



İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ İKTİSAT FAKÜLTESİ
MEZUNLARI CEMİYETİ
AYLIK YAYIN ORGANI

İKTİSAT DERGİSİ

HAZİRAN 1971

SAYI 84

CİLT : 14

350 KURUŞ

TÜRLON

Türk Nylon 6 ipliği

SİFAŞ

SENTETİK İPLİK FABRİKALARI
A. Ş.

MERKEZİ : Bursa — Sanayi Bölgesi

Telefon: 33 12 — 26 44

BÜRO : Bursa — Atatürk Caddesi, Ticaret Bankası, İş Han Kat 1
Tlf: 44 89


BÜRO : İstanbul — Unkapanı Atatürk Bulvarı, Manifaturacılar Çarşısı
No. 3501 — 3502 Telefon: 22 35 73 — 27 72 53

Dikkat !

Daha evvel başka yerde basılan yazılara ücret ödenmez. Yazılarda ki fikirler yazarlara aittir. Cemiyeti ve dergiyi sorumlu kılmaz gönderilen yazılar basılsın veya basılmasın iade edilmez.

Reklâm Tarifesi

Ön kapak içi	750,— TL.
İç sahife	500,— TL.
Arka kapak içi	750,— TL.
Arka kapak	1000,— TL.



İKTİSAT DERGİSİ

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ İKTİSAT FAKÜLTESİ
MEZUNLARI CEMİYETİ YAYIN ORGANIDIR

İktisaden zayıf bir millet fakrî sefaletten kurtulmaz; Kuvvetli bir medeniyete, refah ve saadete kavuşamaz; İçtimai ve Siyasî felâketlerden yakasını kurtaramaz.
K. ATATÜRK

CİLT : XIV
HAZİRAN 1971
SAYI : 84

Fiatı : 3.5 T. L.
Yıllık : 42-6 Aylık : 21 TL.

YAZI HEYETİ İSTANBUL

MUAMMER BAŞOĞLU
NİHAT BATUR
İLKER BİRDAL
NATİK BUDA
FARUK ÇEHRELİ
MEHMET EMANET
ZEKİ ERGİNSU
ŞEMSEDDİN GÜLER
Prof. Dr. MÜKERREM HİÇ
EROL OKUYAN
GÜNER ŞEKERCİOĞLU
YALÇIN SARI
ORHAN SOFUOĞLU
REŞAT UMUR
RIDVAN YÜKSELEN
ANKARA
ORHAN BULDAÇ
NACİ SARIEYYÜBOĞLU
SEZER SUNGUR

Sahibi : Cemiyet Adına OKTAY EMED

Yazı İşleri Müdürü : NİHAT BATUR

İdare Müdürü : ZEKİ ERGİNSU

İdare Yeri : Tüznel Galip Dede Cad. No. 48/1

Telefon : 44 04 36 - 49 89 03 - 44 48 63

P. K. 599 Karaköy/İst.

Basıldığı yer : YENİLİK BASIMEVİ

İÇİNDEKİLER

2. Derginin Sesi ***
3. Mark - Dolar Savaşı Erol EVGİN
6. Turizm Olayı ve Türkiye'de Turizm Nuran ADAK
33. Tüketici Organizasyonları Reha BAVBEK
37. Kentleşme, Ulusal Kalkınma ve Devlet
Plânlama Teşkilâtı Orhan ERDENEN

Derginin Sesi !.

Sevgili ve Değerli Okuyucularımız,

Bu sayımızla birlikte Dergimiz yedinci neşir hayatını tamamlayarak sekizinci yılına giriyor. Her zaman olduğu gibi bu mutlu güne gelmemizde sizlerin büyük katkılarınızı tekrarlamaktan şeref duymaktayız. Ancak, daima daha iyiyi, daha güzeli sizlere sunmayı prensip olarak kabul eden bizler, her fırsatta bunu gerçekleştirmek azmiyle gayret eden bizlerin önümüzdeki günler içinde bazı istekleri var;

1 — Dergimizden istifade edebiliyor musunuz; Daha ziyade hangi konular sizce daha ilgi çekici oluyor,

2 — Yayınladığımız yazılarla İktisadi, Mali ve Sosyal konuları Resmî ve Özel sektör açılarından ne derece değerlendirebiliyoruz. Kanımızca bitarafliğimiz tasvib ediliyor mu?

3 — Dergimizde yazılarına yer verdiğimiz yazarlar hakkında bilgi sahibi olmakta kısaca resimleriyle birlikte bibliografilerini sunmamızda fayda görürmüsünüz?

4 — Ayın Ekonomik Olayları sahifemizin bu günkü haliyle neşrinde ne derece mutabıksınız. Her hangi bir değişiklik teklifi veya tavsiyede bulunabilir misiniz?

5 — Yedi yıldan beri oturmuş bir dergi vasfını kazanan matbuamız neşir ortamında henüz yer vermediğiniz, düşüncelerinizde yer alan, arzuladığınız konular var mıdır?

6 — Değişiklik ve derginin havasına hayatıyet getirmesi bakımından zaman zaman Röportajlara yer vermekten fayda umar mısınız; Keza, ekonomik hayatımızı etkileyen mühim müesseselerimiz hakkında bilgi vermekte hem fikir miyiz.

7 — Dergimiz elinize muntazam geçmekte midir? Gecikme veya arada sayı atlamaları oluyor mu?

8 — Ayrıca, bu sorulara ilâve hususlar veya düşündükleriniz var mı?

Bütün bu sorular ve ilâve görüşler, Dergimizi sekizinci neşir yılında sizlere daha tesirli ve zevkle okuyacağınız bir İktisat Dergisi kazandırmak amacıyla sorulmaktadır. Lütfen, görüş teklif ve tenkitlerinizi en kısa zamanda bize gönderiniz.

Bunu bize çalışma azmi ve yön verecek bir işaret olarak bekliyoruz.

Peşin teşekkürlerimizi sunar yakın ilgilerinizi bekleriz.

Sevgi ve Saygılarımızla
İKTİSAT DERGİSİ



EKONOMİK DURUM

Mark - Dolar Savaşı

Erol EVGİN

Yıllardanberi süregelen DM - \$ soğuk harbi nihayet geçtiğimiz Mayıs ayında patlak verdi ve Mark'ın Dolar karşısında serbestçe muamele görebilmesi kararıyla son buldu.

Amerika Birleşik Devletleri'nde 1793 yılındanberi para birimi olarak kullanılan Dolar, bu devletin her alanda ilerleme kaydederek dünya ekonomisinde üstün duruma geçmesi sonucu Habeşistan (1945 ten sonra), Kanada (1949 dan sonra), bazı Orta Amerika Devletleri, Avustralya, Milliyetçi Çin, Hong-Kong, Yeni Zelanda ve Liberya'da da para birimi olarak kullanılmağa başlandı. Hele II. Dünya Harbi'nden sonra A.B.D. nin savaş alanında atom bombasıyla kazandığı başarı ticaret alanında da dolar bombasıyla devam etti.

«Mark» ise bu kadar talihi değildi. Nitekim Almanya'nın yenilgileriyle son bulan Birinci ve İkinci Dünya Harpleri arasında meydana gelen «Markın düşüş sürati» olayı dünya ekonomi tarihinde büyük yer kaplamaktadır. Yukarıda bahsedildiği gibi II. Dünya Harbi'nden A.B.D. nin galip çıkmasıyla Dolar dünya ekonomisine hakim olduğu zaman (1945-1955 lerde) Mark'ın sözü dahi edilmiyordu, aranan para yalnız Dolar'dı. Ancak A.B.D. nin dünya politikasına hakim olabilme arzusu ile dış ülkelere yaptığı yardımlar, işsizliğe karşı enflasyona tolerans göstermesi, Vietnam Savaşı'nın aşırı giderleri ve Ortak Pazar ülkelerine yapılan sermaye yatırımları dolayısıyla ihracatta kazandığını diğer yollardan daha fazla harcaması sonucu, öde-

meler bilânçosu açık vermeye başladı. Üretimleri artan Avrupa ülkeleri A.B.D. nden ithalâtı azalttılar, ancak bu ülkelerde dolar stoku arttığından ellerindeki dolarları altına çevirdiler, böylece A.B.D. nin elindeki altın stokları da azalmış oldu. Bu suretle dolar buhranı veya altın paniği denilen olay doğmuş oldu.

Almanya'nın durumu ise daha başkaydı, zira her iki Dünya Harbi'nden mağlup çıkması Mark'ın talihsizliğinin ilk deliliydi. Ancak son 10 yıl zarfında Alman sanayii o kadar gelişti ki bugün «Alman mucizesi meydana gelmiş oldu. B. Almanya'nın ihracatı 1948 yılında 600 milyon dolar civarında iken 1961 yılında 12 milyar 687 milyon dolar, 1969 yılında 29 milyar dolar, 1970 yılında ise 35 milyar dolar civarına ulaştı. Bu anormal gelişme sayesinde Mark aranan ve güvenilir bir para haline geldi. Dolar'lar Mark'a çevrilmeye başlandı. Fakat memlekete akan döviz ise zaman zaman Almanya'nın başına dert oldu ve bu döviz bolluğu yüzünden Mark zaman zaman evalüe edildi.

Son olarak 5 Mayıs 1971 günü patlak veren bunalımın sonunda da B. Almanya üç alteratifle karşı karşıya kaldı:

- 1) Mark'ın revalüasyonu
- 2) Pasif kambiyo kontrolü

3) Değişken kur uygulaması (cours flottant)

Buhran 5 gün sürdü, bu arada 8 Mayıs 1971 günü Brüksel'de yapılan Ortak Pazar Maliye Bakanları'nın toplantısından sonra Alman Mark'ına değişken kur uygulanmasına izin verilmiş ve bu kararın tatbikine de 10 Mayıs 1971 tarihinden itibaren geçilmiş oldu.

Durumu şöylece özetleyebiliriz: İkinci Dünya Harbi'nden sonra A.B.D. nin devamlı artan ihracatı yüzünden (Dolar) kıymeti süratle yükselmiş ve dolar, altın gibi aranan bir meta haline gelmiştir. Ancak A.B.D. nin askerlik giderleri, bu arada Vietnam Savaşı, dış ülkeler yapılan özel sermaye yatırımları ve Amerikan turistlerinin sarfettiği dolarlar yüzünden ihracatın getirdiğinden daha fazla döviz kaybı olmuş ve A.B.D. nin ödemeler dengesi bozularak doların kıymeti tehlike geçirmiştir.

Ancak Alman Hükûmeti'nin ekonomideki aşırı titizliği, döviz fazlalığına rağmen lüzumsuz döviz sarfından kaçınması sonucu Mark'ın kıymeti süratle artmış ve yukarıda bahsedilen olaylar meydana gelmiştir. Ayrıca Potsdam ve Yalta Konferanslarıyla B. Almanya'nın silâhlanmasının yasaklanmış olma-

sının da mühim bir faktör olduğunu unutmamak gerekir. Böylece en zengin ülkenin parasına karşı Avrupa ülkeleri meydan okumuş olmaktadır. Fransızlar bu şekilde derhal bir deyim yakıştırmışlardır: Avrupalı Avrupa (l'Europe euro-

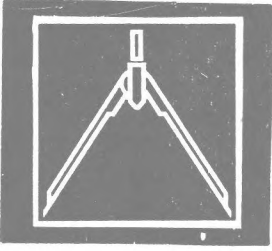
péenne), yani Amerika'ya karşı Avrupa (d'Europe anti-américaine). Ancak tatbik edilmekte olan değişken kur sisteminin ne kadar süreci belli olmayıp önümüzdeki aylar yeni gelişmelere namzet görünmektedir.

TÜRKİYE'DE SOSYAL
VE EKONOMİK DENGE

Yazan :

ORHAN BULDAÇ

Fiatı 15.- TL.



