

# TURİZM SEKTÖRÜNDE YATIRIM KARARLARI

S. Alpagut ŞENEL\*

## Özet

Hizmet üretimi ve/veya pazarlaması ile uğraşan işletmeler hizmet işletmeleri olarak tanımlanabilir. Hizmet işletmesi olarak tanımlayabileceğimiz, bankalar, sigorta şirketleri, oteller ve turizm işletmelerinde de diğer işletmelerde olduğu gibi yönetimin almak zorunda olduğu sayısız kararlar mevcuttur. Bu kararlar içerisinde hiç şüphesiz yatırım kararlarının önem derecesi işletmenin geleceğini etkilemesi açısından farklı olacaktır. Sadece hizmet işletmelerinde değil tüm işletmelerde önemli olan yatırım kararları, işletmelerin türüne göre farklılıklar arz etmekle birlikte; fizibilite etüdü, yatırım projelerinin değerlendirilmesi gibi genel olarak yapılması gereken çalışmalar sonucu alınır.

Esas amacı turizm sektöründe yatırım kararlarının incelenmesi olan bu çalışmada, turizm yatırımlarının ekonominin diğer sektörlerine yapılan yatırımlardan farklı olan yönleri üzerinde durulacaktır.

**Anahtar Kelimeler;** Turizm Sektörü, Yatırım Kararları, Fizibilite Etüdü, Hizmet İşletmeleri

## Investment Decisions In Tourism Sector

### Abstract

The managements dealing with service production or marketing can be defined as service managements. There are innumerable decisions that must be taken by the administrations in banks, insurance companies, hotels, tourism agencies defined as service management as well as in other managemenets. No doubt among these decisions the importance of investment decisions is different from the angle of their effects on the future of managements although investment desicions that are very important not only in service managements but also in all managements may have differences according to their kinds. They are taken at the evaluation of investment projects.

In this study the main goal of which is to examine investment decisions in tourism sector. It will be concentrated on the different aspects of tourism investments from the investments made in the other sectors of economy.

**Key Words:** Tourism Sector, Investment Decision, Feasibility Research, Service Managements

□ Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet MYO

## **GİRİŞ**

Fiziki bir yapısı olmayan hizmet kavramını ticari bir nitelik kazanmaya başladıktan sonra kâr amaçlı işletmeler tarafından üretilmeye ve satılmaya başlanmıştır. Hizmet üretimi; soyut olması, depolanamaması, emek-yoğun olması gibi bir takım farklı yapısal özelliklere sahiptir. Genellikle üretim veya üretilmiş malların satışını yapma üzerine odaklanmış işletmecilik yaklaşımları hizmet kavramını anlamayı zorlaştırmaktadır. Bu nedenle hizmet kavramının tanımlanması ve hizmetlerin karakteristik özelliklerinin belirtilmesi gereklidir ve bu çalışmada önce bu kavram üzerinde durulacaktır.

## **1.HİZMET KAVRAMI VE TANIMI**

Hizmetler, insanların günlük hayatlarında yer alan ve vazgeçemeyecekleri doyumlardır. Genel olarak bir başkasının tatmin olması için ona sunulan fayda olarak tanımlanabilen hizmetler insanoğlu varolduğundan bu yana vardır. Hizmetler insanlara maddi doyumdan çok manevi doyum sağlar. Bir başka deyişle hizmet kavramının en temel niteliği soyut olması (dokunulmazlık) dır.

Ekonomik açıdan, hizmet bir maldır ya da belirli koşullarda malın bir parçasıdır. Günümüzde ekonominin klasik üretim, ticaret ve hizmet biçimindeki üçlü ayrımı yerine her sektör bir hizmet işletmesi gibi tüketicilere hizmet de sunmaktadır. Örneğin otomobil, buzdolabı, çamaşır makinası ve benzeri malları satın alan tüketicilere, bu malların teslimi, gerekli teknik bilgilerin verilmesi, bakım ve onarımının yapılması ya da günün belli saatlerinde işletmeye ücretsiz ulaşım imkanının sağlanması, satın alınan malların evlere ücretsiz teslimi gibi bir takım hizmetler sunulmaktadır.

Öte yandan, pazarlama karmasının en önemli elemanlarından birisi olan "mal" kavramı pazarlamada "belirli bir ihtiyacı ve isteği doyurma özelliği bulunan ve değişime konu olan her şeydir" şeklinde tanımlanmaktadır (Cemalcılar 1987:

100). Bu tanım, fiziksel nesnelere, kişileri, örgütleri, düşünceleri kapsadığı gibi hizmetleri de kapsamaktadır.

