüğünü; AB otel gruplarının ise 7 546 işletmesine ve 1 053 555 odaya sahip olduğunu; işletme başına ortalama 140 oda düştüğünü hesaplamak mümkündür. Ancak bu sonuçların sadece söz konusu gruplar arasındaki durumu yansıtmaktadır. Olalı ve Korzay'a (1993:9) göre hızla gelişen Amerikan otelciliği, Avrupa otelciliğine olan üstünlüğünü devam ettirmektedir. Avrupa otelleri eski ve nispeten daha az modernizedirler. Avrupa otelleri, Amerika'dakilerden daha küçüktür ve 300 yataklıdan büyük otellere daha az rastlanır. Tipik bir Amerikan otelinde oda başına ortalama 0,25 personel düşerken, Avrupa otellerinde 1-2 personel istihdam edilmektedir. Ayrıca tam ve kişisel hizmet sağlama bakımından Avrupa otelciliği, Amerikan otelciliğinden üstündür.

Uluslararası otelcilik gruplarının bünyelerinde faaliyet gösteren, markalaşmış otel zincirlerinin verildiği Çizelge 14'te ise, ilk 20 işletme arasında Amerikan grup otellerinin 13 zincir ile ağırlıkta olduğunu, ilk 10'a AB otelcilik gruplarının sadece iki zincir işletme ile girebildiği görülmektedir.

Çizelge 14. Uluslararası Otel Zincirleri ve Bağlı Oldukları Gruplar (İlk 20)

2002 Sıra	2003 Sıra	Otel Zincirleri	Gruplar	Otel		Odalar		Değişim	
				2002	2003	2002	2003	Odalar	%
1	1	Best Western	Best Western	4 109	4 060	312 207	308 627	-3 580	-1,1
2	2	Holiday Inn	Six Continents	1 587	1 567	297 710	293 346	-4 364	-1,5
5	3	Comfort Inns	Choice	2 032	2 268	157 119	169 750	12 631	8,0
4	4	Marriot Hotels	Marriot İnt.	424	450	158 112	165 200	7 088	4,5
3	5	Days Inn America	Cendant	1 946	1 912	164 092	159 851	-4 241	-2,6
6	6	Sheraton Hotels	Starwood	389	396	130 498	133 519	3 021	2,3
7	7	Super 8 Motels	Cendant	2 054	2 089	125 016	127 254	2 238	1,8
9	8	Hampton Inn	Hilton Corp.	1 144	1 206	117 806	123 041	5 235	4,4
8	9	Ramada Franchise	Cendant	978	979	120 515	116 762	-3 753	-3,1
10	10	Express by Hol. Inn	Six Continents	1 254	1 352	100 993	109 205	8 212	8,1
11	11	Radisson	Carlson	428	440	100 874	104 734	3 860	3,8
13	12	Motel 6	Accor	852	863	90 276	90 890	614	0,7
14	13	Hilton Hotels	Hilton Corp.	229	231	86 063	87 710	1 647	1,9
12	14	Hyatt Hotels	Hyatt (Hilton's)	214	206	91 657	87 000	-4 657	-5,1
15	15	Quality Inns	Choice	799	820	84 760	86 662	1 902	2,2
17	16	Mercure	Accor	655	733	72 536	86 525	13 989	19,3
16	17	Courtyard	Marriot İnt.	553	587	78 785	84 356	5 571	7,1
18	18	Hilton	Hilton İnt.	231	253	66 898	73 671	6 773	10,1
19	19	İbis	Accor	583	622	60 939	65 791	4 852	8,0
20	20	Novotel	Accor	341	369	57 917	62 694	4 777	8,2

Kaynak: www.mkg-consulting.com

Ülkemizde ise, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı, 2003 yılı Belediye Belgeli Konaklama İşletmeleri Envanteri ve 2004 yılı Ağustos tarihli Bakanlık Belgeli Konaklama İşletmeleri Envanteri sonuçları incelendiğinde;

- Belediye Belgeli Konaklama İşletme sayısının (nitelikli + niteliksiz) 7 637 ve yatak kapasitesinin 399 369 olduğu,
- Bakanlık Belgeli Konaklama İşletme sayısının (işletme belg. + yatırım belg.) 3 463 ve 685 885 yatak kapasitesinin olduğu,
- Toplamda 11 100 işletme ve 1 085 254 yatak kapasitesi ile turizmimize hizmet verdiği görülmektedir.

Leidner'in, AB turizm endüstrisi ve işletmelerine ilişkin 2004'te yayınlanan raporundan göze çarpan bazı hususları özetlemek gerekirse;

- AB turizm işletmelerinin % 82,2'sini Restoran, Cafe vb. yiyecek içecek işletmeleri, % 15,7'sini oteller ve diğer konaklama işletmeleri, % 3,1'i Tur Operatörleri ve Seyahat Acentaları oluşturmaktadır.
- Turizm sektöründe elde edilen gelirlerin işletmeler geneline dağılımında ise, Restoran, Cafe vb. yiyecek içecek işletmeleri % 49, otel ve diğer konaklama işletmeleri % 22, tur operatörleri ve seyahat acentaları % 29 civarında bir paya sahiptirler.
- Konaklama sektöründeki işletmelerin, diğer işletmelere göre değişim ve gelişim yönünden biraz daha yavaş kalmaktadır.
- Birlik üyesi ülkelerde 1995-2001 döneminde, işletme başına düşen oda sayısının ortalama 45'ten 48'e çıkmıştır. AB genelinde oda kapasitesindeki artış hızı Dünya ortalamasının altındadır.

2.6.3. Konaklama Sektöründe İşletme Büyüklüğü

Turizm endüstrisinin tarihsel gelişimi incelendiğinde, birçok konaklama işletmesinin, özel evlerin ve konakların geliştirilmesiyle ortaya çıktığı görülmektedir. Günümüzde de bu özelliklerin sürdüren işletmeler bulunmaktadır. Turizm endüstrisi, sınırlı kaynaklara sahip girişimciler için oldukça çekici bir yatırım alanıdır ve birçoğu bu sınırlı kaynakları tercih ettikleri için tesislerini küçük ölçekli olarak

kurmakta ve küçük işletme olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler (Barutçugil 1989, Olalı ve Korzay 1993).

2.6.3.1. Konaklama İşletmelerinin Büyüklük Açısından Sınıflandırılması

Bir turizm işletmesinin büyüklüğünün belirlenmesi amacıyla kullanılabilecek çeşitli kriterler bulunmaktadır. Bunların başlıcaları;

- İşgörenlerin sayısı
- Belirli bir dönemde ödenen maaş ve ücretler toplamı
- Sermaye miktarı
- Belirli bir dönemde sağlanan satış gelirleri
- Oda veya yatak sayısı
- Konferans, ziyafet ve lokanta gibi salonların varlığı, sayı ve kapasiteleri
- Yüzme havuzu, otopark, mağazalar gibi yan tesislerin varlığı

vb. şeklinde kısaca özetlenebilir (Barutçugil 1989, Olalı ve Korzay 1993).

Oteller ve diğer konaklama işletmelerinin büyüklüğü genellikle oda veya yatak sayısı ile ifade edilir. Yatak sayısı; tek, çift ve daha fazla yataklı odaların oranını da hesaplamaya kattığından ve dolayısıyla konaklayabilecek misafir sayısının tam olarak belirlenebilmesine olanak sağladığından, daha doğru bir kriter olmaktadır. Ancak, bu iki kriterden hangisi kullanılırsa kullanılsın, otelin gelir getirici diğer faaliyetleri göz önünden uzak tutulmamalıdır. Bu faaliyetler bazı durumlarda, işgörenlerin önemli bir oranına iş olanaklarının sağlandığı alanlar olabilir. Örneğin, 50 yataklı bir otelin, konaklayanların dışındaki kişilere önemli ölçüde yeme-içme ve eğlence hizmetleri satışı yaptığı, bu satışlardan, oda satışlarından elde ettiğinden daha fazla bir gelir sağladığı ve konaklama hizmetlerinde çalışanlardan daha fazla sayıda işgöreni bu hizmetlerde çalıştırdığı görülebilir. Bu nedenle, büyüklüğün ölçülmesinde yıllık cironun daha iyi bir gösterge sağladığı kabul edilebilir (Barutçugil 1989; Andriotis 2001:334).

Konaklama işletmelerinde oda ve işgören sayısı kriterini kullanarak büyüklük açısından bir sınıflandırma yapılması istenildiğinde bu işletmeler; büyük, orta,

küçük ve çok küçük olmak üzere dört grupta toplanabilir. Barutçugil (1989), Ünlüöner ve Tayfun'a (1998) göre bu ölçek;

- a) Genellikle, 100'den fazla odaya sahip bulunan ve en az 100-110 işgören çalıştıran konaklama işletmeleri *büyük*;
- b) Oda sayısı 50-100 arasında değişen ve yine 50-100 arasında işgören çalıştıran konaklama işletmeleri *orta*;
- c) En az 10 ve en fazla 50 odaya sahip bulunan ve ortalama 25-30 işgören istihdam eden işletmeler *küçük*;
- d) Çoğunlukla mevsimlik olarak ve bir aile işletmesi şeklinde çalıştırılan, tüm hizmetlerinin 3-5 kişi tarafından yürütüldüğü ve en fazla 15-20 kişinin konaklamasına uygun büyüklükteki işletmelerde çok küçük (mikro) ölçekli işletme olarak kabul edilmektedir.

Burada unutulmaması gereken bir nokta; bu büyüklük gruplamasının Türkiye için ve o günün şartlarında geçerli olmak üzere verildiğidir. Büyüklük ifade eden ölçüler ülkeler arasında ve zaman içinde farklılıklar gösterebilir. Örneğin; Avrupa ve ABD için orta büyüklükte kabul edilen bir konaklama işletmesi, Türkiye için büyük olabilir. Aynı şekilde, 1960'lerde çok büyük olarak tanımlanan bir işletme, 2000'lerde orta büyüklükteki konaklama işletmeleri grubuna alınabilir.

Dünya genelinde kabul gören bir sınıflandırmaya göre de; otel işletmeleri; çok küçük, küçük, orta ve büyük olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır. Bu sınıflandırmada (Kozak vd. 1995, Şimşek ve Arslan 1998);

- 25 veya daha az odaya sahip olan oteller çok küçük;
- 25-99 arasında oda sayısına sahip olan küçük;
- 100-299 arasında odaya sahip olan orta;
- 300 ve daha fazla odaya sahip olan oteller ise büyük otel işletmeleri olarak kabul edilmektedir.

Öte yandan otel işletmelerinin sahip oldukları hizmet çeşidi bakımından da küçük, orta ve büyük biçimde bir sınıflandırmaya tabi tutuldukları da görülmektedir.

2.6.3.2. Konaklama İşletmelerinde Büyüklüğün Belirlenmesi

Turizm işletmelerinin kuruluşunda, büyüklük konusunda alınacak karar, işletme varlığını koruduğu sürece kârlılığı ve başarıyı etkileyeceğinden, son derece büyük bir öneme sahiptir. Bu kararın önemi; konaklama, yeme-içme, eğlenme vb. amaçlı birimleri bünyelerinde bulunduran turizm işletmelerinde daha da artmaktadır. Bu tür işletmelerde her alt birim için büyüklük konusu ayrı ayrı ele alınarak değerlendirilmeli, ancak işletmenin genel büyüklüğü belirlenirken alt birimler arasında bir uyum sağlanmasına özen gösterilmelidir (Olalı 1990; Barutçugil 1989).

Bir turizm işletmesinin büyüklüğünün belirlenmesinde dikkate alınması gereken bir dizi faktör bulunmaktadır. Bunlar arasında en önemlileri olarak talep, arz kaynakları, finansal kaynaklar ve hizmetin kalite düzeyinden söz edilebilir (Barutçugil 1989).

- Büyüklüğün belirlenmesinde göz önünde bulundurulacak temel faktör, işletmenin üreteceği mal ve hizmete yönelen veya yönelebilecek olan taleptir. Talebi yalnızca geçmiş yıllardaki gelişmeleri inceleyerek tahmin etmeye çalışmak yanıltıcı olabilir. İşletmenin hizmete girmesinden sonra uyarılacak potansiyel talebin de tahmin edilerek dikkate alınması gerekir.
- Turizm işletmelerinin büyüklüğünün belirlenmesinde, çevrede bulunan her türlü turistik arz kaynaklarının incelenmesi gerekir. Tarihi ve turistik değerler, doğal güzellikler, sağlık kaynakları, kültür ve sanat merkezleri, eğlence ve alışveriş olanakları ve dinlerce kutsal sayılan yerler bir konaklama işletmesine talebi yoğunlaştıracak arz kaynaklarıdır. Ayrıca, işletmeye rakip olabilecek diğer konaklama işletmelerinin mevcut büyüklükleri, kurulmakta ve genişletilmekte olan işletmelerin yaratacağı arz kapasitesi ve yardımcı hizmet işletmelerinin durumları da göz önünde bulundurulmalıdır.
- Yatırım yapan kişi veya kuruluşların sahip oldukları öz kaynaklar ve/veya kredi şeklinde sağlayabilecekleri fonlardan oluşan finansal güç, tesislerin büyüklüğünün belirlenmesinde rol oynayan diğer unsurlardır.
- Turizm işletmelerinde büyüklüğün belirlenmesi ile ilgili kararda göz önünde bulundurulması gereken bir diğer faktörde sunulacak hizmetlerin kalite

düzeyidir. Talep analizinde tüketicilerin sayısı kadar, nitelikleri de büyük önem taşır. Daha açık bir ifadeyle, turistlerin hangi gelir gruplarından oluştuğunu ve satın alacakları mal ve hizmetlerde aradıkları nitelikler ile bunlar karşılığında ödeyebilecekleri fiyatları önceden tahmin etmek ve büyüklüğün belirlenmesinde işlemenin hangi gelir grubuna yönelik olduğunu dikkate almak gerekir.

İşletme büyüklüğünü belirlenmesinde özellik gösteren ve ülkemizi yakından ilgilendiren bir diğer konu ise, mevsimsel olarak faaliyet gösteren konaklama işletmeleri ve diğer turizm işletmelerinin durumudur. Şehir, gar veya havaalanı gibi yerlerde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri bütün bir yıl boyu yeterli düzeyde talep bulabilmelerine karşın özellikle dağlar ve deniz kıyılarında bulunan işletmelerde talep yalnızca yılın belirli mevsiminde yoğunlaşmakta ve geri kalan dönemlerde ise talepte önemli düşüşler yaşanmaktadır.

Talebin mevsimlik dalgalanmalar gösterdiği konaklama işletmelerinde büyüklüğün belirlenmesi ve atıl kapasite nedeniyle doğabilecek zararların en alt düzeye indirilmesi sorununun, alternatif çözüm yolları söz konusu olabilir (Barutçugil 1989; Olalı 1990).

- Bunlardan birincisi, mevsimler arasında talebin önemli farklılıklar gösterdiği konaklama işletmelerinde *küçük ölçeğin tercih edilmesidir*. Böylece, durgun dönemlerde ağır bir mali yük olabilecek sabit hizmet birimleri ve işgörenler azalmakta ve bunun sonucunda da muhtemel zararların düşük bir seviyede kalması sağlanmaktadır.
- İkinci bir yol, *işletmenin büyük ölçekli kurulmasıdır*. Bu durumda, talebin yoğun olduğu dönemde sağlanacak yüksek kazançlar, durgun mevsimin zararlarını karşılayabilecek bir düzeye çıkabilir. Ayrıca, büyük ölçekli kurulan bir işletmede ölü veya durgun mevsimlerde talebi artırmak ve başka işletmelere yönelebilecek talebi çekebilmek amacıyla fiyat indirimleri, promosyonlar vb. uygulanabilir. Bu dönemlerde, özellikle grupların özendirilmesine çaba gösterilir. Diğer taraftan da, bu tür konaklama işletmelerinde festivaller, sergiler, bilimsel toplantı ve seminerler için grup indirimleri bu dönemlerde uygulanabilir. Bunların yanı sıra, sadece bu

dönemler için, işletme bünyesinde gece kulübü, gazino, diskotek vb. eğlence yerlerinin faaliyete geçirilmesi de talebi artırıcı bir etki sağlayabilir.

- Alternatif bir diğer çözüm de, *talebin farklı mevsimlerde yoğunlaştığı bir işletmeler topluluğu kurulmasıdır*. Böylelikle, en azından taşınabilir demirbaşlar ve iş görenler gibi bazı değişken maliyet unsurlarının atıl kalmaması ve bunun sonucunda da zararın düşük bir düzeyde tutulması sağlanabilir. Bunun tipik bir örneği, bir turizm işletmesinin kış sporlarının yapıldığı bir yöredeki bir dağ oteli ile talebin yaz aylarında yoğunlaştığı bir deniz oteline birlikte sahip olmasıdır.

2.6.4. Küçük Konaklama İşletmeleri

Turizm ürünün yapısı gereği, dünya genelindeki turizm işletmelerinin büyük bir bölümü, küçük işletmelerden oluşmaktadır. Bu işletmeler genellikle özel şahıslara ait aileler tarafından işletilen, çalışanları yerel halktan oluşan, yerel ekonomiden mal ve hizmet satın olarak, yerel ekonomi ve bölgesel gelişime katkı sağlayan işletmelerdir (Buhalis vd. 2004:151; Yolal 2001:132). Aynı zamanda yarattıkları katma değerden, küçük yerleşim alanları ve bölgelerin pay almasını sağladıkları gibi, istihdam yaratma açısından da büyük önem taşımaktadırlar (Yolal 2001:32).

Çizelge 15'te de görüldüğü gibi Avrupa'da hizmet veren küçük ve orta ölçekli turizm işletmeleri özellikle istihdam yaratmada ve Birliğin ekonomisine azımsanmayacak katkılarda bulunmaktadırlar. Mikro ölçekli işletmelerin oranı % 94,8 ve istihdamdaki payı % 72,3; küçük işletmelerin oranı % 4,9 ve istihdamdaki payı % 18,7 iken; orta ölçekli işletmelerin sayısı % 0,3 ve istihdamdaki payı da % 9,1 düzeyindedir.