Turizm Olayı ve Türkiye'de Turizm

Yazan : Nuran ADAK

BÖLÜM I. TURİZM OLAYI VE TARİHÇESİ

1. Turizmin tarifi : 20. inci yüzyıl-
da medeniyetin insanlığa kazan-
dırdığı sosyal, ekonomik ve kül-
türel aşamalar sebebiyle bilhas-
sâ II. Dünya Savaşından sonra
turizm insan yaşantısının vazge-
çilmez bir unsuru haline gelmiş-
tir. Her yıl milyonlarca insanın
evlerini geçici olarak terk ede-
rek meydana getirdikleri turizm
olayı asrımızın üçüncü çeyrek
yüzylında dünya üniversitelerin-

de öğretim, çeşitli araştırmaların
konusu olmuştur. Bu arada tu-
rizmin muhtelif tarifleri yapılmış
olup, bunlar arasında en çok benimseni
Prof. HUNZİKER ile Prof. KRAPP'ın müşte-
reken yaptıkları ve Milletlerası
Turizm ilmi Eksperleri Cemiyeti
(AIEST - Association Internation-
ale d'experts acientifique
du turisme) tarafından doktriner
mahiyette tavsif edilen tariftir.
Bu tarife göre turizm : «Para
kazanma amacına dayanmayan
ve devamlı kalış şekline dön-
memek şartıyla, yabancıların de-
vamlı yaşadıkları yer dışındaki
bir yerde konaklamalarından ve
seyahatlerinden doğan olay ve
münasebetlerin bütünüdür. (1)
Bu tarife göre Turizm olayının

- (1) W. HUNZIKER - K. KRAPP: Allgemeine
Fremdenver Kehrslerhe Zwrich 1942
S. 21.
W. HUNZIKER : Betriebswirtschafts-
lehre des Fremden verkehrs I Bern
1959 S. 11.

üç unsuru bulunmaktadır.
Bunlar :

A. Turizm olayının en önemli unsuru sujedir. Yani bu olayı yaratan insan veya insan grublarıdır. (Turist)

Nitekim, Monte-Carlo uluslararası turizm akademisinin düzenlediği «TURİZM TANIMI» mükâfatını kazanan Mayer turizm olayını insan psikolojisinin bir tezahürü olarak yer değiştirme, değişiklik, kaçma uzaklaşma isteği olarak tanımlamaktadır. (2)

B. İkinci unsur bu olayın para kazanma amacına dayanmamasıdır. Turizm olayı kazanç temin etmek gayesi dışında husule gelmektedir. Turist üreten değil, tüketendir.

C. Üçüncü unsur devamlı kalış şekline dönmek, seyahat etmek kaydıyla konaklamaktır. OECD-İktisadi İş Birliği ve Kalkınma Teşkilâtı Turizm Komitesince kabul edilip, kullanılan tanıma göre **turist şu nitelikleri taşır.**

aa) Zevki için, tatil gayesiyle, ailevi, sıhhi ve benzeri sebeplerle seyahat edenler.

bb) Bilimsel, idari, diplomatik, dini, sportif ve benzeri sebeplerle veya bu çeşit toplantılara katılmak amacı ile seyahat edenler.

cc) İş seyahati (Business) yapanlar.

dd) Deniz gezileri yapanlar.

Yukarıda sayılan şekilde, oturdukları yer dışında, 24 saat geçiren kişiler turist sayılmaktadır. Aksi halde yani 24 saatten az kalanlar (exoursioniste) sayılırlar. Ayrıca devamlı kalmak gayesiyle yapılan aşağıdaki seyahat ve konaklamalar turizm olayının dışında sayılmakta ve pek tabii olarak bu olayların sujeleri turist sayılmamaktadırlar. Bunlar;

aa) Bir iş mukavelesi ile veya mukavelesiz bir yabancı yere gidip çalışmak.

bb) Yerleşmek üzere göç edenler.

cc) Öğrenim görmek için gelenler.

dd) Bir ülkede oturup, diğerine çalışmaya gidenler (özellikle sınırlarda)

ee) Transit yolcular (ülkeden geçiş süreleri 24 saati aşsa bile) meselâ, otobüs ve kamyon şöförleri ile yolcular.

(2) Revue de l'Academie intern du tourisme Monte Carlo.

2. Turizmin tarihçesi :

a) İlk çağlarda : Tarihin ilk çağlarından itibaren insanların tabii imkânlar elde etmek için kitleler halinde yer değiştirdikleri bilinmektedir. Ancak bu hareketlerin bugün anladığımız ve yukarıda ta ve bunu takiben yayınladığı notları görüyoruz. (1295) Bu nunla beraber Mısır, Yunan ve Roma medeniyetlerinde insanların zevk için seyahat ettiklerinin tesbit edilmiş olduğu bazı müelliflerce iddia edilmektedir.

b) Orta Çağda; Bu çağda Mar-ko Polo'nun Asya seyahati ve bunu takiben yayınladığı notları görüyoruz. (1295) Bu notlar turizm tarihinin ilk e-seri sayılabilir. Daha sonra pusulanın icadı, gemicilik ve haritacılık tekniğinin gelişmesi artık deniz yoluyla gelişen bir seyahat cereyanı başlatıyordu.

Portekizli gemici Vasco de Gama'nın Ümit burnunu do-laşması (1498) ve Hindistan deniz yolunu açısı Christophe Colombe'un Amerika seya-hatleri (1492-1498) Magel-la'nın 1520 senesindeki ilk deniz yoluyla dünya turu bel-li başlı seyahatler ise de

bunları turizm faaliyeti ola-rak saymak mümkün değil-dir. Bu devrede seyahat, ma-cera, yeni ülkeler keşfetmek için maceraperestlerin yap-tıkları seyahatlerin yanında dini inançlar sebebiyle yapı-lan seyahatlerinde geliştiği-ni görmekteyiz.

c) Rönesans devri; Rönesansın Avrupa'ya getirdiği hurafe-lerden arınmış yeni aydınlık hava tabiat güzelliklerini se-ven bu devir insanlarına gör-me, tanıma için seyahat et-me imkânı verdi. Bu 17 ve 18. inci yüzyıllarda da devam etti. Bu arada bilhassa J. J. Rousreau'nun yazılarında canlandırıp övdüğü «Leman» gölü İsviçre'nin turistik bir ülke olmasına sebep oldu. Bu devrede doğuda Osmanlı İmparatorluğunda (Evliya Çelebi 1611-1682) seyahat-leri ve ünlü seyahatnamesi ile turizm tarihinin önemli belgelerini vermektedir.

d) 19. cu asır ve Modern Turiz-min doğuşu; Yukarıda izah edildiği üzere bir taraftan fikir ve sanat alanında, di-ğer taraftan teknik ilerleme-ler 19. uncu yüzyılda hakiki bir turizm devresinin başla-masına yol açtı. Bu yüzyılın ünlü yazarlarından Lord

Byron'un İngiltere'den kıta Avrupa'sına açtığı turizm yolunu Pierre Loti ve Lamartine Ön Asya ve yakın doğuya kadar uzattılar. Bundan sonra ferdi turizm yerini kollektif karakterli turizme bıraktı. İlk seyahat bürosunun kurucusu İngiliz Thomas Cook 1841 yılında ilk grup seyahatini hazırlıyordu. Aynı şahıs 1856 da ilk kollektif Avrupa seyahatini, 1872 tarihinde de turizm tarihinin ilk kollektif dünya turunu organize etti.

- e) 20. inci yüzyıl turizmi; Ferdi turizm yerini kollektif ve organize turizmin aldığı bu devrede turizm ekonomik, sosyal, kültürel, teknik, politik ve sıhhi fonksiyonları ile uluslararası alanda en büyük ve en önemli Ekonomik-sosyal olay olmuştur. Yüzyılımızda turizm hareketlerinin tahmin edilemeyecek bir hızla artmasının sebeplerini, önem sırasıyla şöyle ifade edebiliriz:

- a) Teknik İlerleme : 20. inci yüzyılda erişilen teknik ilerleme bilhassa ulaştırma alanında bir evvelki yüzyılda hayal bile edi-

lemeyen neticelere ulaşmış bulunmaktadır. Ulaştırmada bugün elde edilen (karayollarında 200/km/h denizyollarında 30-40 mil/h havayollarında 400-600 km/h) sürat, seyahatlerin yolda geçen süresini son derece azaltmış, buna mukabil konaklama süresini uzatmıştır.

«Turizm ve nakliye» adlı kitabında bu noktayı muşahhas bir misalle açıklayan Ramaker (3) 21 günlük bir tatili olan ve tatilini Güney Fransa'da (Côte d'Azur'da) geçirmek isteyen bir Belçikalı turisti ele almıştır. Buna göre bu turistin aşağıdaki ulaştırma vasıtaları ile konaklama müddetleri şöylece değişmektedir.

Brüksel - Côte D'azur arası 1400 km olduğundan gidiş dönüş 2800 km olarak ele alınmıştır. Ve bir günde en çok 10 saat yol gidileceği kabul edilmiştir.

Ulaşımında meydana gelen gelişme diğer taraftan aynı vasıtanın sürat artışı sebebiyle muayyen bir zamanda daha çok sefer yapması sebebiyle nakliye maliyetlerinde önemli tasarruflar sağlamış ulaşım şirketleri bunu müşteri lehine fiatlara intikal ettirince kitle turizmi hızla gelişmiştir. Önümüzdeki yıl-

(3) Hamaker J.G. : «Tourisme et Transports» Bern Genevre 1954.

ULAŞTIRMA ARACI	10 SAATTE ALINAN YOL	SEYAHAT SÜRESİ	KONAKLAMA SÜRESİ
Bisiklet	120 Km.	$\frac{2800}{120} = 23$ gün	—
Motorsiklet	240 »	$\frac{2800}{240} = 12$ »	9
Otobüs	450 »	$\frac{2800}{450} = 6$ »	15
Otomobil	600 »	$\frac{2800}{600} = 5$ »	16
Tren	700 »	$\frac{2800}{700} = 4$ »	17
Uçak	2800 »	$\frac{2800}{2800} = 1$ »	20

larda bilhassa hava ulaşımında 400-600 yolcu taşıyan ve saatte 1000 km. sürat yapan concorde gibi uçaklarla ulaşımın daha da hızlanacağını söylemek mümkündür.

- b) Ekonomik Gelişme; 20. inci yüzyılda sanayinin gelişmesine paralel olarak milli gelir ve bunun bir kısmını teşkil eden ferdi gelirlerde önemli artışlar olmuştur. Bu artışlara muvazi olarak turizm hareketleri de artan bir tempoda seyretmiştir. Bu gelişmeyi bir sonraki paragrafta göreceğiz.
- c) Kültürel ilerleme: Asrımızda kültürel ilerleme geçen asırların katı, ırkçı, dinci hayat görüş-

leri yerine üniversal bir hayat görüşünü ortaya çıkarmıştır. Bu görüş insanlar arasında ırk, din, dil farkı gözetmeksizin karşılıklı kültürel münasebetlerin doğmasına vesile olmuştur. Örneğin muhtelif yerlerde yapılan seminerler, çeşitli kültürel toplantılar, sportif temaslar ve folklor gösterileri.

- d) Sosyal kalkınma: Gittikçe yaygınlaşan sosyal kalkınma, ve sosyal siyaset tedbirleri gelişen yaşama şartları ve iş hukuku mevzuatına iş kanunları ve toplu sözleşmelerle giren ücretli tatiller turizmin kalkınmasına önemli katkılarda bulunmuştur.

- e) Dünya nüfusunun artması : Dünya nüfusunun artışı aynı hızla turist sayısının artışına sebep olmaktadır. Yeni nesillerin turistik yaşa gelmesiyle beynelmilel turizm, hareket kazanmaktadır.
- f) Uluslararası Turizm serbestliği: Çeşitli beynelmilel kuruluşların gayretleri ile turizm için önemli bir engel teşkil eden hudut, gümrük, ve döviz formaliteleri kolaylaştırılmıştır. Buna paralel olarak sınırdaş devletler ikili anlaşmalarla bu kolaylıkları daha ileri safhalara götürmüşlerdir. Örneğin Türkiye ile İran karşılıklı olarak memleketlerini ziyaret edecek turistler için pasaport aramama kolaylıkları sağlamışlardır.
- g) Turizm reklâmcılığı ve seyahat acenteleri : Turizm reklâmları turizmin gelişmesinde, seyahat acenteleri ise organizasyon ve

hazırlık bakımından turistik talebi etkilemektedirler.

BÖLÜM II. ULUSLARASI TURİZM

Evvelâ, evvelki bölümlerde izah edildiği üzere günümüzde turizm milli ekonomi ve uluslararası alanda en önemli, en geniş ekonomik ve sosyal olay haline gelmiş bulunmaktadır. Her yıl yüz milyonlarca insan dış turizm hareketine katılmakta ve 400 milyon insan da ülkelerinde turizm faaliyeti yaratmaktadır. Dünya nüfusunun 3 milyar olarak kabul edersek dünyada her sene her 6 kişiden birinin ya aktif veya pasif turist olarak turizm faaliyetine katıldığını söyleyebiliriz.