Bir taraftan geleneksel olarak hizmet işletmesi olarak tanımlayabileceğimiz, bankalar, oteller turizm işletmeleri dışında diğer sektörlerinde hizmet sunmaları diğer taraftan hizmet kavramının fiziksel bir özelliğinin olmaması, soyut bir kavram olması gibi nedenlerle hizmetin kolay tanımlanamayan, anlaşılamayan bir olgu olduğu söylenebilir. Bu nedenle tam bir görüş birliğine varılmış tek bir tanım vermek mümkün değildir. Bununla birlikte yapılan hizmet tanımları anlam olarak birbirine yakınlık arz etmektedir. Aşağıda örnek oluşturması ve konunun daha iyi anlaşılması açısından değişik tanımlara yer verilmiştir.

"Hizmet pazara sunulan veya malların satışına bağlı olarak sağlanan faaliyet, fayda ve tatmin demektir" (Pekdemir 2000:7). Amerikan Pazarlama Birliği hizmet kavramını, "bir malın satışına bağlı olmaksızın son tüketicilere ve işletmelere pazarlandığında istek ve ihtiyaç doygunluğu sağlayan ve bağımsız olarak tanımlanabilen eylemlerdir" şeklinde tanımlanmıştır (Öztürk 1988:3).

"Malın ya da hizmetin satışına bağlı olmaksızın pazara sürüldüğünde istek ve ihtiyaçları doyuma ulaştıran ve bağımsız olarak nitelenebilen faaliyetlerdir" şeklinde tanımlanabilen hizmetler "satış için sunulan faaliyetler, yararlar ya da sağlanan doyumlardır" şeklinde de ifade edilebilir (Karahan 2000:22).

## **HİZMETLERİN KARAKTERİSTİK ÖZELLİKLERİ**

Hizmet kavramının evrensel olarak kabul edilen en temel karakteristik özelliği soyut olması yani dokunulmazlığıdır. Burada ifade edilen dokunulmazlık kavramının;

- i) Dokunulmaz ve hissedilmez olması,
- ii) Kolayca tanılanamama, formüle edilememe ve kolayca zihinsel olarak algılan-

amama şeklinde iki farklı anlamı vardır (Öztürk 1988:7).

Hizmetlerin diğer karakteristik özellikleri şu şekilde belirtilebilir (Öztürk 1988:7; Karahan 2000:48; Pekdemir 2000:7).

- i) Hizmetin “ayrılmazlık” özelliği vardır. Hizmet hizmeti sunandan ayırt edilemez.
- ii) Hizmet müşteri ile ilintilidir. Müşteri hizmetin üretilmesinde hep üretim sürecindedir.
- iii) Hizmet ile ilgili olarak üretim ve tüketim faaliyetleri eşzamanlıdır. Yani hizmet üretildiğinde tüketilir.
- iv) Hizmet ile ilgili olarak “mülkiyetsizlik”ten söz edilir. Hizmetten yararlanırken mülkiyet hakkı söz konusu değildir.
- v) Hizmetlerde “dayanaksızlık” söz konusudur.
- vi) Hizmet heterojendir. Hizmetin temel üretim şekli insan davranışlarıyla gerçekleşir. Bu nedenle aynı kişinin sunduğu hizmetler birbirinden farklı olabilir.
- vii) Hizmet sektöründe insan varlığı kesin ve kaçınılmazdır. Bu nedenle “insan odaklılık” özelliğinden söz edilir.
- viii) Hizmetle ilgili talep, mevsimlere, aylara, günlere hatta, 24 saatlik bir zaman diliminde saatlere göre önemli oranda değişebilir.
- ix) Hizmet bir faaliyet ya da süreçtir.
- x) Hizmet, taşınmaz, paketlenemez, depolanamaz.

Daha öncede değinildiği gibi hizmetlerin en temel özelliği dokunulmazlığı soyut oluşudur. Bu özellik, hizmetlerin fiziksel bir yapıya sahip olmamalarının bir sonucudur. Yine fiziksel bir yapıya

sahip olmadıkları için hizmetler, elle tutulamaz, önceden küçük miktarlar halinde satın alınıp denenemez, stoklanamaz, standartlaştırılmaz ve üretimi ile tüketimi ayrı ayrı düşünülmez.