AB turizm KOBİ'leri, tüm KOBİ'ler içinde % 7,4'lük bir pay alırken, tüm KOBİ'lerin elde ettikleri gelirleri içindeki payları da % 6,5 oranındadır (Leidner 2004:28). KOBİ'ler AB turizm endüstrisinin yaklaşık % 99'u ve konaklama sektörünün % 90'ına varan oranlarda yer tutmaktadır (Aykın 2001; Ören 2003 ve Buhalis vd. 2004). Ancak % 10'lar düzeyindeki büyük konaklama işletmeleri gruplarının, sektördeki ağırlıkları yavaş yavaş artmaktadır (EC 2003c).

Çizelge 15. Avrupa’da Küçük ve Orta Ölçekli Turizm İşletmeleri (2002)

	Mikro Ölçekli İşletme	Küçük İşletme	Orta Ölçekli İşletme	Toplam
İşletme Sayısı	2 619 000	135 000	9 000	2 763 000
İşletme Başına Çalışan Sayısı	5	27	199	7
Toplam İstihdam	14 292 000	3 693 000	1 793 000	19 778 000

Kaynak: Matlay 2004: 304

AB turizm KOBİ’leri, tüm KOBİ’ler içinde % 7,4’lük bir pay alırken, tüm KOBİ’lerin elde ettikleri gelirleri içindeki payları da % 6,5 oranındadır (Leidner 2004:28). KOBİ’ler AB turizm endüstrisinin yaklaşık % 99’u ve konaklama sektörünün % 90’ına varan oranlarda yer tutmaktadır (Aykın 2001; Ören 2003 ve Buhalis vd. 2004). Ancak % 10’lar düzeyindeki büyük konaklama işletmeleri gruplarının, sektördeki ağırlıkları yavaş yavaş artmaktadır (EC 2003c).

Türkiye’de de turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin % 99’unu küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır (Yolal 2001). Turizm Bakanlığı (2004 Ağustos) verilerinden, Bakanlık Belgeli 3 463 işletmeden; 3 yıldızlı oteller ve onun altında yer alan konaklama işletmeleri verileri esas alındığında, konaklama işletmelerinin % 73’ünün (2 528) küçük ve orta ölçekli konaklama işletme statüsünde olduğu görülecektir (www.ttyd.org.tr/trmain).

Küçük ölçekli konaklama işletmeleri için önemli bir konuda, gerek AB’nin gerekse de ülkemizin sektöre yönelik sağladığı destekler ve teşviklerdir. Türkiye’de 2001’de KOBİ kapsamına alınan ve bu kapsamda teşviklerden yararlanan turizm KOBİ’lerinin (konaklama işletmeleri), 2002-2005 dönemi verileri incelendiğinde (Çizelge 16);

- Yatırım belgesi alanların toplam içindeki paylarının % 4,1
- Yatırım kredileri içindeki paylarının % 7,1
- İşletme kredileri içindeki paylarının % 1,9
- Toplam krediler içindeki paylarının % 6,1

- Sabit yatırım tutarı bakımından paylarının % 8
- İstihdam açısından paylarının % 7,3 olduğu;

ayrıca, teşvik belgesi alan tüm KOBİ işletmelerinde, işletme başına ortalama 6 çalışan düşerken, turizm KOBİ'lerinde bu rakam işletme başına ortalama 11 çalışan düştüğü görülmektedir. Turizm KOBİ'leri açısından rakamların düşük çıkmasında, işletmecilerin bilgilendirme eksikliğinin, teşvik verilen bölgelerdeki girişimcilerin sektöre ve geleceğine ilişkin güvenin azlığı, teşvik bölgesine getirilen sınırlamaların rol oynadığını, alan araştırması verilerinden ve genel eğilimden anlamak mümkündür.

Çizelge 16. 2002–2005 Yılları, KOBİ Yatırım Teşvik Belgelerine Öngörülen Yatırım ve İşletme Kredileri ve Turizm KOBİ'lerinin Durumu

YILLAR	SEKTÖR	Belge Sayısı (Adet)	Yatırım Kredisi (Milyon TL)	İşletme Kredisi (Milyon TL)	Toplam Kredi (Milyon TL)	Sabit Yatırım (Milyon TL)	İstihdam (Kişi)
2002	TÜM KOBİ'LER	382	19.302.495	7.725.412	27.027.497	63.725.062	1.484
	TURİZM KOBİ	15	1.378.258	152.796	1.531.054	4.174.550	50
2003	TÜM KOBİ'LER	458	35.501.847	11.051.223	46.553.070	108.416.461	2.047
	TURİZM KOBİ	17	2.344.735	166.978	2.511.713	7.557.371	209
2004	TÜM KOBİ'LER	416	50.568.289	10.338.093	60.986.302	109.513.028	2.960
	TURİZM KOBİ	18	3.127.151	227.570	3.354.721	8.591.776	228
2005	TÜM KOBİ'LER	218	33.171.301	4.444.930	37.616.231	67.019.307	2.315
	TURİZM KOBİ	11	2.983.381	85.180	3.068.561	7.873.158	154
TOPLAM	TÜM KOBİ'LER	1.474	138.543.932	33.559.658	172.103.180	351.673.858	8.806
	TURİZM KOBİ	61	9.833.525	632.524	10.466.049	28.196.855	641

Kaynak: www.hazine.gov.tr verileri esas alınarak düzenlenmiştir.

2.6.4.1. Küçük Konaklama İşletmelerinin Avantaj ve Dezavantajları

Küçük ölçekli konaklama işletmelerinin de kendilerine özgü bazı üstünlükleri ve buna karşın bazı sorunları ve sakıncaları bulunmaktadır (Olalı ve Korzay:1993, Kozak vd:1995, Barutçugil:1989, DPT 2000).

- Bu işletmeler, herşeyden önce büyük boyutlarda finansman sorunu ortaya çıkarmadığından girişken, dinamik ve yetenekli kişileri turizm alanına çekmektedir. Daha az sayıda işgören gerektirdiğinden bu işletmelerde yönetim, haberleşme, örgütleme ile işgörenler arasında uyum, işbirliği ve sosyal yakınlık kolaylıkla gerçekleşebilir. Yönetici, yönetim tarzı ve anlayışı ile çalışanların kendisine kişisel bağlılığını sağlayabilir.
- Küçük konaklama işletmelerinin patron-yöneticisi gerek kendisi ve gerek ailesi için gelirinin önemli bir kısmına ulaşan, konaklama ve yeme-içme gibi parasal olmayan çıkarlar sağladığından, oteli bir işletmeden çok bir ev gibi yönetmektedir. Bu da pazarlamaya kişisel bir yaklaşım getirmekte ve genellikle rahat ve samimi bir ortam yaratarak müşterinin psikolojik tatminini artırmaktadır. Küçük konaklama işletmesi yöneticisinin hizmetlerin günlük yönetiminde iş görenlere ve müşterilere yakın olması zorunluluğu ve özel isteklere ve ayrıntılara dikkat etmek durumunda bulunması, bazı özel yeteneklere sahip olmasını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle, küçük otel yöneticisinin özellikle insan ilişkilerinde son derece dikkatli ve bilgili olması gerekmektedir.
- Küçük konaklama işletmelerinin önemli bir sakıncası da geleneklere bağlılık ve tutuculuk nedeni ile modern yönetim ve pazarlama tekniklerinden yararlanamamalarıdır. Büyük otellerin reklâm, fiyat ve hizmetler yoluyla rekabeti karşısında çoğunlukla güçsüz kalırlar. Ancak, konaklama ve yeme-içme hizmetlerinde kendilerine özel niteliklerden kaynaklanan bir imaj yaratarak rekabet edebilmeleri beklenebilir.

Bu bölüme kadar işlenen konularla küçük ölçekli işletmelere, turizmin genel yapısına, konaklama işletmelerine ve özellikle küçük ölçekli konaklama işletmelerine yönelik literatürde bulgularına yer verilerek, araştırmanın altyapısı oluşturulmuş ve alan araştırmasına olumlu katkılar sağlanmıştır.

3. BULGULAR VE YORUMLAR

“AB sürecinde, Küçük Ölçekli Konaklama İşletmelerinin Analizi, Sorunlarının Tespiti ve Çözüm Önerileri: Bodrum Örneği” konusunda yapılan alan araştırması bulguları nitel ve nicel veriler olmak üzere iki şekilde değerlendirmeye tabii tutulmuştur. Anket çalışmalarından elde edilen veriler bilgisayar ortamında değerlendirilerek araştırmanın nicel bulgularına ulaşılmıştır. Mülakat ve katılımcı gözlem yolu ile de nitel bulgular elde edilmeye çalışılmıştır.

3.1. Nicel (Kantitatif) Araştırma Bulguları

Muğla ili; Bodrum ilçe merkezi ve seçilmiş beldelerinde faaliyet gösteren küçük ölçekli konaklama işletmelerine yönelik anket çalışmasından elde edilen nicel sonuçlar tablolar halinde düzenlenmiş ve gerekli açıklamalarla desteklenmiştir. Bu açıklamalara, ikincil veri kaynaklarından elde edilen birincil veriler de eklenmiştir. Analizler sonucunda ortaya konan bulgular, temel olarak dört ana bölüme ayrılmıştır. Araştırma bölümleri; “katılımcıların demografik özellikleri; katılımcı işletmelerin profillerinin tespiti; işletmelerin personel, finansman ve maliyet, pazarlama ve satış, yönetim ve organizasyon yapıları ve sorunlarının tespiti; Türkiye’nin AB süreci ve bu süreçte turizm sektörüne yönelik uygulamalarını yönelik görüşler ile sektörel durum, mevcut uygulamalar ve beklentileri tespit etmeye yönelik önermeler ” şeklinde gruplandırılarak, sonuçları belirtilmiştir. Demografik özellikler ve işletme profilini belirlemeye yönelik bölümler açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşurken, işletmelerin personel, finansman ve maliyet, pazarlama ve satış, yönetim ve organizasyon yapıları ve sorunlarını tespitine ilişkin bölümde açık ve kapalı uçlu soruların yanında önem sırasına göre derecelendirilmiş sorulardan oluşmakta; Türkiye’nin AB süreci ve bu süreçte turizm sektörüne yönelik uygulamalarını yönelik görüşler ile sektörel durum, mevcut uygulamalar ve beklentileri tespit etmeye yönelik bölümde ise “Beşli Likert Ölçeği”ne göre hazırlanmış önermeler yer almıştır. Elde edilen veriler bilgisayar desteğiyle yüzdesel yada oransal ifadeler şeklinde değerlendirilerek, konuyla ilgili analizler ve yorumlara yer verilerek nicel bulgulardan araştırmaya katkılar sağlanmaya çalışılmıştır.

3.1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Çizelge 17. Katılımcılara İlişkin Demografik Faktörler

Yaş	%	n	Std. Sapma
20-29	18,9	27	0,9964
30-39	36,4	52	
40-49	29,4	42	
50-59	14,0	20	
60 ve üzeri	1,4	2	
Toplam	100,0	143	
Eğitim	%	n	Std. Sapma
İlköğretim	22,4	32	0,8101
Lise	45,5	65	
Lisans	28,0	40	
Diğer	4,2	6	
Toplam	100,0	143	
Cinsiyet	%	n	Std. Sapma
Erkek	77,1	11	0,4217
Kadın	22,9	33	
Toplam	100,0	144	
Medeni hal	%	n	Std. Sapma
Evli	59,9	85	0,4919
Bekâr	40,1	57	
Toplam	100,0	142	
Yabancı Dil	%	n	Std. Sapma
İngilizce	60,4	87	1,6396
Fransızca	2,1	3	
Almanca	0,7	1	
Bilmiyor	23,6	34	
Diğer	13,2	19	
Toplam	100,0	144	

Ankete katılanların demografik özellikleri Çizelge 17’de belirtilmiştir. Buna göre; Katılımcıların önemli bir bölümünü 30-39 yaş arası (% 36,4) kişiler oluştururken, bu grubu % 29,4 ile 40-49 yaş arasındakiler ve % 18,9’lık oranla 20-29 yaş arasındaki kişiler izlemektedir. Bu oranlara bakıldığında ankete katılanların büyük çoğunluğunu orta yaş grubundakilerin oluşturduğunu görmekteyiz. Katılımcıların işletme sahibi/yöneticisi olması ve kişilerin bu düzeye gelebilmeleri için belli bir birikim sahibi olmaları (eğitim, gelir) gereği ve bunun da belli bir zaman gerektirmesi, bu sonucun ortaya çıkmasındaki en önemli etmendir.

Eğitim durumu açısından katılımcıları incelediğimizde, % 45,5 inin lise, % 28’inin lisans, % 22,4’ü ilköğretim mezunu kişilerden oluşmaktadır. Bu durum, katılımcıların yaklaşık % 78’inin yüksek öğrenim görmediğini ortaya koymaktadır.

Cinsiyet açısından ise katılımcıların % 77,1’i erkek, % 22,9’u kadınlardan oluşmaktadır. Burada şunu vurgulamak yerinde olacaktır; katılımcı kadınların çok büyük bir bölümü, aile işletmesi olarak işletilen konaklama işletmelerinde, eşleri veya babaları yerine anket formunu dolduran kişiler olup, işletme yönetiminde onlarla birlikte çalışmaktadırlar.

Medeni durum göz önüne alındığında katılımcıların % 59,9’unu evliler, % 40,1’inin ise bekârlar oluşturmuştur.

Katılımcıların % 60,4’ü yabancı dil olarak İngilizce bildiğini beyan ederken, hiçbir yabancı dili konuşamayanların % 23,6’lık bir orana sahip olduğu görülmüştür. İngilizcenin yaygın kullanımında rol oynayan etmenler arasında, uzun zamandan beridir Bodrum ve yöresini ziyaret eden turistlerin ağırlıklı olarak İngiltere’den ve İngilizcenin yaygın olarak konuşulduğu ülkelerden olması, bu dilin uluslararası alanda geçerliliğinin kabul edilmiş olması ve ülkemiz yabancı dil eğitiminin İngilizce ağırlıklı olarak yürütülüyor olması sayılabilir.

1.1.1. Araştırmaya Katılan İşletmelere İlişkin Veriler

Bu bölümdeki bulgular, araştırmaya katılan işletmelerin türlerini, sınıflarını, faaliyet sürelerini, mülkiyet yapılarını, bünyelerinde çalışan personel sayılarını, oda ve yatak sayıları ile faaliyete başladıkları döneme ilişkin verileri kapsayan genel bilgilerden oluşmaktadır.

Çizelge 18. Konaklama İşletmelerinin Türü ve Sınıfı

İşletme Türü	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
Otel	47,9	69	1,2925	2,2222
Pansiyon	22,9	33		
Apart / Apart Otel	22,2	32		
Motel	6,3	9		
Diğer	0,7	1		
Toplam	100,0	144		
İşletme Sınıfı	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
Turz.Bakn.Belgeli	39,2	42	1,3683	3,1250
Belediye Belgeli	70,8	102		
Toplam	100,0	144		

Çizelge 18'e göre; Ankete katılan işletmelerin yaklaşık yarısını (% 47,9) otel işletmeleri oluştururken, pansiyon işletmeleri ve müstakil apartlar veya apart / otel olarak faaliyet gösteren işletmeler birbirlerine yakın bir oranla (% 22-23 arası) çalışmada yer alırken, moteller % 6,3'lük bir katılım yüzdesi ile onları izlemiştir.

İşletmelerin önemli bir bölümünü (% 70,8) belediye belgeli olarak faaliyet gösteren işletmelerin oluşturduğu, Turizm Bakanlığı'ndan belgeli (işletme ve yatırım belgeliler dahil) işletmelerin ise % 39,2 ile ülke ve bölge dağılımına uyan bir oranla azınlıkta kaldığı görülmektedir.

Çizelge 19. Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personel Sayısı

Personel Sayısı	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
1 – 9 Kişi	69,4	100	0,6676	1,3750
10 – 19 Kişi	26,4	38		
20 – 29 Kişi	2,1	3		
30 – 39 Kişi	1,4	2		
40 – 49 Kişi	0,7	1		
Toplam	100,0	144		

Katılımcı işletmelerin çalıştırdıkları personel sayılarının incelendiği çizelge 19'a göre; % 69,4'ünün 9 ve daha az personel, % 26,4'ünün de 10 – 19 arasında personel çalıştırdığı görülmektedir. Bu rakamlar, personel istihdamı açısından küçük ölçekli konaklama işletmelerimizin gerçekte 'mikro işletme' özelliği gösterdiğini ortaya koymaktadır. Toplamda % 95,8 gibi önemli bir yüzde ile işletmelerin 20'nin altında bir sayıda personel istihdamı ile 'emek yoğun' turizm sektöründe hizmet vermektedirler.

Çizelge 20. Konaklama İşletmelerinin Oda ve Yatak Sayıları

Oda Sayısı	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
5 – 10 Oda	18,8	27	1,2213	2,5694
11 – 20 Oda	37,5	54		
21 – 30 Oda	22,9	33		
31 – 40 Oda	9,7	14		
41 – 50 Oda	11,1	16		
Toplam	100,0	144		
Yatak Sayısı	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
5 – 20 Yatak	13,9	20	1,4402	2,9028
21 – 40 Yatak	32,6	47		
41 – 60 Yatak	27,1	39		
61 – 80 Yatak	11,8	17		
81 – 100 Yatak	4,9	7		
101 – 120 Yatak	9,7	14		
Toplam	100,0	144		

Çizelge 20'ye göre; İşletmelerin oda sayılarını incelediğimizde işletmelerin ağırlıklı olarak 10–20 oda kapasitesinde olduğunu, % 56,3'ünün 20 ve daha az oda, % 79,2'sinin ise 30 ve altında oda sayısına sahip olduğu görülmektedir. 30–50 oda arası kapasiteye sahip işletmelerin de % 20,8'lik bir oranda kaldıkları görülmektedir.