Resmi Turizm Organizasyonları Uluslararası Birliği (Internationale Union of Official Travel Organizations) etüdlerine göre uluslararası turizm hareketlerindeki gelişmeler 1958-1968

ULUSLARARASI TURİZM HAREKETLERİNDEKİ GELİŞMELER

Yıllar	Toplam yabancı		Turizm Gelirleri	
	Turist sayısı	Endeks	(Milyon \$.)	Endeks
1958	55.250.000	100	5.449	100
1959	63.000.000	114	5.847	107
1960	71.138.674	129	6.842	126
1961	75.281.000	136	7.284	134
1962	81.406.000	147	8.027	147
1963	93.756.000	170	8.834	162
1965	115.892.595	210	11.633	213
1966	127.990.000	232	12.997	239
1967	138.000.000	251	14.100	256
1968	150.000.000	272	14.400	262

yılları arasında şu seyri takip etmiştir.

Bu tablonun tetkikinden şu sonuçları çıkarabiliriz.

- a) Her yıl dünya nüfusundan yaklaşık olarak 150 milyon kişi turizm hareketlerine katılmaktadır. Başka bir ifade ile dünyamızda yaşayan her 20 insandan biri her yıl uluslararası turizm faaliyetine katılmaktadır.
- b) 1958-1968 yılları arasında toplam yabancı turist adedindeki gelişme % 27.2 nispetinde olmuştur. Bu devre zarfında yıllık artış ortalama % 24 nispetinde, en büyük artış ise 1963-1964 yılları arasında % 25 nispetinde olmuştur.
- c) Her yıl turizm hareketlerine ka-

tılan turistler 14.400.000 dolar harcama yapmaktadırlar.

- d) Ele alınan devrede turizm gelirleri 26.2 nispetinde artmıştır. Bu devre zarfında yıllık artış ortalama % 23.81 nispetinde, en büyük artış ise 1964-1965 yılları arasında % 27 nispetinde olmuştur.
- e) Bu devre zarfında toplam yabancı turist adedindeki artış nispeti turizm gelirlerinin artış nispetinin üstünde olmuştur. Başka bir ifade ile turist gelirlerindeki artış toplam yabancı turist nispetinin altında seyretmiştir.
- 1965 ve 1966 yılları arasında uluslararası turizm faaliyetlerinin kıtalar arasında dağılışı şöyledir:

ULULARARASI TURİZM HAREKETLERİ

	Yabancı Turist Sayı		Artış %	Turizm Gelirleri (Milyon \$)		Artış %
	1966	1965		1966	1965	
Avrupa	95.500.000	85.993.494	11.05	8.120	7.249.2	12.01
Kuzey Amerika	% 74.6	% 74.2		% 62.5	% 62.3	
Güney Amerika	20.750.000	19.393.826	6.99	2.190	1.903.0	11.92
Orta Doğu	% 16.2	% 16.7		% 16.4	% 16.4	
Afrika	4.150.000	3.759.260	10.39	1.502	1.365.5	9.99
Asya ve Avustralya	% 3.2	% 3.2		% 11.6	% 11.7	
Toplam	3.290.000	2.834.649	16.06	340	296.4	14.70
	% 2.6	% 2.4		% 2.6	% 2.5	
	2.250.000	2.082.729	8.03	325	296.0	9.79
	% 1.8	% 1.8		% 2.5	% 2.5	
	2.050.000	1.828.637	12.10	580	523.4	10.81
	% 1.6	% 1.6		% 4.5	% 4.5	
	127.990.000	165.892.595	10.40	12.997	11.633.5	11.72
	% 100	% 100		% 100	% 100	

Bu tablonun tetkikinden aşağıdaki neticeleri çıkarabiliriz.

- a) Uluslararası turizm hareketlerinde toplam turist miktarının % 74.6 sı Avrupa ülkeleri tarafından toplanmaktadır. Bu kıtayı % 16.2 ile Kuzey Amerika kıtası izlemektedir. Ayrıca turizm gelirlerinin % 62.5 u Avrupa, % 16.4 ü de Kuzey Amerika kıtasına akmaktadır.
- b) Söz konusu yıllar arasında toplam yabancı turist miktarında % 10.40 nispetinde bir artış olduğu halde turizm gelirlerinde % 11.72 lik bir artış olmuştur. Demek oluyor ki turizm gelirleri

turist sayısından fazla artmaktadır.

Uluslararası turizmin milli ekonomiler yönünden önemi belirtmek için aşağıdaki nitelikleri sayabiliriz.

- a) Turizm gelirleri milli gelirden daha hızlı artmaktadır. Yedi Avrupa ülkesinin 1956 yılı rakkamları 100 kabul edilerek tertiplenen bir indekse göre 1965 yılı milli gelir ve turizm gelirlerinin mukayesesi verilmektedir. Şöyle ki:

Ülkeler	Milli Gelir	Turizm Geliri
Avusturya	102	383
İrlanda	88	96
İspanya	198	1120
İtalya	123	403
Yunanistan	116	245
İsviçre	105	148
Portekiz	87	696

- b) Turizm giderleri harcanabilir milli gelirden daha hızlı artmaktadır. Diğer bir ifade ile, turizme ayrılan tüketim miktarının genel tüketim içindeki payı devamlı olarak artmaktadır.

Aşağıdaki tabloda yedi Avrupa ülkesinin 1956 yılı rakkamları 100 kabul edilerek tertiplenn indekse göre 1965 yılı harcanabilir milli gelir ve turizm giderleri mukayesesi verilmektedir.

Ülkeler	Harcanabilir Milli Gelir	Turizm Gelirleri
Almanya	121	410
Fransa	141	409
Belçika	69	186
Hollanda	115	298
İsveç	87	241
İngiltere	70	125
İsviçre	104	139

c) Dış Turizm Gelir ve Giderlerinin toplam turizm gelir ve giderleriyle mukayesesi: Toplam turizm gelirlerinin, toplam turizm giderlerinin milli gelir ile mukayesesi o

memlektin turizm bünyesi hakkında sıhhatli bilgiler vermektedir. Aşağıdaki tabloda bu mukayeseler verilmiştir.

Ülkeler	Dış Turizm Gelirlerinin Toplam turizm Gelirlerine % oranı	Dış Turizm Giderlerinin Toplam turizm Giderlerine % oranı	Toplam Turizm Gelirlerinin Milli gelire % oranı	Toplam Turizm Giderlerinin Toplam tüketim Giderlerine % oranı
Fed. Almanya	24	36	4.0	6.1
Avusturya	83	58	9.5	4.9
Belçika	72	77	2.7	4.0
Fransa	31	30	4.0	4.7
İtalya	52	16	5.1	4.0
İngiltere	31	35	2.7	3.6
Yugoslavya	59	29	2.2	2.7
A.B.D.	6	11	4.1	5.7
Kanada	38	29	7.5	8.1

Bu tablonun tetkikinde görülmektedir ki Avusturya, İtalya ve Kanada gibi memleketlerde Turizm gelirlerinin milli gelir içinde önemli payı bulunmaktadır.

Dünya turizm gelirleri, dünya toplam mal ihracatından daha hızlı bir tempoda gelişmektedir. Aşağıdaki tabloda bu husus görülmektedir.

DÜNYA TOPLAM MAL İHRACATI — TURİZM GELİRLERİ
KARŞILAŞTIRMASI

	1961	1966	1967	Artış 1966/67	Yıllık Artış 1961/66
Dünya toplam mal ihracatı	131.9	200.7	211.0	% 5.0	% 8.8
» dış turizm geliri	7.3	13.0	14.1	% 7.6	% 12.4
Dış turizm gelirlerinin mal ihracı içindeki oranı	% 5.5	% 6.5	% 6.7	—	—

Bu tablonun tetkikinden de şu sonuçları çıkarabiliriz.

1. Turizm gelirlerinin toplam mal ihracatı içinde nispeti gittikçe artmaktadır. 1961 yılında % 5.5 olan bu nispet 1967 yılında % 6.7 ye ulaşmıştır.
2. Dünya turizm gelirleri toplam mal ihracatı gelirlerinden daha hızlı artmaktadır. Nitekim 1961

ve 1966 yılları arasında dünya toplam mal ihracatı % 8.8 artarken, dünya dış turizm gelirleri % 12.4 nispetinde artmıştır.

3. Uluslararası turizm hareketlerinin önemli bir özelliği de turist çeken ve yollayan ülkeler yıldan yıla değişmektedir. 1950 ve 1964 yılları arasında turist çeken ve yollayan ülkelerin sıralanışı şöyledir:

TURİST ÇEKEN ÜLKELER

Sıra	1950	1955	1960	1964
1	Fransa	İtalya	İtalya	İspanya
2	İtalya	Fransa	Fransa	İtalya
3	İsviçre	F. Almanya	Almanya	Fransa
4	Almanya	İsviçre	İspanya	Avusturya
5	Avusturya	Avusturya	İsviçre	Almanya

Bu tablonun tetkikinden de görülmektedir ki klasik turist çeken Avusturya, İsviçre gibi ülkelerin

yerini İspanya, İtalya gibi Akdeniz sahillerindeki ülkeler almaktadır.

TURİST YOLLAYAN ÜLKELER

Sıra	1950	1955	1960	1964
1	İngiltere	Almanya	Almanya	Almanya
2	A.B.D.	A.B.D.	Fransa	Fransa
3	Beneluxe	Fransa	A.B.D.	A.B.D.
4	Fransa	İngiltere	İngiltere	İngiltere
5	İsviçre	Beneluxe	Hollanda	Hollanda

Bu tablo göstermektedir ki turist yollayan ülkelerin başında gelmekte olan A.B.D. ve İngiltere yerlerini Almanya ve Fransa'ya bırakmaktadır.

BÖLÜM III. TÜRKİYE'DE TURİZM

A. TÜRKİYE İÇİN TURİZMİN ÖNEMİ :

İktisaden gelişmiş ülkeler arasında yer almamakla beraber az gelişmiş ülkeler arasında da gösterilemeyen ve iktisat literatüsüne yeni giriş bir tanımla «Gelişmekte olan Ülkeler» diye anılanlar arasında yer alan Türkiyemiz için turizm hareketleri özel bir önem taşımaktadır. Gerçekten plânlı bir Turizm politikasının Türkiye'nin ekonomik ve sosyal hayatına sağlayabileceği faydalar büyüktür. Bunları şimdi sırası ile gözden geçirelim:

a) Ödemeler Dengesi bakımından:

Bilindiği üzere ekonomimiz 1963 yılından itibaren plânlı bir kalkınma devresine girmiştir. Bu devrenin birinci beş yıllık dönemi (1963 - 1967) ve ikinci beş yıllık dönemi (1968-1972) nin ilk üç yılında en önemli problem ödemeler dengesi (Tediye bilançosunda) ortaya çıkmıştır. Bu husus «1971 yılı programının uygulanması, koordinasyonu ve izlenmesine dair karar» da şöyle ifade edilmektedir. (4)

1967-1970 döneminde en önemli dar boğaz ödemeler dengesinde ortaya çıkmış, döviz kaynaklarındaki yavaş artışa karşılık spekülâtif gayeli ithal taleplerinde önemli gelişmeler olmuştur. Gerçekten sekiz yıllık bu dönemde ödemeler dengesi-

(4) Resmî Gazete 11 Ocak 1971 sayı 13720 S 6.

nin cari işlemler bölümü devamlı olarak ve artan bir şekilde

kilde aleyhte bakiye vermiştir.

Şöyle ki :

Yıllar	
1963	— 327 milyon dolar
1964	— 109 " "
1965	— 76 " "
1966	— 158 " "
1967	— 114 " "
1968	— 222 " "
1969	— 214 " "
1970	— 237 " "

1971 yılında ise bakiye - 253 milyon dolar olarak planlanmıştır.

Gelişen bir ekonomide yatırım malları ile yatırımlarının prodüktif (verimli) bir şekilde işletilmesini sağlayan ham madde ithalâtı ödemeler dengesini devamlı ve artan bir şekilde (yatırımlar arttıkça) açık vermesine sebep olmaktadır. Bu açığın kapatılması için en önemli kaynak ihracattır. Çabuk sonuç ve-

ren ve geniş bir potansiyele sahip olan ihracat türü ise görünmeyen ihracat diye tanımlanan Turizm'dir. Nitekim bazı Akdeniz ülkeleri ve özellikle İspanya ile Yugoslavya ithalatlarının büyük bir kısmının Turizm gelirleri ile finanse etmektedirler.

Aşağıda bazı Avrupa ülkelerini 1968 yılı itibariyle Net Turizm Gelirleri (Turizm Gelirleri — Turizm Giderleri = Net Turizm Gelirleri) verilmektedir.