#### **HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI**

Bir konunun bilimsel açıda incelenmesinde sınıflandırma bir gereklilik olarak ortaya çıkar. Bu nedenle bilim felsefesi her zaman sınıflandırıcı şemaları çok önemli görmüştür. Yapılan sınıflandırmaların konunun daha iyi anlaşılmasını sağlaması yanında bir çok faydaları olduğu gerçektir.

Hizmetlerin sınıflandırılması, işletme yöneticilerine diğer sektörlerdeki gelişme ve değişimleri izleme ve değerlendirme fırsatları sunar. Bu fırsatların değerlendirilerek rakip işletmelerden daha öne geçme şansı yakalanabilir.

Tüm hizmetleri içine alan bir sınıflandırma yapılması oldukça güçtür. Çünkü hizmetlerin kapsamını belirlemek kolay değildir. Sosyal ve ekonomik değişmeler ile teknolojik gelişmelere bağlı olarak, yeni hizmet kavram ve çeşitleri ortaya çıkmakta ve mevcut hizmetler farklılaşmaktadır.

Hizmetleri sınıflandırmada değişik yaklaşımlar geliştirilmiştir ve farklı sınıflandırmalar yapmak mümkündür.

Hizmetler şu şekilde sınıflandırılabilir (Karahan 2000:23):

- i) İnsan gücüne dayalı hizmetler
- ii) Makine, araç ve gerece dayalı hizmetler
- iii) Müşterinin hazır bulunmasını gerektiren hizmetler
- iv) Müşterinin bulunmasını gerektirmeyen hizmetler
- v) Kişisel ihtiyaçları karşılayan hizmetler
- vi) İşletme ihtiyaçlarını karşılayan hizmetler

Kâr amaçlı ya da kâr amaçsız hizmetler

## **2.TURİZMİN TANIMI VE TURİZM İŞLETMELERİ**

Turizm, insanların yeni yerler görmek ve tanımak yeni deneyimler kazanmak, diğer insanlar çevreler hayat şartları ve davranış biçimleriyle temasa geçip kendi kültürlerini geliştirmek, eğlence-dinlenme faaliyetlerinde bulunmak ve seyahat yoluyla macera, merak ve zevk güdülerinin tatmin edildiği, insanların zevk ve hareketlerini içeren bir faaliyettir (Güven 1999:1).

Yaygın benimsenen bir tanımlama ile turizm, kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla yabancıların bir yerlere seyahatleri ve orada konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümüdür. Sürekli yaşanılan yer dışında tüketici olarak yapılan seyahat ve geçici konaklama olarak tanımlayabileceğimiz turizme ilişkin belirleyici özellikler ana hatları ile şunlardır (Barutçugil 1989:15).

- i) Turizm, sürekli yaşanılan, çalışılan ve doğal gereksinimlerin karşılandığı yerler dışında yapılan seyahatlerdir.
- ii) Turizmde konaklama geçici bir süre içindir seyahat eden ve konaklayan kişi bir süre sonra sürekli yaşadığı yere geri döner.
- iii) Seyahat eden ve geçici olarak konaklayan kişiler genellikle turizm işletmeleri tarafından üretilen mal ve hizmetleri talep eder ve tüketirler.

Her ne kadar turizmin ayrı bir sektör olup olmadığı tartışılmakta ise de turizm sektörü tanımlaması sıkça kullanılmakta ve bu tanımlama ile genellikle turistlere direkt olarak hizmet arz eden işletmeler kastedilmektedir. Anılan işletmeler, turizm amaçlı seyahat eden insanlara temel hizmetler veren işletmelerdir.

Turizm işletmeleri, geçici bir süre için yer değiştirme olayının doğurduğu seyahat ve konaklama gereksinimlerinin

ve buna bağlı diğer gereksinimlerin tatminine yarayan mal ve hizmetlerin üretilmesini ve pazarlanmasını sağlayan ekonomik birimlerdir (Barutçugil 1989:52).

Pekdemir (2000:12) ise turizm işletmelerini, "turistik gereksinimlerin karşılanması amacıyla üretim girdilerinin birleştirilerek turizmle ilgili mal ve hizmetlerin ekonomik ilke ve teamüllere uygun olarak hazırlandığı, üretildiği, müşterilere sunulduğu ve makro ekonomi için katma değerlerin yaratıldığı ekonomik birimlerdir" şeklinde tanımlamıştır.