Yatak sayısı açısından ise, işletmelerin daha çok 21-60 yatak kapasitesi ile hizmet verdiğini, 60 ve altındaki yatak kapasitesinin % 73,6'lık bir dilimi

oluşturduğu; 61-120 yatak kapasitesine sahip olanların ise % 26,4 oranında kaldığı görülmektedir. Toplamda, ankete katılan işletmelerin % 90,3'ünün 100 yatak ve altında bir kapasite ile hizmet verdiği, sadece % 9,7'sinin 101–120 arasında bir yatak kapasitesi ile hizmet verdiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Çizelge 21. Konaklama İşletmelerinin Faaliyet Süreleri

Faaliyet Süresi	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
5 Ay'dan Az	11,2	16	1,7115	2,8322
5 Ay	21,7	31		
6 Ay	40,5	58		
7 Ay	9,1	13		
9 Ay	1,4	2		
12 Ay	16,1	23		
Toplam	100,0	143		

Faaliyet sürelerine göre işletmeleri incelediğimiz Çizelge 21'de ise; katılımcı işletmelerin yaklaşık 3/4' ünün 6 ay ve daha az bir zaman dilimi içinde faaliyet gösterdiğini, ülkemiz turizminin sezonluk özelliğini yansıtan bir durum sergilediği görülmektedir. Turizm ürünlerimizin çeşitliliğinin az olması, deniz-kum-güneş üçlüsü ve özellikle eğlence ve gece hayatı ile bilinen bölgemizin, yörenin ve işletmelerin alt ve üst yapılarından kaynaklanan eksikliklerin, gerek içerde gerekse de dışarıda belli dönemler için pazarlama / satış politikalarının etkilerinin bu durum üzerinde önemli bir etken olduğunu söylemek mümkündür. Ancak, son dönemde ulusal ve uluslar arası alanda tanınmış firmaların bölgede yaptıkları büyük işletme yatırımlarının, küçük işletmelerin faaliyet süreleri ve doluluk oranları üzerinde yarattığı olumlu etkileri ve bunların uzun vadede artarak devam edeceğinin emareleri; tüm yıl hizmet veren işletmelerin sayısından, işletmecilerle yapılan görüşmelerden, modernize ve yenileme çalışması yapan işletmelerden ve yeni açılacak işletmelerden gezilenlerin tam yıl hizmet edebilecek şekilde inşasından anlaşılmaktadır.

Çizelge 22. Konaklama İşletmelerinin Mülkiyet Yapısı

Mülkiyet Yapısı	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
Şahıs İşletmesi	50,3	72	0,9925	1,8112
Aile İşletmesi	28,0	40		
Özel Şirket(Ltd)	11,9	17		
Özel Şirket(A.Ş)	9,8	14		
Toplam	100,0	143		

Çizelge 22'ye göre; ankete katılan işletmelerin yarısının gerçek kişiliğe sahip bağımsız şahıslarca, % 28'inin aileler tarafından ve % 21,7'sinin de tüzel kişiliğe haiz şirketler (Ltd. ve A.Ş. dahil) tarafından yönetildiği görülmektedir. İşletmelerin önemli bir bölümünün şirket yerine, aile ve şahıs işletmesi olarak faaliyetlerine devam etmelerine gerekçe olarak, 'şirketleşme işlemlerinin ve yükümlülüklerinin daha zor ve karmaşık olarak görülüyor olması ile sağladığı avantaj ve dezavantajların tam olarak bilinmiyor olması' muhataplarınca ifade edilmiştir.

Çizelge 23. Konaklama İşletmelerinin Kuruluş Yılları

Kuruluş Yılı	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
1980 ve öncesi	3,5	5	1,2029	3,8271
1981 – 1985	7,6	11		
1986 – 1990	25,0	36		
1991 – 1995	28,5	41		
1996 – 2000	20,8	30		
2001 - 2005	6,9	10		
Cevapsız	7,6	11		
Toplam	100,0	144		

Çizelge 23 incelendiğinde, ankete katılan işletmelerin kuruluş sürecine, 1980'li yılların ikinci yarısından 1990'lı yılların sonuna kadar olan dönemin damgasını vurduğu görülmektedir. Bu dönemde kurulup faaliyete geçen işletmelerin oranı % 74,3; öncesindeki dönemde kurulmuş olanların % 11,1; sonrasında

kurulanların % 6,9 olmasına ve bu konuda bilgisi olmayanların/yanıt vermeyenlerin de % 7,6 olduğunu göz önüne aldığımızda bunun önemli bir yüzde olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Bu sonuçta, söz konusu dönemde özellikle 1985-1995’li yıllarda, turizm sektörüne verilen teşvik ve desteklerin yardımıyla, ülkemiz genelinde yapılan konaklama işletmeleri yatırımlarının ve turizmin öneminin kavranıp benimsenmesinin rolünün büyük olduğu söylenebilir.

Çizelge 24. İşletmelerin Yönetimi

Yönetim	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
İşletme sahibi/sahipleri	95,1	136	0,2165	1,0490
Profesyonel Yönetici	4,9	7		
Toplam	100,0	143		

Katılan işletmelerin (Çizelge 24) % 95,1’inin işletme sahibi/sahiplerince yönetildiği, bu alanda eğitilmiş ve deneyimli profesyonel yöneticilerce yönetilen işletmelerin oranının ise sadece % 4,9 olduğu ortaya çıkmıştır. Bu veriden hareketle, birçok küçük işletmenin yaşadığı sorunların temelinde, yönetsel anlamda gerekli teknik bilgi, beceri ve deneyimden uzak yönetici profilinin olduğu söylenebilir. Bu durum, işletme sahibi/sahiplerince de kabul edilmekte ancak mevcudun değişimi için gerekli ve yeterli çaba, irade gösterilememektedir.

Çizelge 25. İşletmelerin Edinim Şekli

Edinim Şekli	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
Satın Aldım	9,0	13	0,7509	2,9028
Miras Kaldı	4,2	6		
Kendim Kurdum	76,4	110		
Kiraladım	8,3	12		
Ortaklıkla	2,1	3		
Toplam	100,0	144		

Araştırmaya katılan işletmecilerin % 76,4'ünün kendi birikim ve çabaları ile işletmelerini kurdukları; kiralama, satın alma veya ortaklıkla bir işletmeye sahip olan/yöneten işletmecilerin oranının ise toplamda % 23,6'da kaldıkları görülmektedir (Çizelge 25). Katılımcıların önemli bir kısmının Bodrum'lu oluşu veya uzun zamandan beridir bölgede yaşıyor olması, bu durumda olanların kendi arsası/arazisi üzerine işletmelerini kurmaları sonucunu ortaya koyan etmenlerin başındadır.

Çizelge 26. İşletmelerde, Konaklamanın Yanı Sıra Verilen Hizmetler

Hizmet Türü	Evet		Hayır		Toplam		Sıra
	%	n	%	n	%	N	
Yiyecek-İçecek	85,4	123	14,6	17	100,0	144	1
Kiralık Kasa	77,1	111	22,9	29	100,0	144	2
Döviz Bozma	72,9	105	27,1	34	100,0	144	3
Yüzme Havuzu	68,8	99	31,3	41	100,0	144	4
İnternet	41,7	60	58,3	80	100,0	144	5
Uluslararası Tlf. Hizm.	36,1	52	63,9	88	100,0	144	6
Kartpostal/Gazete Satışı	34,0	49	66,0	90	100,0	144	7
Kablo/Şifreli Tv. Yayını	14,6	21	85,4	118	100,0	144	9
Animasyon	6,3	9	93,8	130	100,0	144	10
Hediyelik Eşya Satışı	3,5	5	96,5	134	100,0	144	11
Diğer	25,0	36	75,0	103	100,0	144	8

Çizelge 26'ya göre; araştırmaya katılan işletmelerin konaklama dışında, müşterilerine yeme-içme, kiralık kasa, döviz bozma ve yüzme havuzu gibi ilave hizmetleri sunarak işletme gelirlerini artırmaya çalıştıkları görülmektedir. İnternete erişim (lobiye veya işletmenin uygun bir yerine konan 1 veya 2 bilgisayarla), uluslararası görüşmelere açık telefon (sadece resepsiyonda veya lobide) hizmetleri veriliyor olsa da yaygın olarak kullanılmadığı, nitelik ve nicelik olarak istenilen düzeyde olmadığı görülmüştür. Ancak, işletmecilerin özellikle oda satış fiyatlarının düşük olması nedeniyle bu ve benzeri hizmetlerin sayısını ve kalitesini artırmak arzusu ve çabası içerisinde oldukları görülmüştür.

Çizelge 27. İşletmelerin Satışına Aracılık Ettiği Hizmetler

Hizmet	Evet		Hayır		Toplam		Sıra
	%	n	%	n	%	N	
Tekne Turları	23,6	34	76,4	110	100,0	144	1
Değerli Takı, Süs, Giyim Eşyası Satışı	18,8	27	81,3	117	100,0	144	2
Araç Kiralama	16,0	23	84,0	121	100,0	144	3
Çevre Gezileri	15,3	22	84,7	122	100,0	144	4
Restoran, Gece kulübü, Aquapark, Hamam v.b mekânlara rezervasyon ve bilet satışı	9,7	14	90,3	130	100,0	144	5
Diğer	3,5	5	96,5	139	100,0	144	6

Çizelge 27'ye göre, katılımcı işletmelerin müşterilerine sundukları hizmetler dışında, satışına aracılık ettikleri hizmetlerden; tekne turları, değerli takı-süs ve giyim eşyası satışı, araç kiralama ve çevre gezileri ön plana çıkarken, verilen yanıtların gerçek oranların altında olduğu, bu hizmetlerin sunulduğunun gizlenmeye çalışıldığı, yapılan görüşmelerden, gözlemlerden ve araştırmacının geçmiş mesleki deneyimlerinden anlaşılmaktadır.

Çizelge 28. İşletmelerin Genel Doluluk Oranları

Doluluk Yüzdesi	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
% 40 – 50	25,0	36	1,1839	2,3958
% 50 – 60	34,0	49		
% 60 – 70	24,3	35		
% 70 – 80	11,8	17		
% 80 – 90	2,8	4		
% 90 – 100	2,1	3		
Toplam	100,0	144		

Çizelge 28 incelendiğinde; işletmelerin daha çok % 50 civarında bir doluluk oranı ile çalıştıklarını, genel toplamda % 40–70 arasında dolulukla hizmet sunduklarını belirtenlerin oranının da % 83,3 olduğu görülmektedir. Birçok işletme 1-2 ay % 100 veya ona yakın bir oranda doluluk yaşadıklarını, sezonun geri kalan dönemlerinde ise % 40’lar ve daha altında bir dolulukla çalıştıklarını ifade ederek, verdikleri yanıtlardaki –kendilerince- yüksek doluluk oranlarının gerçekliğinden tam olarak emin olmayıp, tahmini olduklarını belirtmişlerdir. Doluluk oranlarının düşük olma nedenleri arasında, ‘benzer hizmet sunan işletmelerin fazlalığı ve aralarındaki fiyat rekabetinin yanı sıra büyük işletmelerin neredeyse kendileriyle aynı fiyata oda satmaları, yerli turistlerin çok kısa bir dönem için bölgeye gelmeleri, seyahat acentelerinden gerektiği şekilde yararlanılamama’ gibileri en çok dile getirilenler sayılabilir.

Çizelge 29. Oda Satışlarında Tercih Ettikleri Yöntem (Öncelik Sırası ile)

Yöntem	1		2		3		Toplam		Stand. Sapma	Aritm. Ort.
	%	n	%	n	%	n	Cevapsız n - %	N / (%)		
Münferit Müşt. Doğrudan	56,9	82	38,9	56	0,7	1	5 3,5	144 100	0,509	1,417
Tur Op./Sey.Ac. Aracılığı ile	41,7	60	6,9	10	-	-	74 51,4	144 100	0,352	1,142
İnternet	0,7	1	6,3	9	13,2	19	115 79,8	144 100	0,566	2,607

Katılımcı işletmelerin oda satışları için tercih ettikleri yöntemlerin başında (Çizelge 29), münferit müşterilere doğrudan yaptıkları satışların geldiği, seyahat acenteleri ve tur operatörleri ile satış yönteminin ise sonraki seçenek olarak değerlendirildiği, internet üzerinden satışların ise henüz yaygınlaşmadığı ve pek tercih edilmediği sonuçları ortaya çıkmıştır. Seyahat acenteleri ve işletmelerin karşılıklı istek ve beklentilerinin çatışması, geçmiş dönemlerde veya halen devam

eden sorunların yaşanmış olması v.b gibi nedenlerden dolayı, küçük ölçekli konaklama işletmelerinin oda satışları tercihlerinde, sektörün toptancı ve perakendecilerini ikinci planda bırakmıştır. Ayrıca, internet üzerinden satışların düşük olmasının da, işletmelerin merkezi rezervasyon/satış ve internet altyapılarının eksikliğinden ve bu sistemlere ilişkin bilgi ve güven eksikliği yaşamalarından kaynaklandığı görülmüştür.

Çizelge 30. İşletmelerin Mal/Hizmetleri Fiyatlandırma Yöntemleri

Yöntem	1		2		3		Toplam		Stand. Sapma	Aritm. Ort.
	%	n	%	n	%	n	Cevapsız n - %	N / (%)		
Maliyete Dayalı Fiyatlandırma	34,7	50	52,1	75	3,5	5	14 9,7	144 100	0,522	1,653
Rekabete Dayalı Fiyatlandırma	6,9	10	7,6	11	45,1	65	58 40,3	144 100	0,684	2,639
Talebe Dayalı Fiyatlandırma	56,9	82	26,4	38	4,9	7	17 11,8	144 100	0,595	1,409

Çizelge 30'a göre işletmelerin mal ve hizmetlerini fiyatlandırmada öncelikle, % 56,9 ile var olan talebi, sonra % 52,1 ile işletmenin sabit ve değişken maliyetlerini ve nihayetinde % 45,1 ile rekabet koşullarını dikkate aldığı görülmektedir. Pazarın, müşterilerin ve sektördeki aracılardan işletmelerin fiyatları üzerinde yarattığı baskının bu sonuçlar üzerindeki etkisi, hemen herkes tarafından kabul edilmektedir. İşletmecilerin büyük bir bölümünün, özellikle oda satışlarında, bu tür konuları fazla önemsemedikleri, teknik analizler yapmadan, piyasa koşullarını ve acentelerin önlerine koydukları fiyatları esas aldıkları görülmüştür. Bu durum birçok işletmenin faaliyet süresini, hizmet çeşitliliğini ve kalitesini dolayısıyla kârlılığını etkileyen önemli bir unsur olarak tespit edildiği gibi işletmeciler tarafından da itiraf edilmiştir.

Çizelge 31. İşletmelerin Mal/Hizmetleri Fiyatlandırma Karşılaştığı Sorunlar

Fiyatlandırma Sorunları	Öncelik Sırası / n / %						Toplam		Stand. Sapma	Aritm. Ort.
	1	2	3	4	5	6	Cevapsız n - %	N / (%)		
Talep Yetersizliği Nedeniyle Fiyatların Düşük Olması	69 47,9	51 35,4	9 6,3	2 1,4	1 0,7	--	12 8,3	144 100	0,750	1,598
Sabit Maliyetlerin Yüksekliği	59 41,0	46 31,9	21 14,6	5 3,5	--	--	13 9,0	144 100	0,850	1,786
Rekabet Nedeniyle Fiyatların Düşük Olması	6 4,2	28 19,4	44 30,6	22 15,3	2 1,4	--	42 29,2	144 100	0,890	2,862
Ekonomik İstikrarsızlıklar Nedeniyle Karşılaşılan Güçlükler	7 4,9	7 4,9	39 27,1	41 28,5	3 2,1	1 0,7	46 31,9	144 100	0,954	3,295
Ürün Maliyetlerinin Yüksekliği	--	4 2,8	9 6,3	7 4,9	8 5,6	--	116 80,6	144 100	1,055	3,678
Etkin bir Maliyet Sisteminin Olmaması	1 0,7	1 0,7	--	--	2 1,4	--	140 97,2	144 100	2,061	3,250

Çizelge 31 incelendiğinde, katılımcı işletmelerin mal ve hizmetlerini fiyatlandırmada karşılaştıkları sorunlar olarak; talep yetersizliği nedeni ile fiyatların düşük tutulması, işletmenin sabit maliyetlerinin yüksekliği, piyasadaki rekabetin yarattığı baskılar ve genel ekonomik yapıdan kaynaklanan istikrarsızlıkların (kur, enflasyon, vergiler vb. gibi) öncelikli olarak ifade edildiği görülmektedir.