Memleket	Net Turizm Gelirleri
Avusturya	+ 430 Milyon Dolar
Finlandiya	— 2 " "
Fransa	— 145 " "
Almanya	— 670 " "
Yunanistan	+ 77 " "
İtalya	+ 1126 " "
İspanya	+ 1112 " "
İsviçre	+ 343 " "
TÜRKİYE	— 9 " "
Yugoslavya	+ 136 " "

Bu tablonun tetkikinden sonra şunu söyleyebiliriz ki: Türkiye

Net Turizm gelirleri aleyhte bakiye veren Avrupa ülkeleri ara-

sında yer almaktadır. Ayrıca Türkiye net Turizm gelirlerini Yugoslavya seviyesine çıkartabildiği takdirde ödemeler dengesi açığı önemli ölçüde kapanacaktır. İsviçre seviyesine çıkartabildiği takdirde ise ödemeler dengesi cari işlemler bakiyesi lehte bakiye verecektir. 1971 yılında Türkiye net Turizm gelirlerinin 7 milyon dolar olacağı öngörülmüştür.

b) Milli Gelir Yönünden :

Turizmin milli gelire etkisi katma değr yolu ile kendisini göstermektedir. Bilindiği üzere iktisadi dolaşıma katılan her türlü gelir aynen kalmayıp çoğalmaktadır. Şöyle ki,

Gelir seviyesinde meydana gelen her artış marjinal istihlâk temayülü nispetinde istihlake ve tasarrufa; tasarruf edilen kısım da yatırımlara harcanmaktadır. Farzedelim ki herhangi bir gelir seviyesinde marjinal istihlâk temayülü $3/5$ olsun. Bu takdirde geliri 100 TL. sı arttırdığımız takdirde bunun 60 lirası istihlâke, 40.— lirası yatırıma harcanacak demektir.

Gelir seviyesindeki artış bir harcamadan başka bir şey değildir ve gelir harcamalarla bir-

likte teşekkür eder. O halde gelirin 100 artması için önce 60.- liralık bir harcama ve 40 liralık bir yatırım yapılması lâzımdır. Bilinmelidir ki istihlâk harcamaları gelirin fonksiyonudur. Yani marjinal istihlâk temayülü sabitken gelir artmadıkça istihlâkin artmasına imkân yoktur. Bu durumda harcama artışlarının yatırımlarla başlaması zarureti vardır.

Yukarıda verdiğimiz misaldeki 40.- liralık bir yatırım yapıldığı takdirde, bunun $3/5$ i yani 24.- TL. sı gelir artışı sebebiyle istihlake gidecek; sonra bu 24.- TL. nin $3/5$; sonra onun $3/5$... ilah. 40.- TL. sıfır olana kadar ilâve gelir elde edilecek ve bu da marjinal istihlak temayülü nispetinde harcanacaktır.

Gelirdeki artış azala azala sıfır olduğunda istihlâk harcamaları yekûnu 60 lirayı bulacak ve 40 lira da yatırım harcamaları yapıldığından yekûn gelir artışı 40 liralık bir yatırımla 100 liraya ulaşmış olacaktır. Başka bir deyişle marşinal istihlak temayülü $3/5$ iken 40 liralık munzam bir yatırım artışı milli geliri 2.5 misli arttırmaktadır. İşte buna yatırım çoğaltanı veya yatırım katsayısı da denir.

Bu katsayının formülle ifadesi ise şöyledir:

$$K = \frac{1}{1 - \frac{Ac}{Ay}}$$

K — Yatırım Çoğaltanı veya
» Katsayısı
Ac — İstihlak artışı
Ay — Milli gelir artışı

Turizm gelirleri de milli gelire çoğaltan tesiri yapmaktadır. Başka bir ifade ile turizm gelirleri milli gelire aynen değil, çoğaltan katsayı kadar fazlalaşmış olarak dahil olmaktadır.

Amerikan Ticaret Dairesince 1961 yılında yapılan bir araştırmaya göre bir turistın harcamaları senede 2.3 ila 4.3 defa iktisadi dolaşıma devir ettikten sonra kaybolmaktadır.

Bu durumda genel olarak bir turistın 1 TL. lık harcaması çoğaltan etken sayesinde 3.5 TL. lık bir milli gelire sebep olmaktadır.

dır. Gelişmiş ekonomilerde iktisadi dolaşım dışına kaçışların az olması sebebiyle çoğaltıcı etki 8 hatta 10 misli olmaktadır. Memleketimizde ise bu rakkam 3.89 olarak hesaplanmıştır.

Devlet Planlama Teşkilâtınca 1966 ve 1968 yıllarında yapılan çalışmalarda Türkiye’de Turizmin katma değer ve çoğaltan etki katsayısı aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır. (9)

Türkiye’de turizmin katma Değer ve Çoğaltan Etki Katsayıları:

Tüketim Şekilleri	Üretim Değeri	Katma Değer	Katma % Değer	Çoğaltan Etki
Konaklama	270	241	90	4.10
Yeme-içme	320	222	70	4.03
Alış-Veriş	150	75	50	3.20
Gezi-Eğlence	130	102	80	3.10
Mahalli Ulaştırma ve diğer	130	110	85	3.45
TOPLAM	1.000	750	75	3.89

Görülmektedir ki üretim değerinin (toplam iç ve dış turizm

gelirleri) % 75 ini katma değer teşkil etmekte ve çoğaltıcı katsayısı da yaklaşık bir rakkamla 4 kadar çıkmaktadır. kadar çıkmaktadır.

(9) DPT Turizm Sektörü ile ilgili Notlar 1966 S. 19.

DPT Turizm Sektörü ile ilgili Notlar 1968.

c) İstihdam Bakımından :

Turizm Endüstrisi bünyesi, mekanizasyon ve otomasyona müsait olmayan bir hizmet sektörüdür. Bu bakımdan istihdam yoğunluğu yüksek (labor intensive) bir iş kolu olarak tavsif edilir. Memleketimizin istihdam sorununa turizmin önemli katkıları olacağı söylenebilir. Bunu bariz bir şekilde belirtmek için Türkiye'nin istihdam durumuna kısaca bir göz atmakta fayda bulunmaktadır. Türkiye'nin 1965-1971 devresinde işgücü arzı ortalama olarak yılda 399 bin kişi kadar artmıştır. Yurt içinde prodüktif istihdamdaki artışlar ise yılda ancak 235 bin civarında kalmıştır. Bu durum ortalama olarak her yıl iş gücüne yeni katılan 10 kişiden ancak 6 sına yurt içinde prodüktif bir iş imkânı yarattığını, 4 kişinin ise arz fazlası teşkil ettiğini göstermektedir. Toplam iş gücü fazlası 1965 de 1 milyon, iken, 1971 de bu rakam 1.6 milyona ulaşacağı program da belirtilmiştir. (10) Bu İzahatten anlaşılmaktadır ki Türkiye'nin önemli problemlerinden biri de istihdamdır. Yukarıda da izah olunduğu gibi

turizm sektörü istihdama geniş ölçüde katkıda bulunacaktır.

d) Bölgelerarası denge bakımından :

Türkiye'de sanayileşme ve şekilleşme hareketleri bölgelerarası sosyal, ekonomik dengesizlikler meydana getirmektedir. Örneğin, Sanayi; ulaşım, ham madde ve vasıflı iş gücüne sahip batı bölgelerinde gelişmiş; doğu bölgeleri ise nazım rol oynayan Devlet yatırımlarından dahi hisse alamamışlardır. Fiili durum böyle iken kalkınma planımıza hakim olan temel fikir «Ekonomik kalkınmanın ve sosyal gelişiminin bölgelerarası gelişmişlik farklarını ortadan kaldıracak» Bölgelerarası denge» prensibine uygun bir şekilde gerçekleştirilmesidir. Bu prensibin gerçekleştirilmesinde turizm politikasının katkısı büyük olacaktır. Zira tarımsal ve endüstriyel yönden yeterli kaynak ve gelişme imkânlarına sahip olmayan bölgeler büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Örneğin Doğu bölgesi. Bu bölgelerin turistik yönden kalkınmaları yurt içinde bölgeler arası dengeyi sağlayacaktır.

e) Üçüncü tip tüketim/üretim olarak turizmin etkisi :

Turizmi memleketimiz baki-

(10) D.P.T. 1971 Programı.

(11) Colin Clark. The Conditions of economic progress Londra 1951.

mından önemini belirtirken son olarak üçüncü tip bir üretim/tüketim sektörü olarak turizmi ele alacağız.

Ünlü ekonomist Colin Clark milli ekonomiyi 4 ana sektöre ayırarak incelemektedir. (11)

- a) Devlet Sektörü
- b) Özel Sektör
- c) Ev ekonomisi sektörü
- d) Harici (memleket dışı) sektörü

Bu dört sektörde de üretim, tüketim ve tedarik fonksiyonları cereyan etmektedir.

Yine Colin'e göre özel sektör.

1. İlk üretim (Ziraat, orman, hayvancılık)
2. İkinci üretim (Endüstri)
3. Üçüncü üretim (Geriye kalan diğer üretimler hizmet üretimi bu arada TURİZM)

Üçüncü tip üretim sektörüne giren turizm gelişmiş ekonomiler bakımından tüketim sektörü olduğu halde turizm potansiyeli zengin az gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler bakımından da üretim sektörüdür. Hemen şunu belirtmeliyiz ki birinci ve ikinci üretim dallarında belirli bir noktadan sonra çok mahdut bir ilerleme görüldüğü halde turizmin yer aldığı üçüncü tip üretimin gelişmesi sınırsızdır. Bu sebeple turizm memlektimiz ekonomisi için sı-

nırsız bir gelişme vadeden mümbit bir kaynaktır.

B — TÜRKİYE'DE TURİZM HAREKETLERİ

Yukarıdaki bölümlerde izah edildiği üzere uluslararası turizm artan bir hızla gelişmektedir. 1960 yılı içinde 25 milyon turistin Akdeniz sahillerine akın ettiği ve yaklaşık olarak (1.5 milyar) dolarlık harcama yaptıkları tesbit edilmiştir. Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ve bilhassa sanayi memleketlerinde artan hayat seviyesi tatillerini seyahatle geçirmek itiyatında olanların miktarını hızla arttırdı. Avrupa içi turizm önce Akdeniz sahillerine inişle başladı. Daha sonra bu sahillere muhtelif seyahatler yapmış olanlar yeni ülkeler aramağa başladılar. Bu arada zengin tabiat güzellikleri ve tarihi eserlere sahip Türkiye'miz Avrupalı Turistler için cazip bir ülke haline geldi. Ayrıca izlenen planlı turizm politikasının olumlu sonuçlar vermesiyle önemli gelişmeler olmuştur. Şimdi bu gelişmeleri inceleyelim.

A — 1957 - 1969 yılları arasında Türkiye'ye gelen yabancıların miktarı şu seyri takip etmiştir:

Yıllar	Gelen Turistler	Endeks	Artış Nispeti %
1957	100.803	100	—
1958	114.744	115	13.83
1959	126.690	127	10.41
1960	94.077	94	— 25.75
1961	129.104	129	37.23
1962	172.867	173	33.89
1963	154.823	155	— 10.44
1964	168.054	168	8.54
1965	300.790	300	78.98
1966	382.002	382	27.—
1967	345.677	346	— 9.51
1968	374.929	372	8.46
1969	424.037	421	13.10

Bu tablonun tetkikinden görülmektedir ki 1957-1969 yılları arasında yurdumuza gelenlerin miktarında 4 mislinden fazla bir gelişme olmuştur. Ancak yıldan yıla olan artışlar müstakar bir mahiyet arzetmemektedir. Hatta bu devre zarfında 1963-1967 yılları arasında bir evvelki yıla nazaran gerilemeler ol-

muştur. Ancak, samimiyetle ifade etmek gerekirse 1969 yılında ulaşılan rakkam dahi komşumuz Yunanistan'a 1962 yılında girenlerin (597924 kişinin) çok altındadır.

B — 1958 - 1969 yılları arasında yurt dışına çıkan Türklerin miktarı şöyledir:

Yıllar	Yurt dışına Çıkanlar	Artış Nispeti %
1958	42.947	—
1959	49.357	— 14.93
1960	28.211	— 42.85
1961	34.794	23.33
1962	47.535	— 3.66
1963	84.410	77.57
1964	113.083	33.97
1965	186.520	64.94
1966	155.293	— 16.74
1967	146.717	— 5.52
1968	193.901	32.16
1969	286.175	47.59

Bu tablo belirtmektedir ki yurt dışına çıkan vatandaşlarımızın miktarı da yıldan yıla hızla artmaktadır. Ele alınan devrede artış tam 7 misline ulaşmıştır. Yıllık artışlar müstakâr değildir. Bu da yurt dışına çıkışın hükümetçe tayin ve

tahdit edilmesinden ileri gelmektedir.