Çizelge 32. İşletmelerin Pazarlama/Satış Geliştirmede Kullandığı Kanallar

Pazarlama / Satış Kanalı	Öncelik Sırası / n / %										Toplam		Stand. Sapma
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Cevapsız	N	
Kişisel Satış	83 57,6	56 38,9	1 0,7	1 0,7	-	-	-	-	-	-	3 2,1	144 100	0,551
Tur Op. ve Sey.Ac.	60 41,7	9 6,3	2 1,4	1 0,7	-	-	-	-	-	-	72 50,0	144 100	0,562
İnternet	2 1,4	14 9,7	25 17,4	9 6,3	1 0,7	-	-	-	-	-	93 64,3	144 100	0,825
Afiş-Broşür vb.	--	11 7,6	32 22,2	17 11,8	3 2,1	-	-	-	-	-	81 56,3	144 100	0,779
Yazılı Basın	--	4 2,8	3 2,1	5 3,5	3 2,1	-	-	-	-	-	129 89,6	144 100	1,125
Resmi/Özel Kuruluşlar Aracılığıyla	--	4 2,8	2 1,4	1 0,7	2 1,4	-	-	-	-	-	135 93,8	144 100	1,269
Görsel Basın	--	--	--	1 0,7	1 0,7	-	-	-	-	-	142 98,6	144 100	0,707
Fuar ve Sergiler	--	--	--	1 0,7	--	1 0,7	-	-	-	-	142 98,6	144 100	1,414
Radyo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	144 100	144 100	--
Diğer	--	1 0,7	--	1 0,7	-	-	-	-	-	-	142 98,6	144 100	1,414

İşletmelerin gelirlerini artırmak amacıyla kullandıkları araçlardan (Çizelge 32); kişisel satış çabaları 1. sırada yer alırken, Tur operatörleri ve Seyahat Acenteleri 2., afiş/broşür/katalog 3. ve internet kullanımı 4. sırada yer alarak diğerlerinden öne çıkmıştır. Genel olarak seçeneklere verilen yanıtlara ve yüzdelerine baktığımızda ise, işletmecilerin bu konuda ciddi bir gayret ve çalışma göstermediğini, yenilikleri, gelişim ve eğilimleri takip etmeden, artık klasikleşmiş araçlar ve çabalar üzerinde faaliyetlerine devam ederek, satışlarında ve kârlılıklarında yukarıya doğru bir ivme

beklentisi içerisinde oldukları görülmektedir. Bu durumun, küçük ölçekli işletmelerin karakteristiğinin dışında bir olguyu yansıttığını, işletme yöneticilerinin satış geliştirme kavramının gerçekte ne olduğu konusunda genel kabul görmüş bir anlayışa sahip olmadıklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

Çizelge 33. İşletmelerin Pazarlama/Satış Geliştirmede Karşılaştığı Sorunlar

Pazarlama / Satış Geliştirme Sorunları	Öncelik Sırası / n / %							Toplam		Std. Sapma	Aritm. Ort.
	1	2	3	4	5	6	7	Cevapsız	N		
Maliyetlerin çok yüksek olması	91 63,2	17 11,8	17 11,8	3 2,1	-	-	-	16 11,1	144 100	0,812	1,468
Tur Opr. ve Sey.Ac. Yararlanamama	29 20,1	26 18,1	18 12,5	5 3,5	-	-	-	66 45,8	144 100	0,932	1,987
Kalifiye Personel eksikliği	7 4,9	46 31,9	19 13,2	7 4,9	-	1 0,7	-	64 44,4	144 100	0,862	2,375
Benzer hizmetler sunan işletmelerle işbirliğinin olmayışı	11 7,6	28 19,4	33 22,9	16 11,1	1 0,7	-	-	55 38,2	144 100	0,956	2,640
Bilgi ve deneyim eksikliği	1 0,7	5 3,5	5 3,5	4 2,8	-	-	-	129 89,6	144 100	0,941	2,800
Konuya ilişkin gelişme ve yeniliklerin takip edilememesi	1 0,7	2 1,4	2 1,4	--	1 0,7	2 1,4	-	136 94,4	144 100	1,927	3,500
Resmi/Özel kuruluşlardan yararlanılamaması	--	6 4,2	6 4,2	4 2,8	2 1,4	-	2 1,4	124 86,1	144 100	1,538	3,500
Diğer	--	--	--	1 0,7	1 0,7	-	-	142 98,6	144 100	0,707	4,500

Katılımcı işletmelerin pazarlama ve satış geliştirme çalışmalarında karşılaştıkları sorunlara ilişkin verdikleri yanıtları incelediğimizde (Çizelge 33) sırası ile, maliyetlerin yüksekliği, tur operatörleri ve seyahat acentelerinden ya hiç ya da yeterince yararlanılmaması, kalifiye personel eksikliği, benzer hizmetler sunan işletmelerle işbirliği ve koordinasyonun olmayışı konularının öncelik ve önem arz ettiği görülmüştür.

Çizelge 34. Müşterilere Yönelik, Pazarlama/Satış Geliştirmede Kullanılan Araçlar

Pazarlama / Satış Geliştirme Araçları	Evet		Hayır		Cevapsız		Toplam		Std. Sapma
	%	n	%	n	%	n	%	N	
Fiyat İndirimleri	93,8	135	5,6	8	0,7	1	100	144	0,230
Kredi Kartı ile Ödeme	80,6	116		27	0,7	1	100	144	0,392
Çocuklara özel fiyat İndirimi / ücretsiz kabul	70,1	101	29,2	42	0,7	1	100	144	0,457
İşletmeyi tanıtıcı broşür	43,1	62	56,3	81	0,7	1	100	144	0,497
Özel günlerinde özel İlgi, ikram, hediye v.b	39,6	57	59,7	86	0,7	1	100	144	0,491
İnternette satış/rezervasyon	33,3	48	66,0	95	0,7	1	100	144	0,473
Türk gecesi v.b Eğlenceler	15,3	22	84,0	121	0,7	1	100	144	0,362
Taksitle ödeme	3,5	5	95,8	138	0,7	1	100	144	0,184
Animasyon	1,4	2	97,9	141	0,7	1	100	144	0,117
İndirim kuponları, Hediyeler	0,7	1	98,6	142	0,7	1	100	144	0,083
Diğer	--	--	99,3	143	0,7	1	100	144	0,000

İşletmelerin pazarlama ve satış geliştirme faaliyetlerinde tercih ettikleri araçlar olarak (Çizelge34); belirli dönemlerde ve oranlarda uyguladıkları fiyat indirimleri, kredi kartı ile ödeme kolaylığı, çocuklu müşterilere yönelik ücretsiz (çok az işletme uyguluyor) veya indirimli satış, işletmeyi tanıtıcı broşür/el ilanı hazırlama, müşterilerin özel günlerinde onlara özel ilgi ve ikramlarda bulunma ve internet kanalıyla on-line satış ve rezervasyon seçenekleri ön plana çıkmıştır.

Çizelge 35. Katılımcıların, İşletme Çevresine İlişkin Görüş ve Algılamaları (%)

İşletme Bulunduğu Çevrede;	1	2	3	4	5	Std. Sapma	Aritm. Ort.
İmaj	18,9	66,4	13,3	1,4	--	0,616	1,97
Genel Çevre Temizliği	7,6	18,8	40,3	31,9	1,4	0,934	3,00
Çevre Düzenlemesi/Peyzaj	5,6	10,4	38,9	43,1	2,1	0,882	3,25
Plajlar	30,1	40,6	22,4	7,0	--	0,897	2,06
Eğlence Yerleri	30,8	40,6	23,8	4,9	--	0,863	2,02
Alışveriş Merkezleri	5,6	47,9	40,1	4,9	1,4	0,741	2,48
Alt Yapı	--	2,8	22,4	52,4	22,4	0,748	3,94
Üst Yapı	0,7	9,1	60,8	25,9	3,5	0,686	3,22
Yerel Yönetim Hizmetleri	2,1	11,2	44,8	37,8	4,2	0,806	3,30
Genel Kamu Hizmetleri	2,8	9,9	80,3	7,0	--	0,525	2,91
Doğal Güzellikler	20,1	53,5	22,9	3,5	--	0,750	2,09
Tarihi Eserler	20,5	29,5	46,2	2,3	1,5	0,882	2,34
Güvenlik ve Emniyet	4,2	27,3	64,3	4,2	--	0,621	2,68
Genel Ortalama	--	--	--	--	--	0,765	2,70

Aritm. Ort. : 1. Çok iyi 2. İyi 3. Normal 4. Kötü 5. Çok Kötü

Çizelge 35’te katılımcıların, işletmelerinin bulunduğu çevreye ilişkin genel değerlendirmelerini, ‘çok iyi’den ‘çok kötü’ye doğru 5’li Likert ölçeğine göre hazırlanmış seçeneklerle belirtmeleri istenmiştir. Buna göre;

- Bulundukları yerin bilinen genel imajını % 85,3’lük bir oranla olumlu olarak nitelerken, vasat (normal) olarak niteleyenlerin % 13,3, olumsuz görenlerin ise % 1,4 gibi düşük bir oranda kaldıkları görülmektedir.
- Alt yapı, çevre düzenlemesi/peyzaj, yerel yönetim hizmetleri, genel çevre temizliği ve üst yapı hakkında katılımcıların olumsuz görüşte oldukları ve memnuniyetsizlikleri söz konusudur.
- Genel kamu hizmetleri, güvenlik ve emniyet normal (vasat) olarak nitelendirilmektedir.
- Eğlence yerleri, plajlar, doğal güzellikler, tarihi eserler ve alışveriş yerleri açısından olumlu olarak algılanıp, değerlendirilmektedir.

- Genel ortalamanın vasata (normale) yakın olumlu çıkmasının en önemli nedeni olarak, Bodrum'un kamuoyu nezdinde oluşmuş genel imajı ve olumlu olarak belirtilen görüşlerin, katılımcıların nazarında önceliğinin olmasının (turist açısından) geldiği söylenebilir.

Çizelge 36. İşletme Personeline Yönelik İşbaşı/Hizmet İçi Eğitim Durumu

İşbaşı/Hizmet İçi Eğitimi	%	n	Std. Sapma
Evet	18,8	27	0,7729
Hayır	30,6	44	
Gerek Görmüyorum	50,0	72	
Cevapsız	0,7	1	
Toplam	100,0	144	

İşletme yöneticilerinin (Çizelge 36) % 80,6'sının, çalıştırdıkları personeline işbaşı eğitimi vermedikleri, bunu gereksiz bir çaba olarak gördükleri tespit edilmiştir. Aslında bu durum, işletmecilerin kendi mesleki bilgi ve becerileri eksikliklerinden kaynaklanan bir olguyu yansıttığı gibi, özellikle niteliksiz iş gücü arzının bol olduğu yörede, çalıştırılan personelin kalitesi yerine maliyetinin göz önüne alındığının göstergesidir.

Çizelge 37. İşletmelerin Her Faaliyet Yılında Aynı Personellerle Çalışma Durumu

Aynı Personellerle Çalışma	%	n	Std. Sapma
Evet	23,6	34	0,4282
Hayır	75,0	108	
Cevapsız	1,4	2	
Toplam	100,0	144	

Çizelge 37'ye göre katılımcı işletmelerin genelinde personel devir hızı ve oranı yüksektir. Bu duruma, işletmecilerin olduğu kadar personeline olumsuz tutum ve davranışlarının yol açtığını, sezon içinde normalde 8 kişi ile hizmet vermesi gereken bir işletmenin, sezon sonuna kadar ortalama 20 civarında kişiyi işe alıp çıkarması ile hizmetlerini yürütmesinden anlamak da mümkündür.

Çizelge 38. İşletmelerin Personel Seçiminde Esas Aldıkları Kriterler

Personel Seçim Kriterleri	Öncelik Sırası / n / %							Toplam		Std.	Aritm.
	1	2	3	4	5	6	7	Cvpz	N	Sapma	Ort.
Turizm Eğitiminin Olması	8 5,6	6 4,2	26 18,1	20 13,9	10 6,9	-	-	74 51,4	144 100	1,163	3,257
Sektördeki İş Tecrübesi	60 41,7	40 27,8	22 15,3	2 1,4	1 0,7	-	-	19 13,2	144 100	0,858	1,752
Olumlu Referansları	2 1,4	7 4,9	29 20,1	15 10,4	13 9,0	5 3,5	-	73 50,7	144 100	1,186	3,633
Uzun Vadeli Çalışmaya İstekli Oluşu	4 2,8	6 4,2	8 5,6	14 9,7	9 6,3	7 4,9	-	96 66,7	144 100	1,482	3,812
Yabancı Dil Bilgisi	8 5,6	54 37,5	23 16,0	12 8,3	7 4,9	1 0,7	-	39 27,1	144 100	1,069	2,609
Belli bir olgunluk ve kültür düzeyi	54 37,5	22 15,3	17 11,8	16 11,1	4 2,8	1 0,7	-	30 20,8	144 100	1,282	2,096
Diğer	1 0,7	--	1 0,7	--	--	--	1 0,7	141 97,9	144 100	3,055	3,666

Araştırmaya katılan işletmelerin personel seçiminde göz önüne aldıkları kriterleri incelediğimizde; 1. sırayı mesleki deneyimin, 2. sırayı sahip olduğu kültür ve olgunluk seviyesi, 3. sırayı yabancı dil bilgisi, 4. sırayı turizm eğitimi almış olması, 5.'de olumlu referansları ve 6.'da ise uzun vadeli çalışmaya istekli olması seçeneklerinin öncelikle sırasıyla belirtildiğini görmekteyiz. İşletmeler açısından personelin uzun vadeli çalışmayı düşünmesinin, turizm eğitimi almasının çok önemli olmamasının nedenleri arasında, bu tip çalışanların taleplerinin ve beklentilerinin işletmecilerce yüksek bulunmasının rolü büyüktür. Çıkan sonuçlar, özellikle Çizelge 8'de belirtilen ve personele işbaşı eğitiminin verilmediğinin, gereksiz görüldüğünün sonuçlarını teyid eder niteliktedir.

Çizelge 39. İşletmelerde Personele İlişkin Yaşanan Sorunlar

Personel Sorunları	Evet		Hayır		Toplam		Std. Sapma
	%	n	%	n	%	N	
Mesleki Bilgi ve Beceri Eksikliği	69,4	100	30,6	44	100,0	144	0,386
Personel Arasında Uyumsuzluk	53,5	77	46,5	67	100	144	0,483
Özel amaçların, İşletmenin amaçlarına tercihi	39,6	57	60,4	87	100	144	0,501
Yüksek Ücret Talebi	22,9	33	77,1	111	100	144	0,446
İşten Kaytarma	11,8	17	88,2	127	100	144	0,350
Kişilik Bozuklukları	6,9	10	93,1	134	100	144	0,277
Suç İşleme	1,4	2	98,6	142	100	144	0,128
Diğer	0,4	1	99,3	143	100	144	0,091

İşletmelerde yaşanan personel sorunlarının başlıcaları olarak (Çizelge 39) sırasıyla; mesleki bilgi ve beceri eksikliği, personel arasında uyumsuzluk, personelin kendi özel amaçlarını işletmenin amaçlarının üstünde görmesi ön plana çıkmaktadır. Diğer sorunlar arasında, yüksek ücret talebi, işten kaytarma, kişilik bozuklukları dile getirilmiştir. Dikkatle bakılırsa, bu sorunların eğitim eksikliğinden kaynaklandığı, sorunun kaynağında ise işletme yöneticilerinin ‘ucuz işgücü’ ile hizmetleri yerine getirmeye çalışarak; esas kontrol edilip, denetlenmesi ve azaltılması gerekip de, yönetsel bilgi ve beceri eksikliklerinden gerçekleştiremedikleri, ‘maliyetleri azaltıp, kârı artırma’ anlayışının yattığı görülebilir.

Çizelge 40. Turizm Teşviklerinden Yararlanan İşletmeler

Teşvik Kullanımı	%	n	Std. Sapma
Evet	6,3	9	0,25213
Hayır	86,1	124	
Cevapsız	7,6	11	
Toplam	100,0	144	

Çizelge 40'a göre, araştırmaya katılan işletmelerin % 86,1'inin, turizm sektörüne yönelik olarak verilen kredilerin hiçbir türünü, hiçbir dönemde almadıkları; teşviklerden yararlananların oranının ise % 6,3 gibi düşük bir seviyede kaldığı görülmektedir. Bu durum, işletmelerin kuruluş dönemlerine ilişkin verilerin yer aldığı ve önemli bir bölüm işletmenin turizm teşviklerinin (özellikle konaklama sektörüne yönelik) yaygın ve uygun koşullarla verildiği 1985-1995 arasındaki yıllarda kurulmuş olduğunu gösteren Çizelge 23'ün sonuçları ile uyumsuzluk gösterse de, işletmelerin önemli bir bölümünün işletmecilerin öz kaynakları ile kurulduğu, bir bölümünün de o günden bu güne el değiştirdiği gerçeği ile değerlendirildiğinde durum anlaşılabilir.

Çizelge 41. İşletmelerin Teşviklerden Yararlanmama Nedenleri

Nedenler	Öncelik Sırası ve Frekans							Toplam		Std. Sapma	Sıra
	1	2	3	4	5	6	7	Cvpz	N		
İhtiyaç Duymadım	66	8	4	-	1	-	-	45	124/100	1,253	1
Bürokratik işlemler zor ve uzun	26	27	6	-	-	-	-	65	124/100	1,661	2
Teşvik Kapsamında değiliz	31	6	-	-	-	1	-	86	124/100	1,289	3
Maliyeti Yüksek	1	9	12	1	-	-	-	101	124/100	2,565	6
Geri Ödeme Süresi Kısa	-	8	3	-	-	-	-	113	124/100	2,272	7
Teşviklere ilişkin bilgimiz yok	4	3	2	1				115	124/100	2,000	5
Diğer	6	4	2	1	-	-	-	111	124/100	1,846	4

Katılımcıların turizm sektörüne yönelik verilen teşviklerden yararlanmama nedenlerini değerlendirdiğimizde; ilk sırada ihtiyaç duyulmaması, ikinci sırada bürokratik işlemlerin zorluğu ve uzunluğu, üçüncü sırada ise işletmelerinin teşvik kapsamında değerlendirilmiyor olması düşüncelerinin yer aldığı görülmektedir. Bu sonuçlar, işletmecilerin, işletme dışı faaliyetlerinden elde ettikleri gelirlerinin var olduğunu ve işletme gelirleri ile birlikte öncelikli güvence olarak algılandığını; teşvikler konusunda karamsar ve yeterli bilgi sahibi olmadıklarını göstermektedir.

Çizelge 42. İşletmelerin Finansman İhtiyacını Karşılama Yolları

Finansman Kaynakları	Evet		Hayır		Cevapsız		Toplam		Stand. Sapma
	%	n	%	n	%	n	%	N	
İşletme Gelirleriyle	95,8	138	3,5	5	0,7	1	100	144	0,184
Kendi Varlıklarım ile	88,2	127	8,3	12	3,5	5	100	144	0,281
Banka v.b finans kuruluşlarından kredi temini ile	16,0	23	77,8	112	6,3	9	100	144	0,377
3.Kişilerden Borç Alarak	4,9	7	89,6	129	5,6	8	100	144	0,221
Diğer	-	-	-	-	100	144	100	144	-

İşletmelerin finansman kaynaklarına ilişkin veriler (Çizelge 42), katılımcıların teşviklere ilişkin verdikleri yanıtlarla örtüşür sonuçlar ortaya koymaktadır. Öncelikli finansman kaynağı olarak işletme gelirleri beyan edilirken onu, işletmecilerin sahip oldukları diğer varlıklarla sağlanan kaynaklar seçeneği izlemiştir. Banka vb. finans kuruluşlarından kredi temini, 3. kişilerden borç olma ve diğer seçeneklerin rağbet görmediği anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar, işletmecilerin hep şikâyetçi oldukları ‘yetersiz satışlar ve işletme gelirleri’ ifadeleriyle tezat oluşturan ilginç bir durumu ortaya koymaktadır.

Çizelge 43. Küçük Ölçekli Konaklama İşletmelerinin KOBİ Kapsamına Alınarak Desteklendiğinin Bilgisi

KOBİ Kapsam Bilgisi	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
Evet	27,1	39	0,44792	1,7254
Hayır	71,5	103		
Cevapsız	1,4	2		
Toplam	100	144		

Araştırmaya katılan işletmelerin % 71,5’i, küçük ölçekli konaklama işletmelerinin 2001’den itibaren, KOBİ kapsamına alınarak desteklendiği hakkında herhangi bir bilgisi olmadığını belirtirken, konuya ilişkin bilgisi olduğunu

belirtenlerin oranı % 27,1 tespit edilmiştir (Çizelge 43). Bu durum, katılımcıların sektöre yönelik gündemi, ihtiyaç duydukları konulara ilişkin bilgi ve verileri takip etmedikleri, ilgi göstermedikleri gerçeğinin yanı sıra, sektördeki iletişim ve organizasyon eksikliğini de ortaya koymaktadır. Her ne kadar ilgili yasa kendilerini doğrudan kapsamıyor olsa da bu sonuçlar, işletmecilerin kendilerini ilgilendiren yasal düzenlemeler ve sektörel gelişmeleri takip etmelerinin gereğine dikkat çekmektedir. Hazine Müsteşarlığı'nın yayınladığı KOBİ istatistiklerinde (www.hazine.gov.tr/stat/kobiler) 2002–2005 yılları arasında, KOBİ kapsamında verilen teşviklerden yararlanan konaklama işletmesi sayısının 61 olması ve bu sayının tüm KOBİ sektörü içindeki oranının % 4,1 olması, bu durumu onaylar bir bilgi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çizelge 44. İşletmelerin KOBİ Kapsamında Verilen Desteklerden Tercihleri

KOBİ Destek Tercihleri	%	n	Std. Sapma	Aritm.Ort.
Yatırım Kredisi	9,0	13	0,62888	2,3056
İşletme Kredisi	51,4	74		
Hiçbiri	39,6	57		
Toplam	100	144		

Katılımcıların, KOBİ kapsamında verilen teşviklerden hangisine ihtiyaç duydukları, talep edecekleri sorusuna verdiklerin yanıtları incelediğimizde (Çizelge 44), % 51,4'lük bir oranla işletme kredisi seçeneğinin öne çıktığını, hiçbirini almayı düşünmeyenlerin oranının da % 39,6 ile dikkat çektiğini ve yatırım amaçlı alabileceğini belirtenlerin ise % 9 oranında kaldıkları görülmektedir. Buradan hareketle, işletmelerin 'kendi yağı ile kavrulma' konusunda kararlı oldukları, yeni yatırım yapmak yerine mevcut işletmelerini modernize etme amacıyla bu tür desteklere sıcak baktıkları söylenebilir. Bu sonuçların, 2001'de çıkarılan ve turizm sektöründeki konaklama işletmelerinin KOBİ kapsamında desteklendiği karar tasarısının sonuçları ile ters orantılı bir durum oluşturduğu, Hazine Müsteşarlığı verilerinden anlaşılmaktadır. Bu verilere göre (www.hazine.gov.tr/stat/kobiler), 2002–2005 döneminde, KOBİ kapsamında işletme kredilerinin, toplam KOBİ

işletme kredilerine oranı % 1,9 iken, yatırım kredilerinin oranı % 7,1 ve toplam krediler içindeki payı da % 6,1'dir.

Çizelge 45. İşletmelerin En Çok Problem Yaşadıkları Konular

İşletme Problemleri	Öncelik Sırası (n / %)							Toplam		Sıra
	1	2	3	4	5	6	7	Cvpz	N	
Vasıflı ve Güvenilir Personel Bulma	18 12,5	31 21,5	40 27,8	9 6,3	1 0,7	-	-	45 31,3	144 100	3
Satışları ve Kârlılığı Artırma	108 75,0	15 10,4	8 5,6	-	-	-	-	13 9,0	144 100	1
Kaynak ve Finansman Temini	2 1,4	15 10,4	12 8,3	11 7,6	7 4,9	1 0,7	1 0,7	95 66,0	144 100	5
Tur Opr. ve Sey.Ac. İlişkiler	4 2,8	47 32,6	23 16,0	2 1,4	1 0,7	-	-	67 46,5	144 100	2
Reklâm ve Pazarlama Çalışmaları	2 1,4	14 9,7	7 4,9	4 2,8	-	1 0,7	-	116 80,6	144 100	6
Yerel Yönetim Uygulamaları	6 4,2	8 5,6	21 14,6	28 19,4	5 3,5	1 0,7	1 0,7	74 51,4	144 100	4
Yönetim ve Organizasyon	3 2,1	2 1,4	1 0,7	-	-	-	-	138 95,8	144 100	7
Sektörel Gelişme ve Değişimleri takip/uygulama	1 0,7	4 2,8	3 2,1	2 1,4	-	1 0,7	-	133 92,4	144 100	8
Diğer	-	5 3,5	3 2,1	1 0,7	4 2,8	1 0,7	-	130 90,3	144 100	9

Araştırmaya katılan işletmelerin en fazla problem yaşadıkları konuların başında, ‘satışların ve kârlılığın artırılmaması’ gelirken onu sırasıyla, tur operatörleri ve seyahat acenteleri ile ilişkiler, vasıflı ve güvenilir personel bulma, yerel yönetim uygulamaları, kaynak ve finansman temini, reklâm ve pazarlama çalışmaları izlerken; yönetim ve organizasyon konuları ile sektörel gelişim ve değişimlerin takip ve uygulamalarına ilişkin verilen seçeneklerin katılımcılar tarafından kayda değer bir problem veya eksiklik olarak görülmediği sonuçları ortaya çıkmıştır. Oysaki en çok şikâyetçi oldukları ve ilk üçte yer alan problemlerin

kaynağında ve çözümünde yönetim ve organizasyon bilgisi becerisinin rol oynayacağı gerçeği, işletmeciler tarafından göz ardı edilmekte ya da kavranamamaktadır.

Çizelge 46. Katılımcıların, AB Süreci ve Turizme Etkisi Üzerine Görüşleri (%)

Önermeler	1	2	3	4	5	Mean
AB sürecinin turizme katkısı olumludur ve olmaya da devam edecektir	12,5	47,2	13,9	21,5	4,9	2,59
AB sürecinde, turizm sektörüne yönelik uygulamaları ve çalışmaları yerinde buluyorum	4,2	14,6	52,8	25,0	3,5	3,09
Yabancıların mülk edinebilmeleri turizmimiz ve işletmelerimiz açısından yararlı olacaktır	4,9	4,9	1,4	21,5	67,4	4,41
Hizmet çeşitliliği yaratmak ve kaliteyi artırmak gerekecektir	27,1	70,1	0,7	1,4	0,7	1,78
Büyük Ölçekli Konaklama İşletmeleri ile rekabette avantajlı olacağız	3,5	6,3	21,5	61,1	7,6	3,63
Gelen turist sayısındaki artışa paralel olarak kârlılığımız artacak	5,6	28,5	39,6	21,5	4,9	2,91
Yasal yükümlülüklerimiz artacak, vergi yükümüz ağırlaşacaktır	30,6	56,3	10,4	0,7	1,4	1,85
Türkiye'nin AB süreci tam üyelikle sonuçlanacaktır	2,8	1,4	11,1	27,1	57,6	4,35

1. Kesinlikle Katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Kararsızım 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

Araştırmaya katılan işletmecilerin, Türkiye'nin AB sürecine ve bu süreçteki uygulama ve beklentilerine ilişkin olarak kendilerine yöneltilen önermelere verdikleri yanıtlar incelendiğinde (Çizelge 46);

- % 59,7'sinin, AB sürecinin turizme olumlu katkılar yaptığını ve bunların devamına inandığını; % 13,9'unun kararsız olduğunu ve % 26,4'ünün de bu görüşe katılmadıkları,
- 'AB sürecinde, turizm sektörüne yönelik uygulamaları ve çalışmaları yerinde buluyorum' önermesine katılanların % 18,8, katılmayanların % 28,5 ve bu konuda kararsız olanların ise % 52,8 oranında oldukları,

- ‘Yabancıların mülk edinebilmeleri turizmimiz ve işletmelerimiz açısından yararlı olacaktır’ önermesine katılanların % 9,8, katılmayanların % 88,9 ve bu konuda kararsızların % 1,4 oranında oldukları,
- ‘Hizmet çeşitliliği yaratmak ve kaliteyi artırmak gerekecektir’ önermesine katılanların % 97,8, katılmayanların % 0,7 ve kararsızların ise % 2,1 oranında oldukları,
- ‘Büyük Ölçekli Konaklama İşletmeleri ile rekabette avantajlı olacağız’ önermesine katılanların % 9,8, katılmayanların % 68,7 ve kararsızların % 21,5 oranında oldukları,
- ‘Gelen turist sayısındaki artışa paralel olarak kârlılığımız artacak’ önermesine katılanların % 34,1, katılmayanların % 26,4 ve kararsızların ise % 39,6 oranında oldukları,
- ‘Yasal yükümlülüklerimiz artacak, vergi yükümüz artacaktır’ önermesine katılanların % 86,9, katılmayanların % 2,1 ve kararsızların ise % 10,4 oranında oldukları,
- ‘Türkiye’nin AB süreci tam üyelikle sonuçlanacaktır’ önermesine katılanların % 4,2, katılmayanların % 84,7 ve kararsızların ise % 11,1 oranında oldukları görülmektedir.

Hizmet çeşitliliği ve kalitesinin artırılması hariç- bu önermenin sadece AB üyeliği süreci ile ilişkilendirilemeyeceği gerçeğinden hareketle-, diğer önermelerin sonuçları itibarı ile olumsuzlukları barındırdığı ve katılımcıların karamsarlığını, umutsuzluğunu yansıttığı söylenebilir.

Buna göre, katılımcıların Türkiye’nin AB’ye tam üye olamayacağı, bu süreçte yapılan uygulamaları ve çalışmaları yerinde bulmadıkları, desteklemedikleri sonuçlarını çıkarmak mümkündür.

Araştırmaya katılan işletmecilerin, turizm sektöründeki mevcut durum ve genel uygulamalara ilişkin önermelere verdikleri yanıtlar incelediğinde ise karşımıza şu sonuçlar çıkmaktadır (Çizelge 47);

- % 96,5’i, ‘turizm sektörüne yönelik KDV indirimi uygulanmalı’ görüşünü desteklerken, % 1,4’ü buna katılmadıklarını, % 2,1’i de bu konudaki kararsızlıklarını ifade etmiştir.

Çizelge 47. Katılımcıların, Sektörel Durum ve Uygulamalar Üzerine Görüşleri (%)

Önergeler	1	2	3	4	5	Mean
Turizm Sektörüne Yönelik KDV indirimi uygulanmalı	76,4	20,1	2,1	--	1,4	1,29
Turizm Bakanlığı, Küçük Ölçekli Konaklama İşletmelerine (KÖKİŞ) özel danışmanlık hizmetleri sunmalı	24,3	55,6	15,3	4,9	--	2,00
Teşvik ve kredilerin kapsamı genişletilmeli, işlemler basitleştirilmeli	24,3	26,4	20,1	27,8	1,4	2,55
“Görünmeyen ihracat” görülmeli ve konaklama işletmeleri ihracatçı sayılarak desteklenmeli	22,2	50,0	21,5	5,6	0,7	2,12
KÖKİŞ’ler örgütlenerek, organize hareket etmeli	61,8	33,3	4,9	--	--	1,43
Sektöre yönelik alınan kararlar ve uygulama süreçlerine bizlerin katılımı sağlanmalı	51,4	43,8	4,2	0,7	--	1,54
Yabancıların konaklama işletmeciliğine girmeleri olumlu görülmeli	4,9	11,1	13,9	49,3	20,8	3,70
Turizminiz birkaç Tur Operatörü ve Seyahat Acentesinin Tekelinden kurtarılmalı	75,7	16,7	4,2	3,5	--	1,35
“Herşey dahil” sistemi Büyük İşletmelerin lehine, bizlerin aleyhinedir	86,1	8,3	3,5	0,7	1,4	1,22
Konaklama işletmesi sayısı ve yatak arzı yeterli düzeydedir	20,1	52,8	21,5	4,2	1,4	2,13

1. Kesinlikle Katılıyorum 2. Katılıyorum 3. Kararsızım 4. Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılmıyorum

- % 79,9’u, ‘Turizm Bakanlığı’nın, küçük ölçekli konaklama işletmelerine (KÖKİŞ) özel danışmanlık hizmetleri sunması’ görüşünü desteklerken, % 4,9’u buna katılmadıklarını, % 15,3’ü de bu konudaki kararsızlıklarını ifade etmiştir.
- % 50,7’si, ‘teşvik ve kredilerin kapsamının genişletilmesi, işlemlerin basitleştirilmesi gerektiği’ görüşünü desteklerken, % 29,2’si buna katılmadıklarını, % 20,1’i de bu konudaki kararsızlıklarını ifade etmiştir.

- % 72,2'si, 'turizmin "görünmeyen ihracat" özelliğinin görülmesini ve konaklama işletmelerinin ihracatçı sayılarak desteklenmesi gerektiği' görüşünü desteklerken, % 6,3'ü buna katılmadıklarını, % 21,5'i de bu konudaki kararsızlıklarını ifade etmiştir.
- % 95,1'i, 'KÖKİŞ'lerin örgütlenerek, organize hareket etmeleri gerektiği' görüşünü desteklerken, % 4,9'unun kararsız kaldığı, bu fikre katılmayanların ise olmadığı görülmüştür.
- % 95,2'si, 'sektöre yönelik alınan kararlara ve uygulama süreçlerine küçük ölçekli konaklama işletmelerinin katılımının sağlanması gerektiği' görüşünü desteklerken, % 0,7'si buna katılmadıklarını, % 4,9'u da bu konudaki kararsızlıklarını ifade etmiştir.
- % 16'sı, 'yabancıların konaklama işletmeciliğine girmelerinin olumlu görülmesi gerektiği' görüşünü desteklerken, % 70,1'i buna katılmadıklarını, % 13,9'u da bu konudaki kararsızlıklarını ifade etmiştir.
- % 92,4'ü, 'turizmimizin birkaç tur operatörü ve seyahat acentesinin tekelden kurtarılması gerektiği' görüşünü desteklerken, % 3,5'i buna katılmadıklarını, % 4,2'si de bu konudaki kararsızlıklarını ifade etmiştir.
- % 94,4'ü, 'turizm sektöründe son dönemlerde uygulanan "herşey dahil" sisteminin, büyük ölçekli konaklama işletmelerin lehine, kendilerinin aleyhine olduğu' görüşünü desteklerken, % 2,1'i buna katılmadıklarını, % 3,5'i de bu konudaki kararsızlıklarını ifade etmiştir.
- % 72,9'u, 'bölgedeki konaklama işletmesi sayısının ve yatak arzının yeterli düzeyde olduğu' görüşünü desteklerken, % 5,6'sı buna katılmadıklarını, % 21,5'i de bu konudaki kararsızlıklarını ifade etmiştir.

Katılımcı işletmelerin, genel profili yansıtmaları açısından, personel, oda sayısı ve yatak sayılarını esas alarak bir çizelge oluşturduğumuzda (Çizelge 48); işletme başına düşen personel sayısının ortalama 6,7; oda sayısının 23,3 ve yatak sayısının 55,2 olduğunu görmekteyiz. İlgili diğer veriler, Çizelgede yer aldığı gibidir.

Çizelge 48. Katılımcı İşletmelerde, İşletme Başına Düşen Personel, Oda ve Yatak Durumu

Veriler	Personel Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Toplam Sayı	1235	3365	7958
İşletme Sayısı	144		
İşletme Başına Düşen....	6,7	23,3	55,2
Personel Başına Düşen...	-	2,7	6,4
Oda Başına Düşen.....	0,3	-	2,3

Anketler uygulanmadan önce yapılan pilot çalışma sonunda, araştırmada kullanılan anketin güvenilirliğini artırmak amacıyla, önermeler arasındaki iç tutarlılık güvenilirlik (Cronbach Alfa Coefficiency) analizi ile test edilmiştir. Alfa katsayıları 1'e yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliği artmaktadır. İşletmelerin bulundukları çevreye ilişkin görüşlerini ölçmeye yönelik önermelerin alfa katsayısı $\alpha = 0,8295$; Türkiye'nin AB sürecine ilişkin önermelerin alfa katsayısı ise $\alpha = 0,7482$ ve sektörel durum ile genel uygulamalara ilişkin önermelerin alfa katsayısı da $\alpha = 0,6796$ olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenilirliğine ve hazırlanan anketlerin uygulanmasına karar verilmiş; bunun sonucunda nicel bulgularda ifade edilen değerlere ulaşılmıştır.