1965 ve 1968 yılları arasında yurt dışına çıkanların çıkış nedenlerine göre nispi dağılışı aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Yıllar	Turizm	Hac	Çalışma	Devlet Hizmeti	Ticaret	Diğer
1965	18.6	11.6	60.1	3.4	2.8	3.5
1966	29.2	17.2	36.7	3.6	3.4	9.9
1967	39.5	8.1	38.9	4.9	4.3	4.3
1968	31.7	16.0	38.0	3.2	3.3	7.8

Bir evvelki tabloda verildiği üzere 1968 yılında yurt dışına 193901 yurtdaşımız çıkmıştır. Bunun 61466 sı (% 31.7 si) turist olarak, Batı Almanya'ya (% 28.3); Yunanistan (% 9.5) ve Fransa % 7 si gitmiştir.

C — Ele alınan devrede Turizm gelir ve giderleri ile net turizm gelirimiz (TOPLAM TURİZM GELİRLERİ — TOPLAM TURİZM GİDERLERİ = NET TURİZM GELİRİ) aşağıdaki şekilde olmuştur.

Yıllar	(Milyon dolar)		Net Turizm Geliri
	Gelirler	Giderler	
1958	2.6	12.8	— 10.2
1959	5.4	12.6	— 7.2
1960	6.0	8.3	— 2.3
1961	7.1	12.3	— 5.2
1962	8.3	18.0	— 9.7
1963	7.7	20.5	— 12.8
1964	8.3	21.7	— 13.4
1965	13.8	24.3	— 10.5
1966	12.1	26.3	— 14.2
1967	13.1	26.8	— 13.7
1968	24.1	23.4	— 9.3
1969	36.5	41.5	— 5.0

Bu tablonun tetkikinden görülmektedir ki turizm gelirlerimiz yıldan yıla önemli mik-

tarlarda artmaktadır. 1967 yılında 13.1 milyon dolarken 1968 de 24.1 milyon dolara

ve 1969 yılında da % 50 artışla 36.5 milyon dolara yükselmiştir.

Dış turizm seyahat giderlerimiz ise 1967-1969 yılları arasında yılda ortalama % 23 bir artış göstermiş ve 1969 yılında 41.5 milyon dolara yükselmiştir.

10 Ağustos 1970 de Türk parasının devalüe edilmesinden sonra Turizm gelirlerinde büyük artışlar olması beklenmektedir. Devlet Planlama Teşkilâtınca yapılan araştırmalarda 1971 yılında dış turizm gelirlerinin 61 milyon dolara ulaşacağı, giderlerin ise 54 milyon dolar olacağı ifade edilmektedir. Bu suretle ilk defa olarak net turizm gelirlerimiz (Dış Turizm Dengesi) 7 milyon dolarlık lehte

bakiye vereceği tahmin edilmektedir. Bu arada bir hususa önemle işaret etmeliyiz. 10 Ağustos 1970 devalüasyonundan evvel Resmî döviz kuru ile karaborsa kuru arasında ikincisinin lehine bir fark vardı. Bu fark 1968 yılı Mart ayında tatbikine başlanan primli turist döviz kuru ile kısmen kapatılmış ve dövizlerin resmi kanallara intikali sağlanmıştı. Bu husus tabloda 1968 ve 1969 yılları gelirleri ile teyid edilmektedir. Ayrıca bu tarihten evvelki turizm gelirlerinin de gerçek olmadığını rahatlıkla ifade edebiliriz.

D — 1968 yılında yurdumuza gelen turistlerin geliş memleketleri itibariyle durumları şöyledir:

Ülkeler	Turistler	%
A.B.D.	44.318	11.57
Yugoslavya	48.195	12.58
B. Almanya	45.903	11.85
Fransa	32.809	8.56
İngiltere	23.927	6.24
İtalya	17.959	4.69
İran	12.052	3.15
Suriye	11.490	3.00
Diğerleri	147.002	38.36
Yekûn	383.115	100.00

Görülmektedir ki ele alınan senede yurdumuza en çok turist Yugoslavya'dan gelmiştir. Bunu sırası ile B. Almanya ve A.B.D. izlemektedir. Yine görülmektedir ki Avrupa'nın en çok turist yollayan memleketlerinden Batı Al-

manya, Fransa, İngiltere'den yurdumuza gelen turistlerin nispi ehemmiyeti çok düşüktür.

E — Yine, 1968 yılında yurdumuza gelenlerin yılın aylarına dağılışı:

Aylar	Gelen Turistler	%
Ocak	10.756	2.47
Şubat	16.742	3.84
Mart	23.098	5.30
Nisan	31.279	7.18
Mayıs	35.749	8.20
Haziran	33.480	7.68
Temmuz	85.459	19.61
Ağustos	73.624	16.89
Eylül	44.668	10.25
Ekim	32.127	7.37
Kasım	30.504	7.00
Aralık	18.350	4.21
Yekûn	435.836	100.00

Bu talonun tetkikinden şu sonuçları çıkartabiliriz. 1968 yılından Nisan başından Kasım sonuna kadar Türkiye'ye gelen yabancıların sayısı 30 bin üzerinde seyretmiştir. Yine bu sene içinde gelen tu-

ristlerin % 62,63 (272.980) Nisan başı ve Eylül sonu arasındaki 5 aya dağılmıştır.

F — 1964 - 1968 yılları arasında Turistlerin ortalama kalış süreleri ve toplam gecelemeler şöyle olmuştur:

Yıllar	Ortalama	Toplam Geceleme
1964	5.3 gün	890.686
1965	5.5 gün	1.654.345
1966	5.3 gün	2.024.610
1967	5.3 gün	1.832.088
1968	4.8 gün	1.939.144

Görülmektedir ki memleketimize gelen turistler vasatı 5 gece konaklamaktadır. Bu rakkam da yine turizmde ileri seviyede olan memleketlere nazaran düşük kalmaktadır. Bu rakkam İngiltere'de 18.5,

Avusturya'da 6.5 ve Yunanistan'da 9 gündür.

G — 1964 - 1968 yılları arasında yurdumuza gelen yabancıların giriş kapılarına göre dağılışı aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Giriş kapılarının Bulunduğu iller	1964	1965	1966	1967	1968
	%	%	%	%	%
Edirne	19.7	36.6	39.8	42.2	39.4
İstanbul	38.9	28.4	29.4	31.0	35.8
Ankara	7.2	5.5	4.6	4.9	4.6
İzmir	5.5	4.7	3.9	3.5	5.9
Gaziantep	5.0	4.0	3.7	3.2	2.6
Adana	0.8	0.7	1.3	1.9	2.3
Hatay	4.7	2.3	2.9	7.6	5.5
Muğlar	5.5	5.9	2.2	0.7	0.7
Diğer kapılar	12.7	11.9	12.2	4.5	13.2
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Bu tabloda yurdumuza gelen yabancıların en çok Edirne ve İstanbul kapılarından girdikleri görülmektedir. Her iki kapıdan girenlerin toplamı 1964 yılında % 58.6 iken 1968 de % 75.2 ye ulaşmıştır. Bunun haricinde diğer kapılardan girenler az çok sabit kalmakla beraber Muğla'dan girenlerin miktarında önemli ölçüde azalmalar olmuştur.

Bilindiği üzere bu kapıdan Yunan adalarını gezen turistler girmektedirler. Yunanlıların son yıllardaki menfi propogandaları etkili olmuş ve bu kapıdan girenlerin miktarı azalmıştır. 1969 yılında Türkiye'ye gelen yabancıların (Exoursionistler hariç) tercih ettikleri ulaştırma yollarına göre dağılımları ise şöyledir: (12)

Ulaştırma Yolları	Adet	%
Hava Yolları	236.418	48.0
Deniz Yolu	24.576	4.9
Demir Yolu	15.654	3.1
Kara Yolu	215.220	44.0
Yekûn	491.868	100.0

Görülmektedir ki, Yurdumuzda gelenlerin büyük bir kısmı hava yolunu % 48, diğer bir kısmı da karayolunu (% 44) seçmektedirler.

O — TÜRKİYE'NİN TURİZM POLİTİKASI

Evvelki bölümlerde de ifade ettiğimiz gibi, Türkiye 1963 yılından itibaren planlı bir kalkınma devresine girmiştir. Plânlı kalkınmanın istinat ettiği ekonomik politika, karma ekonomi diye tanımlanan ve kamu sektörü için emredici, özel sektör için teşvik edici, yol gösterici bir özellik taşımaktadır.

Plânlama Türkiye'de üç ana kademedede ele alınmaktadır:

- a) Perspektif plân: 15 yıllık bir dönemi kapsar.
- b) Beş yıllık plân:
- c) Yıllık program

Bu üç kademe plandan en fazla önem verileni Beş yıllık planlardır. Bu üç kademe plân içinde de Turizm politikası gözönünde bulundurulmaktadır. Başka bir ifade ile turizm politikası Türkiye'nin

genel ekonomik politikası içinde önemle yer almaktadır. Bu bölümde plân esaslarına sadık kalarak

- a) İLKELER
- b) HEDEF VE TAHMİNLER
- c) TURİZM POLİTİKASININ ARAÇLARI

Başlıkları altında izlenimlerimizi yürüteceğiz.

a) İLKELER

Birinci ve ikinci beş yıllık kalkınma plânlarında yer alan Turizm politikası ilkelerinde esas itibariyle farklılık bulunmamaktadır.

Ancak, ilkinde dış aktif turizm ele alındığı halde ikincisinde iç turizm ve dış pasif turizmle ilgili ülkelere de yer verilmiştir. Buna göre Türkiye turizm politikasının temel ilkeleri şöyledir. (13)

1. İkinci plân süresince turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından tam olarak yararlanılacaktır.
2. Özellikle dış turizm gelirleri, yabancı turist sayısı ve ortalama tüketimleri arttırılarak yükseltilecek ve iç turizm hareketleri geliştirilecektir.

(13) İkinci beş yıllık (1968-1972) Kalkınma Planı hakkında karar. Resmî Gazete 21.8.1967 Sayı 12679 Sahife 177.

3. Turizm yatırımları turizm potansiyeli yüksek bölgeler içindeki belli yörelerde (yerlerde) yoğunlaştırılarak kitle turizmine uygun konaklama ve ulaşım imkânları sağlanacak, bu yatırımlar kredi yolu ile malî ve hukukî tedbirlerle desteklenerek, fizikî plâna göre yapılmaları gerçekleştirilecektir.
4. Sektördeki fiat politikası uluslararası rekabet şartlarına göre düzenlenecektir.
5. Sektördeki teşkilatlanma yeniden düzenlenecek, turistik tanıtmaya ve kredi politikasına yön verilecektir.
6. Turizm sektöründeki yatırım politikasında alt yapı

tesisleri ve buna yardımcı imkânlar, örnek tesisler kamu sektörünce ele alınacak, diğer turistik yatırımlar özel sektörce yapılacaktır.

b) HEDEF VE TAHMİNLER

Birinci beş yıllık plânda «son on yılda belirli bir çaba gösterilmediği halde turist sayısının % 12 arttığı, belirtilip; plân döneminde yapılacak yatırımlar ve geniş propaganda çalışmalarıyla artışın yılda % 20 ye çıkarılabileceği kabul edilmiştir.

Buna göre bu devrede plân hedefleri ile bunun gerçekleşme nispeti şöyle olmuştur.

Yurda gelen turist sayısı:

Yıllar	Plan Hedefleri	Gerçekleşme	Gerçekleşme Nispeti %
1963	200.000	198.841	99.42
1964	240.000	229.347	95.56
1965	288.000	361.758	125.61
1966	345.000	440.000	127.54
1967	415.000	432.370	104.19
I. Plân Toplamı	1.488.000	1.662.850	111.75

Görülmektedir ki yabancı turist sayısı ile ilgili hedeflere ulaşılmıştır. Aynı devrede tu-

rizm gelirlerinin durumu ise şöyledir:

Yıllar	Plan Hedefleri	Gerçekleşme	(Milyon \$.)
			Gerçekleşme Nispeti %
1963	13.0	15.0	115.38
1964	16.8	17.0	101.19
1965	23.0	30.0	130.43
1966	31.0	35.0	112.90
1967	41.5	35.0	84.34
I. Plân Toplamı	125.3	132.0	105.35

Birinci plân döneminde turizm gelirlerindeki plân hedeflerinin üstünde gerçekleştiği yukarıdaki tabloda görülmektedir.