3.2. Nitel (Kalitatif) Araştırma Bulguları

Bu çalışmada, nicel bulguların yanında nitel bulgular da araştırmanın önemli bir parçasını oluşturmuştur. İşletme yöneticileri ve yerel yöneticilerle yapılan mülakatlar ile katılımcı gözlemlerden elde edilen nitel araştırma bulguları aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

3.2.1. Mülakat ve Katılımcı Gözlem Bulguları

Araştırmaya katılanlarla işletme yöneticileri ile yapılan mülakatlarda öne çıkan bulguları, tur operatörleri ve seyahat acentaları ile ilişkiler, yerel yönetim

uygulamaları, vergi vb. yasal düzenlemeler ve personel şeklinde gruplamak mümkündür. Bu konulara ilişkin yapılan yorumları ayrıntılı olarak sıraladığımızda;

- “Son dönemlerde, yerli ve yabancı şirketlerin bölgeye yönelik ilgileri neticesinde, çok sayıda büyük ölçekli konaklama işletmesinin hizmete girdiği, kendi işletmelerine yönelik talepte ve doluluk oranlarında önemli ölçüde azalmalar olduğu,
- Büyük işletmelerin sadece konaklama işletmeleri ile değil, turizm sektörünün bütünleşik hizmet birimlerini de kullanarak (hava ve karayolu ulaşımı, seyahat acentesi, banka vb. gibi) hizmet vermelerinin, kendileri açısından talebin azalmasında başka bir olumsuz gelişme olarak görüldüğü,
- Bölgedeki yatak arzındaki artışın, gelen turist sayısındaki artıştan fazla olarak görüldüğü, yörede yeni konaklama işletmelerinin açılması veya kapasitenin artırılması yerine mevcut olanların değerlendirilmesi, doluluk oranlarının yeterli düzeye çıkarılmasının gerektiği,
- İşletmecilerin büyük bir bölümü turizmden çok iyi anlamadıklarından veya başka nedenlerden dolayı, işletmelerini kötü yönettiği, kalitesiz hizmetler ile müşteri memnuniyetsizliğine yol açarak, hem kendi işletmelerine, hem diğer işletmelere ve hem de bölge ve ülke turizmine zarar verdiği,
- Bölgedeki konaklama işletmesi sayısının fazla, aracı işletmelerin sayısının az olması nedeniyle, aracılardan tekelleşmelerinin söz konusu olduğu, bunun da konaklama işletmelerinin düşük fiyatlı kontratlarla çalışmalarına yol açtığı; bir taraf yüksek karlılıkla faaliyet gösterirken, diğer tarafın oluşabilecek haksız fiyat rekabeti ve başa baş noktasını yakalama çabası içine girdiği,
- Sadece turist getiren büyük tur operatörleri ve seyahat acentalarının değil, kendilerinin de (konaklama işletmelerinin) ihracatçı sayılarak vergi avantajlarından yararlandırılmaları gerektiği,
- Sektöre yönelik olarak çıkarılan yasa, yönetmelik v.b düzenlemelerden zamanında ve gerektiği şekilde bilgilendirilmediği, bu durum nedeniyle çeşitli güçlüklerle karşılaşıldığı, bazen de olası fırsatların kaçırıldığı,

- Küçük konaklama işletmelerinin gerektiği şekilde organize ve örgütlü olamayışının, rekabette, pazarlamada, sorunların çözümünde olumsuzluklar ve yetersizlikler yaşanmasına neden olduğu,
- Yerel yönetimlerin, hizmet çeşitliliği ve hizmet verme biçimlerinde, büyük işletmelerin isteklerini dikkate aldığı ve hizmet önceliğini bu işletmelerin bulunduğu yerlere verdiği,
- Sektörün üzerindeki vergi yükünün çok fazla olduğu, gerek devletin gerekse de yerel yönetimlerin vergilendirmelerinde adaletli davranmadığı, örneğin; hafta sonu çalışma vb. ruhsatlar için büyük işletmeler ile küçüklerden talep edilen miktarın aynı olduğu, kapasite veya gelirin dikkate alınmadığı,
- Son yıllarda artan şehirleşme ve tesisleşme neticesinde, iş bulmak amacıyla birçok kişinin bölgeye geldiği, nitelikli olanlarının sayısının az, niteliksiz olanların çok olması nedeniyle, iş bulamayıp suç olaylarına karışan veya suç örgütlerine katılanların sayısının arttığı, bu durumun en iyi biçimde artan suç olaylarından ve sıkça el değiştiren işletmelerin sayısından anlaşılabileceği,
- Acentaların, konaklama işletmelerine düşük fiyatlı anlaşmalarla hizmet verdirmesine rağmen, işletmelerden talep ettikleri hizmet standartları ve çeşitliliğinin günden güne arttığı,
- Acentaların, işletmelerinde konaklayan müşterilerini toplu olarak kendilerinin organize ettiği özel gece eğlencelerine, gece kulüpleri ve barlardaki partilere; gündüzleri de tekne turlarına, 1-2 günlük çevre gezilerine, dalış, safari gibi etkinliklere götürerek, müşterilerin tesislerde geçirdikleri zamanı çok azalttığı, bunun da onların yiyecek içecek vb. harcamalarının azalmasına ve işletme gelirlerinin düşüklüğüne neden olduğu,
- Acentaların kendileriyle düşük fiyatlarla anlaşmalarıyla yetinmeyip, işletmelerin ekstra gelir edinmek amacıyla müşterilerine yönelik tekne turu, araç kiralama, kısa süreli geziler, aquapark, hamam v.b etkinlikler için düşündükleri satışları engelledikleri, karşı çıkılması halinde rezervasyonları iptal edip, başka işletmelere yönlendirdikleri,
- Acentaların, Nisan – Haziran ve Eylül – Kasım dönemlerinde işletmelerine yeterli doluluk oranı sağlayamadığı,

- Yerli turistlerin, okulların geç kapanması, üniversite sınavları vb. gibi nedenlerle ancak Temmuz başında bölgeye geldiği, Ağustos sonu gibi bölgeden ayrıldıkları; Temmuz – Ağustos aylarının da acentalar tarafından çok önceden doldurulması nedeniyle yer bulmada sorunlar yaşadıkları, bu durumun hem onlar hem de kısa dönemde acentalardan elde edilenden daha fazla geliri, peşin olarak elde edecek işletmeler için dezavantaj oluşturduğu,
- Acentalarla yapılan anlaşmaların döviz kuru üzerinden olması ve döviz kurlarının her turizm sezonunda, özellikle doluluğun yüksek olduğu Temmuz – Ağustos aylarında en düşük düzeylere inmesinin işletme gelirleri açısından olumsuzluklar oluşturduğu, aynı dönemlerde işletmelerin mal ve hizmet üretiminde ihtiyaç duyduğu ürünlerin fiyatlarının yılın en yüksek seviyelerinde olduğu için maliyetleri artırdığı ve kârı olumsuz etkilediği,
- Acentaların, işletmelerden bekledikleri hizmetleri anlaşmalarda belirtilen koşullarla anında talep ettikleri, aynı hassasiyeti ödemeler konusunda göstermedikleri, yükümlülüklerini geciktirdikleri,
- Her işletmede sezon içinde müşteri – işletme arasında yaşanabilecek küçük sorunların acentalara yansması halinde bunların büyütüldüğü, sözleşme koşulları gerekçe gösterilerek, sözde müşteri memnuniyetsizliğinin işletmeciler tarafından tazmininin istendiği,
- Eskiden, özellikle yabancı acentaların kullandıkları rehberlerin Türk olması nedeniyle, onlarla daha rahat ve iyi iletişimler kurabildikleri ancak acentaların son yıllarda kendi ülkelerinden turist olarak getirdikleri yabancılara veya o ülkede yaşayan Türk kökenli vatandaşlara rehberlik yaptırdığı ve bu durumun geçmişe göre acentalarla ve müşterilerle olan ilişkilerde daha fazla sorunlar yaşanmasına neden olduğu,
- Bölgede yabancıların mülk alımlarında büyük artışlar olduğu ve bunun devam edeceğinin artan yapılaşmadan ve emlakçıların sayısındaki hızlı artıştan anlaşıldığı, konut alan yabancıların bir de alsalar birden fazla da alsalar, satın aldıkları konutları ‘misafirimiz’ dedikleri kişilere kiraya vererek para kazandıkları, bu durumun sürmesi halinde özellikle küçük konaklama işletmelerinin çok zor durumlara düşebilecekleri,

- Apart işletmelere olan talebin son dönemlerde arttığı, bu tür işletmelerde kalan turistlerin işletmelere sadece konaklama geliri kazandırdığı, içme suyunu bile süpermarketlerden almayı tercih ettiği için, işletmelerin zaten ucuz bedel aldıkları konaklama ile klima ve güvenlik kasası kiralama bedellerinden başka gelir elde etme şanslarının olmadığı,
- Eskiden daha çok İngilizlerin ve gençlerin rağbet ettiği bölgeye artık çocuklu ve daha az eğlenen, az harcama yapan ve işletmeden daha nitelikli hizmet bekleyen ailelerin gelmeye başladığı ve turist profilindeki bu değişimin gerek maliyetler gerekse de gelirler açısından işletmelerin aleyhine olduğu,
- Nitelikli personel bulunamadığı, olanlarında istedikleri ücretleri ve diğer koşulları karşılamalarının, içinde bulundukları koşullar nedeniyle mümkün olamadığı, eldeki personelden memnun olmasalar da, daha iyisini istihdam edemeyecekleri için mecbur kalındığı”

gibi görüşler ve durumlar, gözlemlerde öne çıkan ve mülakatlarda en sık dile getirilen konular olarak karşımıza çıkmıştır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küçük ölçekli konaklama işletmeleri, hem kentsel hem de kırsal alanda, turizmin karakterinde ve çeşitliliğinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu işletmeler, kültürel etkileşim için en çok fırsatı sunan, ziyaretçileri memnu ve motive etmek için çekicilikler ve imkânlar sağlayan, turizmin kalitesinin artmasına katkıda bulunan, bölgenin ekonomik, sosyal, çevresel, dil ve hayat standartlarına katkılar sağlayan firmalardır. Ancak, küçük ölçekli konaklama işletmeleri arasında büyük standart farklılıkların söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. Çok azınlık bir grup mükemmel veya çok iyi kalitede yatırımları, finansman kaynakları ile gelecekte değişken tüketici ihtiyaçları çerçevesinde rekabet edebilir durumda iken, diğer tarafta belirlenmiş asgari yakalayamayan, güçsüz finansman ve yönetim yapısına sahip, geleceğe yönelik ürünleri olmayan, istatistiksel olarak ölçülemeyen ve devlet ekonomisi dışında işleyen pek çok işletmenin mevcut olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Bodrum ve yöresindeki küçük ölçekli konaklama işletmelerinin analizi ve sorunlarının tespitine yönelik alan araştırması neticesinde, aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

- İşletme yöneticilerinin büyük bir bölümünün 30-55 yaş arasında, erkek, yüksek öğrenim eğitimi almamış ancak en az bir yabancı dil bilen evli kişilerden oluşmaktadır.
- Katılımcı işletmeler arasında oteller 1. sırada yer alırken onu, pansiyon ve apart işletmeleri, eşit oranlı bir katılımla izlemişlerdir. Bölgede konaklayanların, küçük de olsa bir havuz, kafe-bar ve klima gibi nispeten konfor sayılan nitelikleri arıyor olması, otel işletmelerinin ağırlıklı olarak faaliyet gösteriyor olmalarının en önemli nedenlerinden biridir. Bir diğeri de otel isminin, pansiyon vb. işletmelere göre daha bilinir olması ve taşıdığı anlam olarak ifade edilebilir.
- İşletmelerin daha çok Belediye Belgeli olarak hizmet verdikleri görülmüştür. Bakanlıktan belge alınmasının, meşakkatli ve masraflı olarak görüldüğü için tercih edilmediği dile getirilse de aslında, birçok işletmenin bu belgeyi

alabilmek için gerekli asgari standartları dahi tutturabilecek yapı ve donanımına sahip olmadıkları ve denetlemelerde olası sorunlarla karşılaşmayı göze alamadıkları için Belediye Belgeli olmayı tercih etmektedirler.

- İşletmelerin, çalışan personel açısından bir sınıflandırmaya tabi tutulduğunda, mikro ölçekli (1–9 çalışan) işletme karakteri taşıdığı görülmüştür. Ayrıca, işletmelerin yaklaşık % 96'sının 20'nin altında çalışanla hizmet veriyor olmasından hareketle, küçük ölçekli konaklama işletmeleri için personel ölçeği olarak 1–49 arası çalışan sınırlamasının çok geniş bir aralık olduğu, 1-25 aralığının ölçek olarak kabul edilmesinin daha gerçekçi olacağı sonucu ortaya çıkmıştır.
- İşletmelerdeki oda sayılarına baktığımızda, yaklaşık % 80'i 30 ve altında bir kapasiteye sahiptir ve ağırlıklı olarak 11-20 oda grubunda olan işletmeler hizmet vermektedir.
- İşletmelerin yatak sayısı olarak da, % 90 gibi büyük bir oranla, 100 ve altında bir kapasite ile hizmet vermektedir.
- İşletmelerin 3/4' ünün, daha çok 'turizm sezonu' olarak adlandırılan 15 Nisan – 15 Ekim dönemini kapsayan ve yaklaşık 6 aylık bir dönemde açık olduğu görülmüş, ancak açık kalma sürelerinin geçmişe nazaran biraz daha uzama eğiliminde olduğu da gözlemler ve katılımcıların ifadelerinden anlaşılmıştır. Ancak, bölgedeki işletmelerin açık kalma sürelerinin, doluluk oranlarına ve en yüksek doluluk oranının sağlandığı Temmuz-Ağustos döneminin iyi geçirilmiş olmasına bağlı olduğunu da vurgulamak gerekir.
- İşletmelerin yaklaşık % 80'i, aile veya şahıs işletmesi olarak işletilmekte, bu yönü ile küçük işletmelerin temel karakteristiklerinden birini taşımaktadırlar.
- İşletmelerin önemli bir bölümü, 1985–2000 yılları arasında faaliyete girerken; küçük ölçekli konaklama işletme yatırımları 1995'ten sonra genel bir düşüş eğilimi içerisine girmiş, bu dönemden sonraki yatırımların daha çok büyük ölçekli konaklama işletmelerine yönelik olmuştur.
- İşletmelerin tamamına yakını, sahiplerince yönetilmektedir. Ancak, bu durum, özellikle yönetim ve organizasyon konularında bilgi ve beceri eksikliklerinden kaynaklanan sıkıntılara neden olmaktadır. Yöneticilerin

teknik bilgi ve beceri açısından donanımlı olmaya hevesli olmalarına rağmen bu konuda organize olmaya ve yönlendirilmeye ihtiyaç duydukları da bir gerçektir.

- İşletmelerin yaklaşık % 90'ının mülkiyetinin işletme yöneticilerinde olduğu ve bu durumun, KÖKİŞ'lerin ayakta kalmalarına destek veren en önemli unsur olduğu görülmüştür. Çünkü düşük karlılık oranı ve kısa bir dönem süren yüksek doluluk oranı ile çalışan bu işletmelerin, kiracı olarak işletilmesi ancak arkasında mali desteği olan ve sektörü iyi bilen kişi ve kuruluşlarca mümkün olabilmektedir.
- KÖKİŞ'lerin, konaklamanın yanısıra yiyecek-içecek, kiralık kasa, döviz bozma, yüzme havuzu, internet erişimi gibi hizmetler sunmaya çalışarak, toplam gelirlerini artırmayı hedefledikleri, ancak bu hizmetlerin nitelik ve nicelik olarak istenilen seviyede ve kalitede olmadıkları görülmüştür.
- KÖKİŞ'lerin sadece kendi işletme faaliyetlerinden gelir elde etme ile yetinmedikleri, birçoğunun tekne turları, araç kiralama, çevre gezileri, turistik eşya, Aquapark, Hamam, Restoran vb. gibi hizmetler sunan işletmelerin ürünlerini belli bir komisyon karşılığı sattığı veya satışına aracılık ettiği görülmüştür.
- İşletmelerin önemli bir bölümünün sezon içi ortalama doluluk oranının daha çok % 40-70 aralığında seyrettiği, ancak bu oranların Temmuz ve Ağustos aylarında % 100'e yakın doluluk sağlanması halinde yakalanabileceği, sezonun geri kalan aylarındaki doluluk oranlarının düşüklüğünden anlaşılmaktadır. İç turizm hareketlerinin yetersizliği, rekabet ve arz-talep durumunda küçük işletmeler aleyhine bir yapının mevcudiyeti, düşük doluluk oranlarının nedenleri arasında gösterilebilir.
- İşletmelerin tamamına yakını münferit müşterilere doğrudan satış yöntemi ile oda satışlarını gerçekleştirirken, seyahat acentalarını tercih eden veya tercih edilen işletmelerin % 50 civarında olduğu görülmüştür. İnternet üzerinden satış yöntemi ise pek kullanılmadığı, internetin sadece bir web adresi oluşturmak ve iletişim bilgileri ile işletmeyi kısaca tanıtmak amacıyla kullanıldığı tespit edilmiştir.

- İşletmelerin mal ve hizmetlerini fiyatlandırmada en çok tercih ettikleri yöntem olarak, talebe dayalı fiyatlandırmanın öne çıktığını görmekteyiz. Yönetsel bilgi ve beceri eksikliği veya piyasa koşullarının, müşterilerin ve aracı kuruluşların fiyat belirlemedeki etkilerinin, maliyet unsurlarının ikinci planda kalmasına yol açmıştır.
- İşletmelerin, mal ve hizmetlerini fiyatlandırmada karşılaştıkları sorunların başında, talep yetersizliği nedeni ile fiyatların düşük tutulması, işletmenin sabit maliyetlerinin yüksek oluşu, piyasadaki rekabetin yarattığı baskılar ve genel ekonomik yapıdan kaynaklanan istikrarsızlıklar (kur, enflasyon, vergiler vb. gibi) en çok dile getirilenler olmuştur.
- İşletmelerin pazarlama ve satış geliştirmede kullandıkları kanalların başında kişisel satış çabaları yer alırken onu sırasıyla, tur operatörleri ve seyahat acenteleri, afiş/broşür/katalog vb kullanımı, internet kullanımı izlemektedir. Yazılı ve görsel basının, radyoların, fuar ve sergiler ile muhtemel diğer yöntemlerin kullanılmadığı veya çok az kullanıldığı görülmüştür.
- İşletmeler, pazarlama ve satış geliştirme çalışmalarında karşılaştıkları sorunlar olarak, maliyetlerin yüksekliğini, tur operatörleri ve seyahat acentelerinden gerektiği biçimde yararlanılmamasını, kalifiye personel eksikliğini, benzer hizmetler sunan işletmelerle işbirliğinin ve koordinasyonun olmayışını öncelikli olarak ifade ederken; bilgi ve deneyim eksikliği, konuya ilişkin gelişmelerin ve yeniliklerin takip edilememesi, resmi veya özel kurum/kuruluşlardan yararlanılamaması gibi durumların sorun oluşturduğu veya oluşturacağının önemsenmediği görülmektedir.
- İşletmelerin doğrudan müşterilerine yönelik olarak, pazarlama ve satış geliştirme faaliyetlerinde tercih ettikleri araçların başında, fiyat indirimleri yapma, kredi kartı ile ödeme kolaylığı sağlama, çocuklu müşterilere yönelik indirimler, işletmeyi tanıtıcı broşür/el ilanı v.b. hazırlama, müşterilerin özel günlerinde onlara özel ilgi ve ikramlarda bulunma, internette satış/rezervasyon kolaylığı, Türk gecesi v.b eğlenceler düzenleme seçenekleri ön plana çıkmıştır. Taksitle ödeme kolaylığı, animasyon faaliyetleri, indirim kuponları, hediyeler vb. gibi araçlar ise daha az rağbet görmektedir.

- İşletmeciler, faaliyet gösterdikleri Bodrum ve yöresine ilişkin genel değerlendirmelerini, vasat (normal) olarak nitelemişlerdir. Bulundukları yerin bilinen genel imajını olumlu olarak nitelerken, alt yapı, çevre düzenlemesi/peyzaj, yerel yönetim hizmetleri, genel çevre temizliği ve üst yapı hakkında olumsuz görüşleri ve genel memnuniyetsizlikleri söz konusudur. Genel kamu hizmetleri, güvenlik ve emniyet normal olarak nitelendirilirken; eğlence yerleri, plajlar, doğal güzellikler, tarihi eserler ve alışveriş yerleri açısından yöre, olumlu olarak değerlendirilmiştir.
- İşletmelerin, maliyetler açısından ucuz ve vasıfsız personel çalıştırmaya meyilli oldukları; personeline işbaşı eğitimi veya işe ve işletmeye uyumu için herhangi bir çaba içine girmedikleri; gerek yıldan yıla gerekse de sezon içerisinde çok yüksek bir personel devir hızına sahip oldukları görülmüştür.
- Personel seçiminde; personelin sahip olduğu iş tecrübesinin, kültür seviyesi ve olgunluk düzeyinin, yabancı dil bilgisinin ve olumlu referanslarının öncelikle değerlendirildiği; turizm eğitimi almış olmanın, uzun vadeli çalışmaya istekli oluşun vb. gibi kriterlerin üzerinde pek fazla durulmadığı görülmüştür.
- İşletmelerin, personelleri ile yaşadıkları sorunların başlıcaları olarak; personelin mesleki bilgi ve beceri eksikliği, personel arasında yaşanan uyumsuzluklar, çalışanların kişisel amaçlarını ve hedeflerini işletmeninkilerden üstün ve öncelikli görmesi ve yüksek ücret talepleri ön plana çıkmaktadır.
- İşletmelerin bu güne kadar sadece % 6,3'ünün turizm sektörüne verilen teşviklerden yararlandığı, çok büyük bir bölümünün bu tür desteklerden yararlanmadığı; buna gerekçe olarak da ihtiyaçlarının olmamasını, bürokratik işlerin zorluğu ve uzun sürmesi, teşvik kapsamında değerlendirilmedikleri ve maliyetinin yüksekliği öne sürülen başlıca nedenler olarak sıralanmıştır.
- İşletmelerin finansman ihtiyaçlarını karşılamada öncelikle işletme gelirlerini kullandıkları (% 96), yeterli gelmediği durumlarda, işletmecinin sahip olduğu diğer kaynakların kullanıldığı (% 88), az da olsa bankalar vb. finans

kuruluşlarından kredi temini (% 16) yoluna gittikleri, bazen de 3. kişilerden borç almak yolunu (% 5) tercih ettikleri görülmüştür.

- İşletmelerin yaklaşık 3/4'ünün, 2001'de çıkarılan ve konaklama işletmelerinin KOBİ kapsamına alınarak, yatırım ve işletme kredilerinden yararlandırılmasının öngörüldüğü karardan haberdar olmadıkları; bu kapsamda kendilerinin kredi alabilmeleri halinde, öncelikle işletme kredilerini tercih edeceklerini belirtenlerin yaklaşık % 51'lik bir oranda olduğu, yatırım kredisini tercih edenlerin % 9 ve hiçbirini almayacaklarını belirtenlerin oranı da % 40 olarak karşımıza çıkmıştır.
- İşletmelerin en önemli sorunları arasında; satışların ve kârlılığın artırılabilmesi, tur operatörleri ve seyahat acenteleri ile ilişkiler, vasıflı ve güvenilir personel bulunabilmesi, yerel yönetim uygulamaları, kaynak ve finansman temini, reklâm ve pazarlama çalışmaları öncelikli olarak yer almıştır. Yönetim ve organizasyon sorunları, sektörel gelişim ve değişimlerin takip edilebilmesi ve uygulamalarının zamanında ve doğru olarak gerçekleştirilmelerinin katılımcılar tarafından kayda değer bir problem veya eksiklik olarak görülmediğinin sonuçları ortaya çıkmıştır.
- Türkiye'nin AB sürecine ve bu süreçteki uygulama ve beklentilerine ele aldığımızda işletmecilerin; AB sürecinin turizme olumlu katkılar yaptığını ve bunların devamına inandığını; AB sürecinde, turizm sektörüne yönelik uygulamaları ve çalışmaları yerinde olup olmadığı konusunda kararsız olduklarını; yabancıların mülk edinebilmelerinin ülke turizmi ve işletmeleri açısından yararlı olacağına inanmadıklarını; hizmet çeşitliliği yaratmak ve kaliteyi artırmak gerektiği inancında olduklarını; bu süreçte büyük ölçekli konaklama işletmeleri ile rekabette avantajlarının olmayacağını; gelirlerinde ve kârlılıklarında artış olacağı konusunda kararsız olduklarını, yasal yükümlülüklerinin ve vergi yüklerinin artacağı konusunda hem fikir olduklarını ve nihayetinde Türkiye'nin AB sürecinin tam üyelikle sonuçlanmayacağı inancında oldukları görülmektedir.
- İşletmecilerin, turizm sektöründeki mevcut durum ve genel uygulamalara ilişkin yanıtları incelediğimizde karşımıza; turizm sektörüne yönelik KDV

indiriminin uygulanması gerektiği; Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, küçük ölçekli konaklama işletmelerine özel danışmanlık hizmetleri sunmasının faydalı olacağı; teşvik ve kredilerin kapsamının genişletilmesi, işlemlerin basitleştirilmesi gerektiği; konaklama işletmelerinin ihracatçı sayılarak desteklenmesi gerektiği, KÖKİŞ'lerin örgütlenerek, organize hareket etmelerinin çok önemli olduğu; sektöre yönelik alınan kararlara ve uygulama süreçlerine küçük ölçekli konaklama işletmelerinin de katılımının sağlanması gerektiği; yabancıların konaklama işletmeciliğine girmelerinin desteklenmediği; ülke ve özellikle bölge turizminin birkaç tur operatörü ve seyahat acentesinin tekelinden kurtarılması gerektiği; turizm sektöründe son dönemlerde uygulanan “herşey dahil” sisteminin, büyük ölçekli konaklama işletmelerin lehine, kendilerinin aleyhine olduğu ve mümkün olan en kısa sürede kaldırılması gerektiği; bölgede yer alan konaklama işletmesi sayısının ve yatak arzının yeterli düzeyde olduğu, yeni işletmeler açılması yerine mevcudun modernize edilmesi ve doluluk oranlarının sağlanmasının daha doğru olacağının sonuçları ortaya çıkmıştır.

Araştırma bulgularına ve sonuçlarına dayalı olarak, küçük ölçekli konaklama işletmelerinin sorunlarına ve içinde bulundukları duruma yardımcı olabilecek bazı öneriler geliştirilebilir şöyle ki;

- Küçük ölçekli konaklama işletmeleri için; politik, sosyal, ekonomik, çevresel ve teknolojik alanlarda sorun ve ihtiyaç belirleme çalışmaları yapılmalıdır.
- Öncelikli olarak bu işletmelere yönelik, güvenlik, emniyet ve genel standartlar belirlenmelidir. Burada ulusal ve uluslararası kriterlerle birlikte bölgesel farklılıklar da göz önüne alınmalıdır.
- İşletme sahiplerine ve yöneticilerine, yönetim ve organizasyon konularında eğitimler verilmelidir. Bu eğitimler yerel ölçekte ve sezon dışı zamanlarda gerçekleştirilerek katılım özendirilmelidir. Böylece birçok problemin temelinde yatan, yönetim ve organizasyon bilgi ve becerisi eksikliği, ortadan kaldırılmış olunacaktır.

- İşletmelerin finansal yapılarına katkıda bulunmak amacıyla, yararlanabilecekleri yurtiçi ve yurtdışı yapısal fonlara erişimleri ve faydalanmalarının sağlanması için gerekli çaba ve çalışmalar; devletin ve özel sektörün birlikte yürüteceği çalışmalar ile başarıyla sonuçlandırılmalıdır.
- Turizm sektörünün ve sektörü oluşturan alt birimlerin en kısa sürede örgütlü yapıya kavuşturulmaları gerekmektedir. Bu çerçevede küçük ölçekli turizm ve konaklama işletmeleri ayrıca değerlendirilmeli ve desteklenmelidir.
- Sektöre yönelik yasal düzenlemeler geciktirilmeden yerine getirilmeli ve bu düzenlemelerin hazırlık aşamasında tüm tarafların katılımı sağlanmalı ve istekleri koşullar çerçevesinde göz önünde bulundurularak yerine getirilmelidir.
- Sektörün üzerindeki vergi yükü hafifletilmeli, bu konuda uluslararası alanda yapılan uygulamalar dikkate alınmalıdır. Ayrıca, küçük ölçekli konaklama işletmelerine yönelik vergi kolaylıkları ve teşviklerinin getirilmesine yönelik düzenlemelere yer verilmelidir.
- Küçük işletmelerin fiziksel altyapı ve üstyapı koşullarının iyileştirilmesi için mali desteklerin yanısıra modernize çalışmaları için plan ve projeler üretilmelidir.
- Genel turizm politikaları çerçevesinde, turizmimizi çeşitlendirme, sezonluk özelliğinden kurtarma ve talebi tüm yıla yayma çalışmalarına ağırlık verilerek, doluluk oranlarının sürekliliğine ve artışına katkıda bulunulması gerekmektedir. Bu amaçla, özellikle iç turizmin canlandırılması için gereken önlemler alınmalı ve uygulanmalıdır.
- Çalışan personelin gerekli eğitimi alması sağlanmalı ve eğitimli personellerin istihdamını sağlayacak yasal düzenlemeler yapılmalıdır.
- İşletmelerde istihdamın artırılmasına ve kayıt dışı çalışmanın önlenmesine yönelik teşvikler ve tedbirler alınmalıdır. Sosyal güvenlik kesintileri, ücretler ve vergiler bu konuda bir araç olarak kullanılmalı, işverenin yükü hafifletilmelidir.

- İşletmeler arasında işbirliği ve dayanışmanın sağlanması, rekabetin ve rekabet koşullarının yapıcı olarak yürütülmesi için, ulusal ve yerel ölçekte programlar gerçekleştirilmeli ve uygulanmalıdır.
- Çevresel ve etik değerlerin önemi ve gereği hatırlatılarak, bu alanda turizmin sürdürülebilirliği ve işletmelerin sağlıklı işleyişine katkıda bulunacak çalışmalar yapılmalı, önlemler alınmalıdır.
- Yerel yönetimler ve küçük ölçekli işletmeler arasında işbirliği ve uyumun artırılması için gerekli özenin ve çabanın gösterilmesi gerekmektedir.
- İşletmelerin bilgi teknolojilerinden yararlanmaları ve etkin kullanımlarını artırmak amacıyla; gerekli altyapı çalışmaları, teknik bilgi, araç gereç ve uzman personel desteği gibi konularda yardımcı olunmalıdır. Özellikle internet kullanımının yaygınlaştırılması, on-line satış ve rezervasyon işlemlerinin benimsenip uygulanması halinde, aracı işletmelere olan bağımlılıkları azalacak ve pazar paylarına olumlu yansımaları olacaktır.
- Ulusal ve uluslararası network bağlantılarından yararlanmaları, merkezi rezervasyon sistemi için gerekli yapının oluşturulması ve yaygınlaştırılmasına çalışılmalıdır.
- Hizmetlerin çeşitliliğinin ve kalitesinin artırılması, müşterilerin beklentileri ve şikâyetlerinin dikkate alınarak hızla çözüme kavuşturulması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

AKGEMCİ, Tahir (2001). **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, Ankara: KOSGEB Yayınları.

ALPUGAN, Oktay (1988). **Küçük İşletmeler**, Trabzon: KTÜ Basımevi.

ALPUGAN, Oktay (1998). **Küçük İşletmeler: Kavramı, Kuruluş ve Yönetimi**, 3. Basım, Ankara: Özgün Matbaacılık.

ANDRIOTIS, Konstantinos (2001). "Scale of Hospitality Firms and Local Economic Development–Evidence from Crete". **Tourism Management** (23), s.333-341

AYDIN, Seçim (2005). Avrupa Birliği ve Turizm Sektörü, <http://www.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=19487> (04/04/2006).

AYKIN, Sibel Mehter (2001). "Turizm KOBİ'leri ve Avrupa Birliği'nin Turizm Sektörüne Yönelik Yol Haritası", **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, Türkçe-Güz, s.141-150, Ankara: Detay Yayıncılık.

BAĞRIAÇIK, Atila (1989). **Dışa Açılma Sürecinde Küçük ve Orta Boy Firmalar**, İstanbul: Dünya Yayınları, No: 44.

BARUTÇUGİL, İsmet Sabit (1989). **Turizm İşletmeciliği**, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

BUHALIS, Dimitrios; BASTAKIS, Costantinos ve BUTLER, Richard (2004). "The Perception of Small and Medium-Sized Tourism Accommodation Providers on The Impact of The Tour Operators' Power in Eastern Mediterranean", **Tourism Management** (25), s. 151-170.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; GILBERT, David ve WANHILL, Stephen (1993). **Tourism: Principles and Practice**, London: Pitman Publishing.

ÇELİK, Adnan ve AKGEMCİ, Tahir (1998). **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

DENİZER, Dünder (1992). **Turizm Pazarlaması**, Ankara: Yıldız Matbaacılık Sanayi

DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI (2000). **VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı**, Ankara: www.dpt.gov.tr (15/02/2005).

DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI (2004). **KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı**, Ankara: www.dpt.gov.tr (17/03/2006).

DİNÇER, Ömer (1991). **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, İstanbul: Timaş Yayınları.

DİNÇER, Ömer (1992). **Örgüt Geliştirme; Teori, Uygulama ve Teknikleri**, İstanbul: Timaş Yayınları.

DRAKOPOULOS, Georgios (2003). **AB ve Türkiye Turizmi**, Mevzuat-Politikalar-Fırsatlar Semineri, İstanbul: www.ttyd.org.tr/trmain.htm (04/04/2006).

EROL, Miktad (2003). **Turizm Pazarlaması**, Bursa: Ekin Kitabevi.

EUROPEAN COMMISSION (1996). “Comission Recommendation, 96/280/EC, Concerning the Defination of Small and Medium-Sized Enterprises, OJL 107”, <http://europa.eu.int/comm/enterprise> (10/05/2005).

EUROPEAN COMMISSION (2003b). “Observatory of European SMEs, No: 8”, Comission Staff Working Paper, Final, Brussels, <http://europa.eu.int/comm/enterprise> (10/05/2005).

EUROPEAN COMISSION (2003a). “Creating an entrepreneurial Europe; The activities of the European Union for Small and Medium-sized Enterprises(SMEs)”, Comission Staff Working Paper, Final, Brussels, <http://europa.eu.int/comm/enterprise> (10/05/2005).

EUROPEAN COMISSION (2003c). “Structure, Performance and Competitiveness of European Tourism and It’s Enterprise’s”, Official Publications of European Communities, Brussels, <http://europa.eu.int/comm/enterprise> (10/05/2005).

EUROPEAN COMISSION (2005). “The activities of the European Union for Small and Medium-sized Enterprises(SMEs), SME Envoy Report”, Comission Staff Working Paper, Final, <http://europa.eu.int/comm/enterprise> (02/03/2006).

GARANTİ BANKASI DERGİSİ (2005). “AB ve KOBİ’ler”, **Anadolu Sohbetleri**, Antalya: www.garanti.com.tr (25/06/2005).

GÜRDAL, Mehmet (1995). **Turizm Ulaştırması**, 3.Baskı, İzmir: Karınca Matbaası.

KARATAŞ, Süleyman (1991). **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler**, İstanbul: Veli Yayınları.

KOZAK, Nazmi; AKOĞLAN, Meryem; DENİZER, Dünder; KOZAK, Metin; TETİK, Nilüfer ve YEŞİLTAS, Mehmet (1995). **Otel İşletmeciliği: Kavramlar – Uygulamalar**, Ankara: Anatolia Yayıncılık.

LEIDNER, Rüdiger (2004). The European Tourism Industry: A Multi-Sector with Dynamic Markets; Structures, Developments and Importance for Europe’s Economy, Report Prepared for The Enterprise DG of The European Comission, Brussels.