İkinci plân döneminde ise durum, şöyledir. Önce turist sayısını ele alalım:

Yıllar	Plan Hedefleri	Gerçekleşme	Gerçekleşme Nispeti %
1968	588.000	602.996	102.55
1969	735.000	694.229	94.45
1970	920.000		
1971	1.150.000		
1972	1.435.000		

Görülmektedir ki bu dönemin ilk yılında plân hedefleri gerçekleşmiş, hattâ aşılmıştır. Ancak ikinci yıl (1969) plân hedeflerinin gerisinde kalmış-

tır. Bu 5 yıllık dönemde turist sayısında yıldan yıla % 25 oranında artış olacağı tahmin edilmiştir.

Turizm gelirlerine gelince :

Yıllar	Plan Hedefleri	Gerçekleşme	(Milyon \$.)
			Nispeti % Gerçekleşme
1968	45.0	24.1	53.55
1969	55.0	36.5	66.36
1970	77.0		
1971	110.0		
1972	135.0		

Turizm gelirleri ikinci plân devresinin ilk iki yılında he-

deflerin gerisinde kalmıştır. Burada turizm gelirlerimizin

resmî kanallara intikal edememesi sebep olarak gösterilebilirse de bu yıllarda alınan tedbirlerle dövizlerin karaborsaya intikalinin kısmen önlendiğini evvelki bölümlerde ifade etmiştik.

Meseleyi turistik talep yönünden gördükten sonra arz yönünden plân hedeflerine

göz atmakta fayda bulunmaktadır.

Turistik arzın en önemli unsuru (alt yapı tesisleri hariç) konaklama tesisleridir. İkinci beş yıllık plân döneminde konaklama tesisleri yatak sayısı bakımından şöyle hesaplanmıştır.

Yıllar	Toplam Yatak	Her yıl ilâve edilmesi
	Sayısı	gereken miktar
1968	84.532	42.654
1969	104.665	18.133
1970	127.537	24.872
1971	154.081	26.544
1972	191.996	37.915

Halen Türkiye'de konaklama tesislerindeki toplam yatak kapasitesi 100 binin üstündedir. Bunlardan ancak 40.000 kadarı uluslararası standartlara uygun niteliktedir.

2. Tedbirler

olarak iki bölümde ele alınmaktadır. Şimdi bunları görelim:

1. YATIRIMLAR

Turizm sektörü yatırımlarını iki plân devresindeki hedefleri ile 1969 yılına kadar ki gerçekleştirme durumları şöyledir.

(Milyon TL.)

Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşme	Gerçekleşme oranı %
1963	175.5	156.5	89.17
1964	178.2	208.0	116.72
1965	194.7	310.0	159.79
1966	205.6	321.3	156.27
1967	223.0	343.0	153.81
1968	237.0	522.0	220.25
1969	236.0	580.9	245.76
1970	247.0		
1971	258.0		
1972	268.0		

C — TURİZM POLİTİKASININ ARAÇLARI :

Türkiye turizm politikasının araçları da yine plânlarda

1. Yatırımlar

Görülmektedir ki bu sektörde yatırımlar 1963 senesi hariç daima plân hedeflerinin üzerinde sey-

retmiştir.

Gerçekleşen yatırımın kamu ve özel sektör arasında dağılışı şöyledir:

Yıllar	(Milyon TL.)	
	Kamu Sektörü	Özel Sektör
1963	107.0	40.0
1964	111.0	60.0
1965	120.5	210.0
1966	138.0	180.0
1967	130.2	190.0
	606.7	590.0

Görülmektedir ki başlangıçta kamu sektörü yatırımlarının ağırlık merkezini teşkil ederken özel sektör yatırımları artan bir hızla gelişmiş, 1965 de eşit duruma gelmiş, 1966-1967 yıllarında ise kamu sektörü yatırımlarının üstünde bir seviyede gerçekleşmiştir. I. Plân dönemi sonunda ise kamu ve özel sektör yatırımları hemen hemen eşit şekilde gerçekleştiği görülmektedir.

2. TEDBİRLER

Türkiye turizm politikasının araçları arasında en önemli yeri tedbirle tutmaktadır. Genel olarak turizm politikası tedbirleri:

a) Organizasyon ve koordinasyona ait olanlar.

- b) Projelere ait olanlar
 - c) Tanıtıma ait olanlar
 - d) Eğitim-öğretime ait olanlar
 - e) Yatırım uygulamasına ait olanlar
 - d) Diğer konulara ait olanlar.
- olmak üzere 6 bölüme ayrılabilir. Bu tedbirler 5 yıllık plânlarda yıllık programlarda yer alır.

İkinci beş yıllık kalkınma plânında ele alınan tedbirler ise şöyledir:

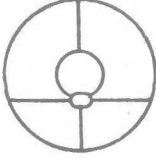
- a) Turizm ve Tanıtma Bakanlığının sadece turizm sektörü ile uğraşmasını sağlayacak şekilde teşkilatlanması gerçekleştirilecek bugünkü kuruluş kanununda gerekli değişiklikler yapılacaktır.
- b) İkinci beş yıllık Plân döneminde Türkiye'nin turizm tanıtması sadece

Turizm ve Tanıtma Bakanlığı tarafından ve gerekli durumlarda diğer kamu kuruluşları ile işbirliği sağlanarak yapılacaktır.

- c) Turizm faaliyetlerinin gelişebilmesi için çevre sağlığı ve gıda kontrolüne önem verilecek, bu amaçla soğuk hava zincirinin kurulması için gerekli çalışmalar yapılacaktır.
- d) Kamu sektörü elindeki turistik işletmelerin aynı elden işletilmesi ve belirli bir işletme politikasının izlenmesi için «Turizm İşletmeleri Kurumu» kurulacak veya mevcut örgütlerden birine bu görev verilecektir.
- e) Turizm kredileri arttırılacak, sadece bu konuda çalışacak bir teşekkülün kurulması sağlanacak ve turizm sektöründeki kredi politikası bu örgütçe yürütülecektir. Turistik öncelik bölgeleri arasında farklı faiz oranları uygulanmasına da çalışılacaktır.
- f) Çeşitli kamu kuruluşları tarafından yürütülen turizm eğitimi ve öğretimi

çalışmalarının koordine halinde ele alınabilmesi için bir «Turizm Eğitimi ve Öğretimi Milli Merkezi» kurulacaktır.

- g) İkinci Beş Yıllık Plân süresinin başlarında Türkiye'nin turizm yönünden fizikî plânı bütün turistik öncelik bölgelerini kapsıyacak şekilde tamamlanacak, turizm yatırımları bu plâna uygun olarak gerçekleştirilecektir.
- h) İkinci plân Döneminde uluslararası alanda ve özellikle Akdeniz ülkeleri ile ortak turizm tanıtması konusunda çeşitli işbirliği imkânları aranacaktır.
- i) İkinci Beş Yıllık Kalkınma döneminde tabii, tarihi, ve arkeolojik değerlerin, anıt ve eserlerin korunması, değerlendirilmesi, onarımı çalışmalarında Plânda öngörülen bölgeler ve turistik konaklama tesislerinin yoğunlaştırılacağı yerlere öncelik tanınacaktır.
- k) Yıllık programların hazırlanışında ulaştırma ve turizm faaliyetleri arasındaki bağıntı daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır.



Tüketici Organizasyonları

Reha BAVBEK

Ekonomik hayatın istihsal ve-tiresi kadar önemli yanı olan tüketimin organize bir hale getirilmesi yolundaki batı ülkelerinde yıllar önce başlayan ve bugün semeresini vermiş bulunan hareketlere rağmen, memleketimizde bu alanda geçen yıl başlayan çalışmalar haricinde önemli bir adım atılmamıştır.

Konuyu Almanya'daki uygulamadan örnekler vermek suretiyle incelemeden önce tüketici organizasyonları tabirinin iki anlamda kullanıldığına işaret etmek yerinde olacaktır. Gerçekten bugün tüketicinin teşkilatlanması mevzu bahis edilince:

- a. Tüketicinin, tüketim kooperatifleri kurmak suretiyle ihtiyaçları karşılaması ça-

baları,

- b. Birleşerek haklarının korunması ve tüketicinin bilerek alım yapmasını temin çalışmaları,

akla gelmektedir.

Biz bu yazımızda tüketicinin kooperatifleşmek suretiyle teşkilatlanmasını bir tarafa bırakarak ikinci husus üzerinde yâni, tüketici haklarının korunması gayesiyle tüketicilerin birleşmelerinden söz etmek istiyoruz.

Teker teker bir kuvvet olmaksızın uzak tüketicilerin birleşerek ekonomik ortamda bir güç hâlinde ortaya çıkmasındaki zorluklara rağmen, gelişen toplumlarda ekonomik şartlar bunu zaruri kılmış ve tüketici zaman zaman ticaret ve sanayi erbabına karşı birleşmek, ihti-

yaçlarını tatmin ederken karşılaştığı güçlükleri yenmek, haklarını korumak zorunluğunu duymuştur. Ancak evvelce de belirttiğimiz gibi, tüketici dediğimiz ve ekonomik hayatın başta gelen unsuru olan büyük kütlenin, bunda geniş ölçüde yararı bulunmasına rağmen, birleşmesi kolay olmamış ve uzun bir süre ekonomik hayattaki etkisi hissedilmemiştir. Fakat zamanla, bir taraftan bilinçli bir tüketici zümresinin doğuşu diğer taraftan tüketici organizasyonlarının üye sayısındaki artma bu teşekküllerin ekonomik hayattaki yerini sağlamlaştırmıştır.

Memleketimizde de ekonomik şartlar tüketicinin birleşerek haklarını ve menfaatlerini savunması gerektiğini çoktan ortaya çıkardığı halde memleketin genellikle bilinçli bir tüketici topluluğundan mahrum durumu bu yoldaki faaliyetlerin gecikmesine sebep olmuş ve konu ile ilgili çalışmalar henüz uygulama alanına intikal etmemiştir.

Tüketicinin teşkilatlanması konusunda bir fikir verebilmek için bu alanda Batı Almanya'daki uygulamadan misaller vermek yerinde olacaktır kanaatindeyiz.

Genel olarak bakıldığında, Batı Almanya'da mevcut tüketici organizasyonları iki grupta mütalea edilebilir. Bunlardan bir kısmı doğ-

rudan doğruya tüketici tarafından genellikle ev kadınlarının, meslekî ve dinî teşekküllerin kurdukları dernekler veya derneklerin birleşmesinden meydana gelen aynı hukukî bünyeye sahip birlikler, diğerleri de kurucuları aynı olmakla beraber yarı resmi sayılabilecek ve bilhassa malî yönden devletçe desteklenen kuruluşlardır.

Ancak kuruluş şekil ve şartları ne olursa olsun tüketiciler tarafından kurulan bu teşekküllerin gayeleri aynı noktada birleşmektedir. Bu gaye de; teker teker sesini duyurmaktan aciz kalan tüketicinin birleşerek haklarının korunması ve ihtiyaçlarının tatmini sırasında aldatılmalarının sağlanması hususları üzerinde toplanmaktadır.

Teşekküller bu gayelerinin tahakkuku için bir taraftan tüketicinin menfaatlerini koruyan mevzuatın hazırlanmasını ve yürürlüğe konmasını teminen faaliyette bulunurlarken diğer taraftan da çeşitli yayın organları ve kurdukları danışma mahalleri ile tüketiciyi aydınlatacak, onlara mübayaalarında yardımcı olacak bir çaba sarfetmektedirler.

Son on yıl içinde özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde tüketici derneklerinin milyonları aşan üyesi ile bir kuvvet olarak görünmesine mukabil Batı Almanya'da tüketicinin eğitimi, piyasa ve fiat

meseleleri ve tüketicinin hakkının resmi makamlar nezdinde müdafası gayesini güden hareketler ilk defa İkinci Dünya Harbinin sona ermesinden yedi yıl sonra 1952 yılında başlamış olmakla beraber, süratli bir gelişme göstermiş bulunmaktadır. Almanya'da bu suretle gelişen teşekküllerin başında Tüketicici Merkezleri ile bu merkezlerin birleşmesinden meydana gelen Birlikler gelmektedir.

İlk defa 1957 yılında Hamburg'ta bir idareci, bir danışman ile ufak bir çalışma mahallinde faaliyete geçen Hamburg Tüketicici Merkezi bilâhare çalışma alanını ve kadrosunu genişlettiği gibi Almanya'nın diğer şehirlerinde de aynı mahiyette dernekler kurulmuş bu derneklerin birleşmesinden Tüketicici Merkezleri Birliği meydana getirilmiştir. Hâlen Almanya'da danışma mahalleri sayısı 55 e varan 11 tüketicici merkezi mevcut bulunmaktadır. Keza Tüketicici Merkezleri Birliği bugün 7 milyona varan üyesiyle tüketiciyi temsil eden en büyük kuruluştur.