MATLAY, Hary (2004). “Small Tourism in e-Europe: Definitional, Conceptual and Contextual Considerations”, **Small Tourism in Tourism: International Perspectives**, Advances in Tourism Research Series, sh. 297-311, Oxford.

MUCUK, İsmet (1998). **Modern İşletmecilik**, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

MÜFTÜOĞLU, Tamer (1998). **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ’ler); Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar**, Ankara: Turhan Kitabevi.

OLALI, Hasan (1990). **Turizm Politikası ve Planlaması**, İstanbul: İ.Ü.İşletme.Fakültesi Yayınları, No:228.

OLALI, Hasan ve KORZAY, Meral (1993). **Otel İşletmeciliği**, İstanbul: Beta Yayınları.

ÖĞÜT, Adem ve GÖK, Tolga (2005). “Türkiye-AB İlişkilerinin Turizm Sektörüne Olası Yansımaları: Karşılaştırmalı ve Etkileşimsel Bir Değerlendirme”, I.Çanakkale Turizm Biyenalı, ÇOMÜ TİOYO, 5-7 Mayıs, s. 303-314.

ÖREN, Kenan (2003). “Avrupa Birliği ve Türkiye’nin Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere Sağladığı Devlet Teşvikleri ve Kullanım Alanlarının Karşılaştırılması: Nevşehir İli’nde Bir Uygulama”, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt: 4, Sayı: 2, sh. 105-119, www.kosgeb.gov.tr (12/02/2003).

ÖZ ALP, Şan (1971). **Küçük İşletmeler**, Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi.

ÖZTEKİN, Hikmet ve İLHAN, İbrahim (1994). “Konaklama Endüstrisi ve Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması”, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, Türkçe, Eylül, s. 12–15, Ankara.

RESMÎ GAZETE (2005). “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik”, 2005/9617 Karar Sayısı, <http://rega.basbakanlik.gov.tr> (24/12/2005).

SAYIN, Murat (1997). **AB’de KOBİ Destekleme Programları ve Diğer Teşvik Araçları**, Ankara: KOSGEB Yayınları.

SARIASLAN, Halil (1994). **Orta ve Küçük İşletmelerin Finansal Sorunları**, Ankara: TOBB Yayınları, No: 281.

SCHMIEMANN, Manfred (2002). “Enterprises in Europe – Does Size Matter?”, **Eurostat - Statistics in Focus**, Industry Trade and Services, Theme 4, KS-NP-02-039-EN-N, www.eurostat.com (18/02/2006).

SCHMIEMANN, Manfred (2004). “SMEs in the Candidate Countries”, **Eurostat - Statistics in Focus**, Industry Trade and Services, Theme 4, KS-NP-04-005-EN-N, www.eurostat.com (18/02/2006).

SCHMOLL, G.A (1977). **Tourism Promotion**, London:Tourism International Press.

SEZGİN, Orhan Mesut ve ACAR, Yıldırım (1991). **Turizm; Tanıtım- Pazarlama-Ekonomi**, Ankara: Baştem Yayınları, No: 1.

SNIJDERS, Jacquelin; VAN LIN, Micha ve VAN DER HORST, Rob (2003). **Highlights from the 2003 Observatory**, EIM Business & Policy Research, Brussels, <http://europa.eu.int/comm/enterprise> (02/03/2006).

ŞİMŞEK, Mustafa Yaşar ve ARSLAN, Mehmet (1998). **Turizm İşletmeciliği**, Ankara: Tutibay Yayınları.

TODD, Graham (2001). “World Travel and Tourism Today”, **Tourism and Hospitality in the 21. Century**, Butterworth Heinemann, Oxford.

- TOSUN Cevat ve BİLİM Yasin (2004). “Şehirlerin Turistik Açıdan Pazarlanması”, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt 15, Sayı:2 125-138
- TOSUN, Cevat (1999). “An Analysis of Contributions of İnternational İnbound Tourism to the Turkish Economy”, **Tourism Economics**, 5 (3): 217-250.
- TOSUN, Cevat (1998). **Local Community Partipation in The Tourism Development Process: The Case Of Urgup in Turkey**, İngiltere: The Scottish Hotel School University of Strathclyde, Basılmış Doktora Tezi.
- TOSUN, Cevat; TİMOTHY, Dallen J. ve ÖZTÜRK, Yüksel (2003). “Tourism Growth, National Development And Regional inequality in Turkey.” **Journal of Sustainable Tourism**, Vol: 11, No: 2&3, s: 133-161.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban ve TAYFUN, Ahmet (2001). **Otel İşletmeciliği**, Ankara: Tutibay Yayınları.
- VARLIER, Oktay (2003). **AB ve Türkiye Turizmi**, Mevzuat-Politikalar-Fırsatlar Semineri, İstanbul: www.ttyd.org.tr/trmain.htm (04/04/2006).
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (2005). **Tourism Vision 2020**, www.world-tourism.org (14/03/2006).
- YARCAN, Şükrü (1996). **Türkiye’de Turizm ve Uluslararasılaşma**, 1. Basım, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- YOLAL, Medet (2003). **Türkiye’deki Küçük ve Orta Büyüklükteki Konaklama İşletmelerinde Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Faydalanılan İnternet Sayfaları

<http://www.sba.gov/size/summary-what-is.html> : 04/01/2006

www.sba.gov/size/tableofsizestandards : 04/01/2006

www.kosgeb.gov.tr : 12/02/2003

<http://europa.eu.int/comm/enterprise> : 10/05/2005 - 02/03/2006

www.ikv.org.tr : 24/12/2005

www.deik.org.tr : 27/02/2005

<http://rega.basbakanlik.gov.tr> : 24/12/2005

www.garanti.com.tr/kobi/anadolusohbetleri : 02/07/2005

www.eurostat.com : 18/02/2006

www.dpt.gov.tr : 17/03/2006

<http://esa.un.org/unpp/p2k0data.asp> : 22/06/2005

www.world-tourism.org/fact : 10/02/2004 - 14/03/2006

www.hazine.gov.tr/stat/kobiler : 02/03/2006

www.euturkey.org.tr/abportal : 03/03/2006

www.msf.gov.tr : 12/03/2006

www.mkg-consulting.com : 18/06/2006

www.ttyd.org.tr : 04/04/2006

www.turizmdebusabah.com : 08/03/2006

www.turizm gazetes i .com/articles/article.aspx?id=19487 : 04/04/2006

www.wttc.org : 12/02/2006

www.ih-ra.com : 05/05/2005

EK – 1**ANKET FORMU ÖRNEĞİ**

Sayın İşletmeci,

Bu araştırma, Küçük Ölçekli Konaklama İşletmelerinin mevcut durumlarını görmek, sorunlarını tespit etmek ve çözüm önerilerinde bulunabilmek amacıyla yapılmaktadır. Elde edilen veriler ve varılan sonuçlar sadece bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır. İlginize teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Salih Zeki ŞAHİN

Yüksek Lisans Öğrencisi

(Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşlet. ABD.)

I. İŞLETME BİLGİLERİ

İşletme Türü : Otel Motel Pansiyon Apart Otel Diğer (.....)

İşletme Sınıfı : Bakanlık Belgeli Belediye Belgeli Diğer (.....)

Faaliyet Süresi : 5 Ay 6 Ay 7 Ay 9 Ay 12 Ay Diğer (.....)

Personel Sayısı : Oda Sayısı : Yatak Sayısı : Kuruluş Yılı :

II. ALAN ARAŞTIRMASINA İLİŞKİN BİLGİLER

1. İşletme kim tarafından yönetilmektedir?

İşletme sahibi / sahipleri Profesyonel Yönetici Diğer (.....)

2. İşletmenizi nasıl edindiniz ?

Satın aldım Miras kaldı Kendim kurdum Kiraladım Diğer (.....)

3. İşletmenizde, konaklamanın yanı sıra, aşağıdaki hizmetlerden hangileri verilmektedir?

Yiyecek-İçecek Döviz bozma Kiralık kasa Kartpostal/Gazete v.b satışı
Hediyelik eşya satışı Uluslararası Tlf görüşmeleri Yüzme Havuzu İnternet
Animasyon Kablo TV – Şifreli TV yayınları Diğer (.....)

4. İşletmenizin satışına aracılık ettiği hizmetler var mı ? (Uygun olanları işaretleyiniz)

Çevre gezileri Tekne turları Araç kiralama Değerli takı, süs ve giyim eşyası satışı
Özellikli restoran, gece kulübü, aqua park vb. mekânlara rezervasyon ve bilet satışı
Diğer (.....)

5. İşletmenizin ortalama genel doluluk oranı nedir?

% 40 – 50 % 50 – 60 % 60 – 70 % 70 – 80 % 80 – 90 % 90 – 100

6. Oda satışlarınızı nasıl gerçekleştirmeniz? (Öncelik sırasıyla; 1,2,3, ... belirtiniz)

() Münferit müşterilere doğrudan satış () Seyahat acentaları aracılığı ile satış
() İnternet aracılığı ile satış () Diğer (.....)

7. İşletmenizin mal ve hizmetlerini fiyatlandırmada kullandığı yöntem; (Öncelik sırasıyla; 1,2,3, ... belirtiniz)

() Maliyete dayalı fiyatlandırma () Rekabete dayalı fiyatlandırma
() Talebe dayalı fiyatlandırma () Diğer (.....)

8. İşletmenizin mal ve hizmetlerini fiyatlandırmada karşılaştığı sorunlar; (Önem sırasıyla; 1,2,3, ... belirtiniz)

() İşletmenin sabit maliyetlerinin yüksek olması () Ürün maliyetlerinin yüksek olması
() Etkin bir maliyet sisteminin olmaması () Talep yetersizliğiyle fiyatların düşük tutulması
() Rekabet nedeniyle fiyatların düşük tutulması
() Ekonomik istikrarsızlıklar nedeniyle karşılaşılan güçlükler () Diğer (.....)

9. Pazarlama ve Satış geliştirme faaliyetlerinizde kullandığınız kanallar ?(Önem sırasıyla; 1,2,3, ... belirtiniz)

() Kişisel satış () Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri () Fuar ve Sergiler
() Yazılı Basın () Görsel Basın () İnternet () Afiş, Broşür, Katalog v.b
() Radyo () Resmi ve Özel kuruluşlar aracılığı ile () Diğer (.....)

10. İşletmenizin pazarlama ve satış geliştirme konusunda karşılaştıkları sorunlar nelerdir?

(Önem sırasıyla; 1,2,3, ... belirtiniz)
() Bilgi ve deneyim eksikliği () Maliyetlerin çok yüksek olması
() Konuyla ilgili gelişmelerin ve yeniliklerin takip edilememesi () Kalifiye personel eksikliği
() Benzer hizmetler sunan işletmelerle işbirliğinin sağlanamaması
() Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri gibi aracı kuruluşlardan yararlanılamaması
() Resmi ve Özel kuruluşlardan yararlanılamaması () Diğer (.....)

11. Müşterilerinize yönelik, pazarlama ve satış geliştirmede kullandığınız araçlar nelerdir ?

- () Fiyat indirimleri () İşletmeyi tanıtıcı broşür () Animasyon faaliyetleri () Taksitle ödeme
 () Kredi kartı ile ödeme () Belli yaş grubu çocuklar için fiyat indirimleri veya ücretsiz kabul
 () Türk gecesi vb. eğlenceler () İndirim kuponları/Hediyeler () İnternette satış/rezervasyon
 () Özel günlerinde özel ikram,ilgi,hediye () Diğer (.....)

12. İşletmenizin bulunduğu çevreye ilişkin görüşleriniz

	<i>Çok iyi</i>	<i>İyi</i>	<i>Normal</i>	<i>Kötü</i>	<i>Çok kötü</i>
İmaj	O	O	O	O	O
Genel Çevre Temizliği	O	O	O	O	O
Çevre Düzenlemesi / Peyzaj	O	O	O	O	O
Plajlar	O	O	O	O	O
Eğlence Yerleri	O	O	O	O	O
Alışveriş Merkezleri	O	O	O	O	O
Alt Yapı	O	O	O	O	O
Üst Yapı	O	O	O	O	O
Yerel Yönetim Hizmetleri	O	O	O	O	O
Genel Kamu Hizmetleri	O	O	O	O	O
Doğal Güzellikler	O	O	O	O	O
Tarihi Eserler	O	O	O	O	O
Güvenlik ve Emniyet	O	O	O	O	O

13. Personelinize hizmetiçi eğitim veriyor musunuz ?

Evet Hayır Gerek görmüyorum

14. Her faaliyet yılında aynı personelle mi çalışıyorsunuz ?

Evet Hayır Kısmen (% Değişiyor)

15. Personel seçiminde önem verdiğiniz kriterler nelerdir?(Öncelik sırasıyla; 1,2,3, ... belirtiniz)

- () Turizm eğitimi almış olması () Yabancı dil bilgisi () Sektördeki iş tecrübesi
 () Olumlu referansları () Uzun vadeli çalışmaya istekli oluşu
 () Belli bir olgunluk ve kültür düzeyinde olması () Diğer (.....)

16. Genel olarak, personele ilişkin yaşadığınız sorunlar nelerdir ?

Yüksek ücret talebi Mesleki bilgi ve beceri eksikliği İşten kaytarma
 Özel amaçların, işletmenin amaçlarına tercihi Personel arasında uyumsuzluk
 Kişilik bozuklukları Suç işleme Diğer (.....)

17. Turizm sektörüne verilen teşviklerden yararlandınız mı ?

Evet Hayır

18. Yararlanmadıysanız eğer, nedenlerini (1,2,3) önem sırasına göre belirtiniz ?

() Teşviklere ilişkin bilgimiz yok () Bürokratik işlemler zor ve uzun () Maliyeti yüksek
 () Geri ödeme süresi kısa () Teşvik kapsamına girmiyoruz () Diğer (.....)

19. İşletmenizin finansman ihtiyacını hangi yolla karşılıyorsunuz ? (Birden fazla işaretlenebilir)

İşletme gelirleriyle Kendi varlıklarım ile Banka vb. kuruluşlardan kredi temini ile
 3. Kişilerden borç alarak Diğer (.....)

20. Küçük Ölçekli Konaklama İşletmelerinin, 2001'den itibaren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) kapsamına alınarak, Türkiye ve AB fonlarınca desteklendiğini biliyor musunuz ?

Evet Hayır

21. İşletmenizi, bu kapsamda verilen desteklerin hangisinden yararlandırmayı isterdiniz ?

Yatırım Kredisi İşletme Kredisi Hiçbiri

22. En çok hangi konularda sorunlar yaşıyorsunuz ? (Öncelik sırasıyla; 1,2,3, ... belirtiniz)

() Vasıflı ve güvenilir personel bulmada () Reklam ve pazarlama çalışmalarında
 () Satışları ve kârlılığı artırmada () Kaynak ve finansman temininde
 () Yerel Yönetimler ve uygulamaları ile () Seyahat acent. ve Tur Opert. ile ilişkilerde
 () Sektörel gelişme ve değişimleri takip ve uygulamada
 () Yönetim ve Organizasyon uygulamalarında () Diğer (.....)

23. Aşağıda verilen önermelere, Katılıp Katılmadığınızı belirtiniz lütfen.

1= Kesinlikle Katılıyorum 2= Katılıyorum 3= Kararsızım 4= Katılmıyorum 5= Kesinlikle Katılmıyorum

A) AB Sürecine ilişkin olarak;

AB sürecinin ülke turizmine katkısı olumludur ve olmayada devam edecektir	1	2	3	4	5
AB sürecinde turizm sektörüne yönelik yapılan uygulamaları ve çalışmaları yerinde buluyorum	1	2	3	4	5
Yabancıların mülk edinebilmeleri turizmimiz ve işletmelerimiz açısından yararlı olacaktır	1	2	3	4	5
Hizmet çeşitliliği yaratmak ve kaliteyi artırmak gerekecektir	1	2	3	4	5
Büyük Ölçekli Konaklama İşletmeleriyle rekabette avantajlı olacağız	1	2	3	4	5
Gelen turist sayısındaki artışa paralel olarak karlılığımız artacak	1	2	3	4	5
Yasal yükümlülüklerimiz artacak, vergi yükümüz ağırlaşacaktır	1	2	3	4	5
Türkiye'nin AB süreci tam üyelikle sonuçlanacaktır	1	2	3	4	5

B) Genel Uygulamalara İlişkin Olarak;

Turizm sektörüne yönelik KDV indirimi uygulanmalı	1	2	3	4	5
Bakanlık, Küçük Ölçekli Konaklama İşletmelerine özel "Danışmanlık" hizmetleri sunmalı	1	2	3	4	5
Teşvik ve kredilerin kapsamı genişletilmeli, işlemler basitleştirilmeli	1	2	3	4	5
"Görünmeyen ihracat" görülmeli ve Konaklama İşletmeleri ihracatçı sayılarak desteklenmeli	1	2	3	4	5
Küçük Ölçekli Konaklama İşletmeleri (KÖKİŞ) örgütlenerek, organize hareket etmeli	1	2	3	4	5
Sektöre yönelik alınan kararlar ve uygulama süreçlerine bizlerin katılımı sağlanmalı	1	2	3	4	5
Yabancıların Konaklama İşletmeciliğine girmeleri olumlu görülmeli	1	2	3	4	5
Turizmimizin birkaç Sey. Acent. ve Tur Opert. tekelinden kurtarılmalı	1	2	3	4	5
"Her şey dahil" sistemi Büyük Ölçekli Konaklama İşletmelerinin lehine, bizlerin aleyhine olmuştur	1	2	3	4	5
Konaklama İşletmesi sayısı ve yatak arzı yeterli düzeydedir	1	2	3	4	5

III. KATILIMCIYA İLİŞKİN BİLGİLER

Cinsiyet : Bay Bayan **Yaş :** **Medeni Hal :** **Eğitim Durumu :**

Bildiğiniz Yabancı dil / diller :

Ekleme İstedığınız Görüşlerinizi, Dilek ve Şikayetlerinizi Aşağıya Yazabilirsiniz !