Tüketicici merkezleri kamu yararına çalışan, özel hukuka göre kurulmuş dernekler olup derneğin üyelerini o mahallerde kurulmuş ve genellikle üyeleri kadınlardan meydana gelen diğer dernek, cemiyet ve sendikalar teşkil etmektedir. Partiler dışı bir teşekkül ola-

rak kurulan bu sebeple particilikle iştigâl etmeyen ve faaliyeti ekonomik bir işletme şeklinde olmayan tüketicici merkezlerinin ve birliğin görevleri statülerinde genel olarak üç noktada toplanmıştır. Bunlar;

- a. Tüketicinin ilgili makamlar karşısında temsili,
- b. Tüketicinin piyasa ekonomisi konusunda eğitilmesi suretiyle rekabet şartlarına karşı aktif bir hale getirilmesi,
- c. Gerekli organizasyonun kurulması ile ve objektif bir çalışma metodu ile tüketiciciye yardım ve hizmet edilmesi,

olarak özetlenebilir.

Tüketicici merkezleri ve birliğin bu görevleri yerine getirebilmek için giriştiği faaliyetleri de şöylece sıralayabiliriz:

- a. Tüketicici politikası ile ilgili faaliyetler olarak adlandırılacak bu grup faaliyetler arasına; kanun koyucuya, idari makamlara, iktisadi organizasyonlara tüketicinin görüşlerinin aksettirilmesi; ekonomik politika ile ilgili tedbir ve temayül-lerin tüketicici yönünden tenkit ve analizi; tüketiciyi ilgilendiren kanun tasarılarının hazırlanmasında ilgililerle müşterek çalışmalar ve nihayet tüketicici hareketlerinde rasyonalizasyon temini çalışmaları; dahil bulunmaktadır.

b. İkinci grup faaliyetler ise tüketicinin çeşitli konularda aydınlatılması gagesini gütmektedir. Bu cümleden olarak tüketicinin önemli ekonomik ana meselelerde, tüketicinin hak ve görevleri konularında, kanunlar ve nizamlar ve bunların tüketiciye etkisi hakkında, fiat meseleleri ve doğru, uygun mübayaaya imkânları hakkında, sıhhatli beslenme konularında, aydınlatılması akla gelmektedir.

Tüketicinin çeşitli hususlarda aydınlatılması başta, merkezlerin bu gaye ile açmış buldukları muhtelif danışma mahalleri olmak üzere tertip olunan konferanslar, sergiler, radyo televizyon ve basın yolu ile olmaktadır. Danışma mahallerinde ev ekonomisi tahsili yapmış danışmanlar (bu danışmanların tümü kadındır) görev almış olup bunlar tüketicinin alacakları çeşitli malların fiat ve kaliteleri, elektrikli ev aletlerinin kullanılması, gıda plânlaması, ev ekonomisi hakkında yazılı ve genellikle sözlü sorularına cevap vermek suretiyle, tüketiciyi piyasa ve tüketim şartları hakkında bir nevi eğitime tabi tutmaktadırlar.

Böylece günden güne kuvvetlenen tüketici topluluğu ekonomik hayatta bir grup olarak temsil edilmek suretiyle sesini ve gücünü her fırsatta ortaya koymak imkânını elde etmiş olmaktadır.

Bu nevi çalışmaların sonucu

piyasanın düzenli bir şekilde faaliyetinde bulunduğunu ve bilinçlenen ve güçlenen talep cephesi karşısında arz yönünün de fiat ve kalite bakımından temkinli davranmak zorunluğunu duyduğunu bir gerçek olarak kabul etmek lâzımdır.

Konunun bu misallerin ortaya koyduğu durum ve memleketimiz şartları bakımından incelenmesinde ise bilhassa tamamen kontrolden uzak bir arz cephesi karşısında güçlü bir tüketici topluluğuna ihtiyaç olduğu neticesine varılacaktır. Bu suretle, bilhassa memleketimizde önemli bir konu olan sınaî mamüllerdeki kalite bozukluğu meselesinin, fiat problemlerinin hiç olmazsa talep cephesinin baskısı ile, tamamiyle olmamakla beraber, hâl yoluna girmesini ümit etmek aşırı bir iyimserlik olmasa gerektir.

Bununla beraber tüketicinin teşkilatlanması hususunun geniş olarak kültürlü ve bilinçli bir tüketici topluluğuna bağlı bulunduğunu, bu konuda sadece derneklerin kurulmasının yeterli olmadığını çok sayıda bir tüketici topluluğunun ve genellikle ev kadınlarının geniş ilgisine ihtiyaç duyulduğunun hatırdan çıkarılmaması lüzumuna işaretle memleketimizde bu alanda başlayan çalışmaların biran önce uygulamaya intikal etmesi temennisinde olduğumuzu ifade etmek isteriz.



Kenetleşme, Ulusal Kalkınma ve Devlet Planlama Teşkilâtı

Orhan ERDENEN

İstanbul Belediyesi Beş
Yıllık Plân ve Yatırım Müdürü

Ortaçağdan itibaren mikro (köy) ekonomileri aşılıarak, önce şehir, sonra yurd kapsamında makro ekonomi dönemine geçilmiştir. Ancak bu gelişim bazı memleketlerde, belirli zamanlarda sürat kazandığı gibi; şehir (makro) ekonomi dönemine tam olarak geçilememiştir.

«Siteler önce ticarî maksatlar için kurulmuştur» görüşüne, hayır «önce bir mabet etrafında vücut bulmuştur» karşıt görüşü de aynı anlamı taşır. Zira mabetlerdeki görevliler, beşerî yaşantının zorunlu hale getirdiği para değiştirme (kambiyo), ticarî esaslar koyma, uygulama gibi görevler de ifa etmişlerdir. Nitekim kazılarda, mabetler harabelerinde bu ticarî ve hakimlik işlemlerinin belgeleri meydana çıkmaktadır.

İlk devirlerdeki kilisenin etki-

si yeni nüfus akımı ile azalır, şehir lâikleşir.. «Asrımız iktisadî medeniyeti, bir küçük şehirler medeniyeti halini almıştır.» Fazlalaşan ihtiyaçlar yeni teknolojileri ve düzen fikirlerini ortaya çıkarmışlar ve «potansiyel fikri güç» doğmuştur. Ticarî-ekonomik bir nizamı ve devirleri içinde ileri teknolojiyi beraberinde getiren sanayileşme hareketi bu fikrî potansiyel güçten meydana gelmiştir. Sanayileşme hareketi de, birden bire şehirler saha ve nüfuslarının iki misli, beş misli veya on misli büyümesine ve kırsal nüfusun şehirlere hücumuna sebep olmuştur. Bu da sosyal sınıfların yeni bir biçim almasına yol açmıştır. Tek dereceli seçime geçildiği 1950 yılından itibaren, hem köyün itişisi, hem de şehrin itişisi olayı ile karşıkârşıya bulunmaktayız.

Burada, biri daha ziyade his-

si; biri daha ziyade ekonomik iki görüş vardır. Birincisi: şehir hayatını bozan akının durdurulması; ikincisi bu akının teşvikidir. İkinci görüşü tam dünya plancıları gibi D.P.T. mız da benimsemiştir. Millî gelirleri yüksek USA, Batı Almanya gibi memleketler, çeşitli yayın ve filmlerinde nüfuslarının şehirleşme oranlarının yüzde yetmişin üzerine çıkmış olmasının, kalkınmalarını temin ettiğini belirtmektedirler. Memleketimizde kırsal nüfusa göre şehirleşme oranı binde 51,5 artış göstermektedir. (Nüfus artışı binde 26,7 dir.)

DPT'nin şehirleşme hareketi bakımından II. Beşyıl (1968-1972) Kalkınma Plânı ve 1970 yılı İcra Plânında kayıtlı görüşleri şunlardır: «T...ürkiye'de İkinci Dünya Harbinden bu yana, hızlı nüfus hareketleri olmaktadır. Şehirleşme ve aynı yönde gelişen sanayileşme hareketleri toplum yapısının hızla değişmekte olduğunu göstermektedir. Bu açıdan şehirleşme hareketi, Türkiye için olumlu bir eğilim olarak nitelenebilir. 1945 yılında onbinden fazla nüfuslu şehirlerde yaşayanların toplam nüfusa oranı yüzde 18,5 iken, bu oran 1955 yılında yüzde 22,1 e yükselmiş ve 1965 yılında yüzde 29,9 u bulmuştur» (1).

«Şehre gelenlerin şehir hayatı ile temasları sonucu tüketim eğili-

mi ve geleneksel değer yargılarının değişmesi serbest mesleklere eğilim artmaktadır» (2).

«Şehirlerde gönüllü kuruluşlar çoğalmakta ve modern bir sanayi düzeninin özelliklerine uygun olarak meslek guruplaşmaları önem kazanmaktadır» (3).

«Şehirleşme desteklenecek ve şehirleşmeden ekonomiyi itici bir güç ve bir gelişme aracı olarak yararlanılacaktır. Dengeli şehirleşmeyi, iktisadî ve sosyal gelişmeyi sağlayacak bir yerleşme düzenini, işgücü verimini, ekonomik ve sosyal yapının gereklerini göz önünde tutarak gerçekleştirmek amaç olacak» Sanayileşme, tarımda modernleşme ve şehirleşme, gelişme olayının birbirinden ayrı düşünülmez üç unsurudur»

«Şehirleşme, bu hareketin yarattığı müesseseler, şehir çevre ve bölge ilişkileri içinde düşünülecek, şehir sorunlarının çözümünde şehirler bu anlayış içinde tek başlarına ele alınmıyacaklardır» (4)

Büyük şehirler, büyükleri ölçüsünde şehirleşmenin iktisadî ve sosyal gelişmeye katkısını arttıran bir güç kazanmaktadırlar. Büyük şehirlerde ortaya çıkan ortam, daha küçük şehirlere dağılmış daha büyük nüfusun yaratamadığı özellikler taşımakta ve bu özellikler iktisadî ve sosyal gelişmeyi

hızlandıran bir nitelikte olmaktadır. Bu anlayışla büyük şehirlerin büyümesi önlenmeye çalışılmıyacak, gelişmeleri desteklenecektir.» (5).

Bilindiği gibi, Başbakanlığa bağlı DPT 1963 yılında kurulmuş bulunmaktadır. Birinci Beşyıl 1967 yılı sonunda bitmiş olup, İkinci Beşyillik Plân dönemi ortasında bulunmaktadır.

Kalkınma için örgütlenme, Birleşmiş Milletlere katılmış bütün devletlerde yapılmıştır. Örneğin Fransada beşinci Beşyillik Kalkınma Programı uygulanmaktadır.

DPT'nin yeni hükümetle beraber daha önemle ele alınacağı ifade edilmiştir.

Yukarıda kaydettiğimiz genel programların detayları hazırlama şekil ve süreleri yıllık icra plânlarında kaydedilmiştir. Şehir konularıyla ilgili 1970 İcra Plânından bir kaç örnek: «100.000 ve daha yukarı nüfuslu yerleşmelerin çevre düzeni ve imar plânları öncelikle ele alınacak ve Arsa Ofisi Genel Müdürlüğü plânların gösterdiği arazi kullanımı esaslarına göre kamulaştırma faaliyetlerini yönetecektir - Sorumlu daire: İmar ve İskân Bakanlığı - Koordinasyon veya işbirliği bakımından ilgili Daire: İller Bankası Gn. Md. Devlet Plânlama Teşkilâtı - İşin yapılacağı süre: Devamlı»

İstanbul'a ait bir kaç karar:

«İstanbul'da Kazlıçeşme'de toplanan deri sanayiinin 1969 yılı program dönemi içinde tesbit olunan yerleşme bölgesine nakli için gerekli yatırımlar, her türlü teşvik tedbirlerinden yararlandırılacaktır. Sorumlu Daire: Sanayi Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı - Koordinasyon veya işbirliği bakımından ilgili Daire: İmar ve İskân Bakanlığı, İstanbul Belediyesi, Sinaî Kalkınma Bankası, Türkiye Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği - İşin yapılacağı süre: devamlı»

**

Şehir (site, medine, kent, burg, grat) in neyi önerdiğini düşünelim: Bu konuda DPT'nin programlarında, sadece «10.000 ve daha yukarı nüfus yerleşimlerini şehir olarak kabul etmesi» pek formel bir kıstastır.

Büyük İstanbul Nazım Plân Bürosu - bir kaç tanım ayırımı gösterdikten sonra - «Şehirselleşme» yi: «nisbeten örgütlenmiş, belirli bir ayırtedici niteliğe sahip, (sosyo-ekonomik faaliyetler bakımından) daha yoğun nüfusu olan ve özellik tarım dışı faaliyetlerle uğraşan, idarî, politik, kültürel, tarihî, demografik bütünleri olan topluluklar» olarak kabul etmektedir.

Mimarlar Odası Ankara Şubesi «Türkiye'de Kentleşme Sorunu Komisyonu» ise şu kavramı belirtmiştir: «Kent, tarımsal olmayan ü-

retim yapılan ve tüm üretimin denetlendiği, dağıtımının koordine edildiği, belirli teknolojinin berabesinde getirdiği, büyüklük, yoğunluk, heterojenlik ve bütünleşme düzeylerine varmış yerleşme türüdür.»

Kentleşme oluşumunun temelinde «bütünleşme = örgütleşme = denge» vardır. Bunlarda «entegrasyon» olarak belirlenebilir. Entegrasyon konumuz bakımından sosyal, ekonomik ve urbanizm açısından incelenmektedir.

Şimdi, yukarıdaki verilere göre, tüm memleket aydınlarının ve bazı bilimsel kuruluşların, kalkınma alternatifi olarak DPT'nin açıklığa kavuşturmasını beklediği yine konumuz bakımından başlıca hususlar şunlardır:

1. Tüm memleket kalkınması, kentleşme hareketine bağlı olduğuna göre, illerde kesin icraî vaziyetlerin yaratılması. Artan arazi değerlerinin spekülâtlörlere değil, yatırımlara kaymasının mevzuatla temini;

2. Ekonomik, sosyal, fizikî, kültürel, malî sorunları dengeliyebilmek için iyi bir tarifinin ortaya konulması;

3. Belediyelerde Plân ve Yatırım örgütlerinin yeterli hale getirilmesi;

4. Sanayi ve diğer örgütlenmelerde, şehir, bölge, yurd ve dünya ilişkilerinin daha belirli sosyo-

ekonomik düzen içinde dengelenmesi;

5. Kentleşmenin yığınlaşma olarak değil, istihdam düzeyi olarak ele alınması;

6. Kentleşme ve metropolleşme olayının meydana getirdiği rantlarda, belirli azınlığın değil, tümün istifadesinin temin edilmesi;

7. Şehir hayatının normâl olmayan bir yerleşme şekli olan gecekondu'lara tapu verilmemesi;

8. Kentleşmeyi, Anayasa sosyal anlayışı içinde, sanayi ve hizmetler sektörleriyle birlikte ve kamunun sırtına yüklenmemiş bir biçimde kanalize etmeğe çalışılması;

9. Kentleşme, kalkınmayı itici bir güç olarak düşünüldüğüne göre Belediyelerin bu günkü sakat anlayış içinden kurtarılması;

10. İcra Plânlarında belirtilen konuların yerine getirilip getirilmediğinin denetlenerek, sorumluluğa dayandırılması;

11. Türkiye, sanayi, ticaret, finansman ve vergi durumunun yüzde ellisine yakın bir potansiyel gösterme ve süper metropol olma durumu dikkate alınarak İstanbul için özel program ve mevzuat hazırlanması gereklidir.

Bunlar yapılmazsa şehirlerimizde (agglomeration) yığınlaşma ile birlikte çöküş ve sosyal patlamalar her an beklenmektedir.

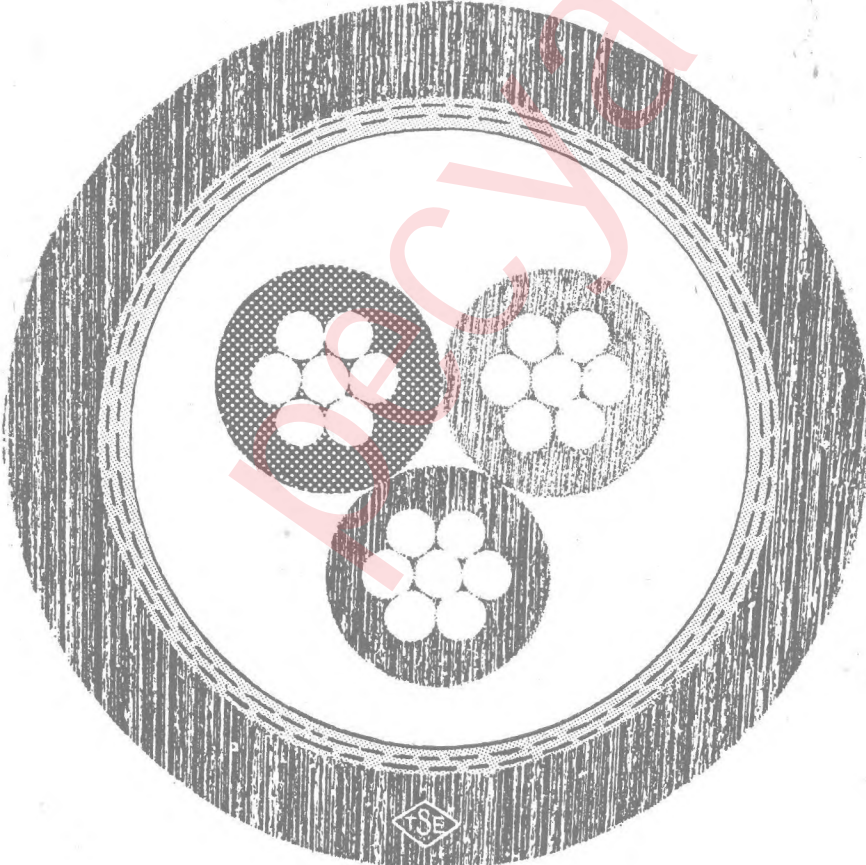
ENERJİ NAKLİNDE

Candamarı

Bir sınaî tesis insan vücuduna benzer. Her ikisinin de enerjiye ihtiyacı vardır. Sınaî tesisin enerjisi elektrik, candamarı da enerjiyi nakleden yeraltı kablosudur.

Devamlı enerji için daima KAVEL'e güveniniz.

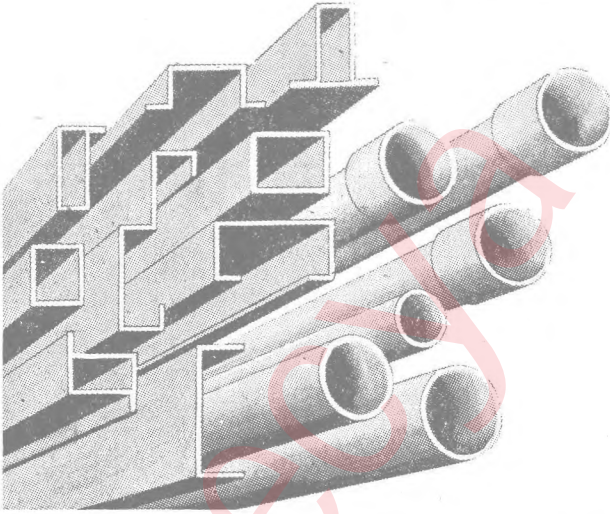
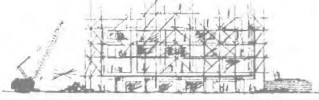
KAVEL



KABLO VE ELEKTRİK MALZEMESİ A.Ş.
İSTİNYE - İSTANBUL tel: 63 34 00

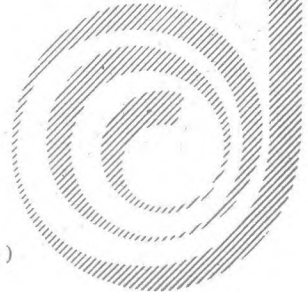
admar - 48 42 36

sanayide ve inşaatta borusan mamulleri



- Su ve Gaz Boruları TS 301/2 DIN 2440
(Siyah, Galvanizli ve Bitümlü olarak)
Sanayi Boruları TS 302/4 - DIN 2394
TS 416/1 - 2458
Soğuk çekilmiş borular TS 302/3 DIN 2393
Alçak basınç kazan boruları TS 416/1 DIN 2458
İnce Cidarlı sulama boruları
Profil boruları Çeşitli ölçü ve şekillerde
Açık profiller Çeşitli ölçü ve şekillerde
Soğuk çekme bant imâli ve bant dilme :
Hususi ebat ve şekillerde boru ve profiller
(Hususi sipariş üzerine)

BS **BORUSAN**
BORU SANAYİ ANONİM ŞİRKETİ
İSTANBUL
1958



Tophane, Salıpaazarı Han Kat 8 İstanbul Tel. : 44 74 80 - (5 Hat)

yüzlerce boya...

yüzlerce isim var...
fakat en iyisi,
ÇBS boyalarıdır.



Evet, ÇBS Boya Sanayii modern tesislerinde, mütihazsıs kimya mühendisleri ve personel kadrosunun idaresinde her çeşit boya ve yardımcı maddelerini sizler için imal etmektedir.

İşte ispatı...

ÇBS plastik boyları her zevke uyan cazip renkleri ve üstün kalitesiyle evinize, büronuza hasılı bulunduğunuz, çalıştığınız her yere canlılık kazandırır.

BELCO sellülozik boya çeşitleri dünya sellülozik boya sanayiline

yepyeni bir sistem, yepyeni bir kalite getirmiştir. Bütün Batı ülkelerinde olduğu gibi yurdumuzda da tercihle tatbik edilmektedir.

DAHA İYİSİ YOKTUR



ÇAVUŞOĞLU BOYA SANAYİİ - İSTANBUL
KARAKÖY, FERMENEÇİLER NO. 56-58 TEL: 49 67 10 (DÖRT HAT)

ARSLAN



tek

veya

BLOK

•yapı tuğlası

• ateş tuğlası

ateş harçları

izolasyon tuğlası

EYÜP — İSTANBUL

Fab. : 23 22 10

Mz. : 44 30 40



St

evinizin bankası - herkesin bankası



TÜRKİYE EMLAK KREDİ BANKASI

MUAYYEN ZAMANLARDAKİ
SANCILARDA

OPON

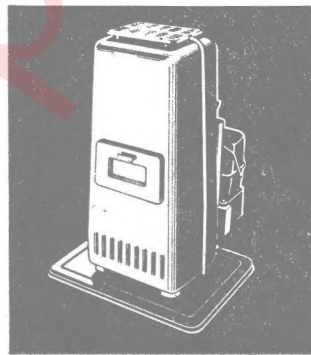
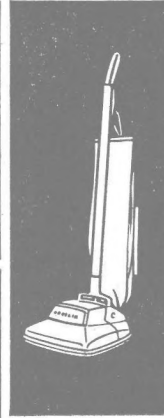
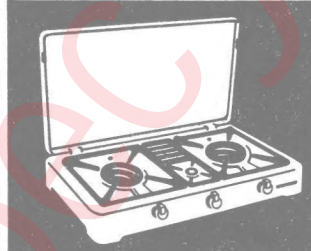
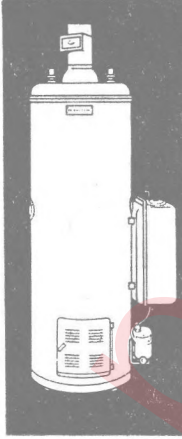
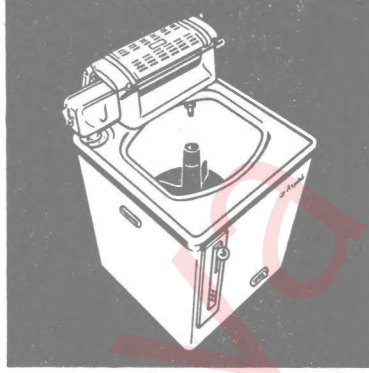


OPON, baş, diş, adale, sinir, lumbago, romatizma ağrılına karşı ve bayanların muayyen zamanlardaki sancılarında faydalıdır ● **OPON**, günde altı tablet alınabilir



ARÇELİK

daima en iyisini
imal eder



üstün kalite
uygun fiyat
devamlı servis

BUGÜNÜN
KÜÇÜKLERİ
YARININ
BÜYÜKLERİDİR.



ÇOCUKLARINIZI
TASARRUFA
ALİŞTİRİNİZ

T.C. ZİRAAT BANKASI

TEKEL



**ŞARAP
SANAYİNDE**

S

ŞÖHRET

buzbağ
trakya
ürgüp
barbaros
narbağ

(Basın İlan : 60483)