Turizm sektörünün gelişmesi ve giderek karmaşık bir yapı kazanması, çok sayıda ve farklı özelliklere sahip turizm işletmelerinin kurulmasına ve gelişmesine yol açmaktadır. Birbirlerinden çok farklı nitelikler taşıyan turizm işletmelerinin incelenebilmeleri için sınıflandırılmaları gereği ortaya çıkmaktadır.

Turizm işletmeleri farklı biçimlerde sınıflandırılabilir. Örneğin Güven (1999 :2) turizm işletmelerini;

- i) Seyahat acentaları, Tur operatörleri
- ii) Konaklama tesisleri
- iii) Yeme içme tesisleri
- iv) Spor eğlence ve dinlenme işletmeleri
- v) Toplantı, seminer ve kongre merkezleri
- vi) Ulaştırma işletmeleri
- vii) Yat limanları ve yat işletmeciliği
- viii) Benzeri diğer işletmeler şeklinde sıralamıştır.

Barutçugil (1989:52) ise turizm işletmelerini şu şekilde sınıflandırmıştır:

- i) Yapılan faaliyetin türüne göre; turizm mal ve hizmeti üreten ve bunları pazarlayan işletmeler
- ii) Kuruluş amacına göre; kâr amacı olan ve kâr amacı olmayan turizm işletmeleri

- iii) Faaliyet alanına göre; ulusal ve uluslararası turizm işletmeleri
- iv) Turizm işletmelerinin mülkiyetine göre; özel, kamu ve karma turizm işletmeleri
- v) Kuruluşları ve çalışmaları açısından turizme bağımlılıklarına göre; doğrudan turizme bağlı işletmeler (birincil turizm işletmeleri) ve varlıkları doğrudan turizme bağlı olmayan işletmeler (ikincil turizm işletmeleri)

Turizm işletmeleri yaygın olarak yerine getirdikleri fonksiyonlar açısından sınıflandırılmaktadır. Buna göre turizm işletmeleri; konaklama ve yeme işletmeleri, seyahat işletmeleri ve diğer turizm işletmeleri olarak üç ana bölüme ayrılırlar (Barutçugil 1989:53).

### **KONAKLAMA VE YEME İÇME İŞLETMELERİ**

Turistlerin gittiği yerlerdeki geçici konaklamalarına imkan sağlayan ve beslenme ihtiyaçlarının karşılandığı işletmelerdir.

Konaklama ve yeme içme işletmeleri aşağıdaki biçimde sınıflandırılabilir;

- i) Otel
- ii) Motel
- iii) Pansiyon
- iv) Oberj
- v) Kamping
- vi) Tatil köyü
- vii) Kaplıcalar
- viii) Lokantalar
- ix) Diğer konaklama işletmeleri (çeşitli özel ve kamu işletmelerinin, meslek örgütlerinin misafirhaneleri, dağ evleri, avcı kulübeleri, üniversite öğrenci yurtları)

### **SEYAHAT İŞLETMELERİ**

Turizmin ayrılmaz bir parçası olan seyahat işletmelerinin sayısı ve nitelikleri turizm sektörünü etkileyen temel faktörlerdir. Bu gruba giren işletmeler;

- i) Ulaştırma ve konaklama hizmetlerinin pazarlanmasına aracılık eden seyahat işletmeleri
- ii) Turistlerin bir yerden diğerine taşınmasını gerçekleştiren kara, hava, deniz ve demiryolları işletmeleri olmak üzere iki gruba ayrılabilirler.

### **DiĞER TURİZM İŞLETMELERİ**

Turistlerin, konaklama yeme içme ve seyahat ihtiyaçlarını karşılayan işletmeler dışında, turizmle ilgili çeşitli faaliyetleri yürüten işletmelerdir. Bu tür işletmeler dört grup altında toplanabilir:

- i) Turizm ile ilgili çeşitli ürünleri üreten işletmeler
- ii) Turizme bağlı ticari işletmeler
- iii) Turizm ile ilgili özel hizmetleri üreten işletmeler
- iv) Turizm tanıtma ve reklamcılık işletmeleri

### **3. TURİZM SEKTÖRÜNDE YATIRIM**

#### **YATIRIM VE ÇEŞİTLERİ**

Yatırım, gelecekte sağlanabilecek bir dizi faydanın beklentisi ile, sahip olunan kaynakların belirli olanlara aktarılmasıdır. Halk arasında, bir işi yapmak amacıyla belirli bir sermayenin o işe aktarılması şeklinde anlaşılan yatırım kavramı; işletmecilikte, iktisat biliminde, devlet yönetiminde farklı anlamlarda kullanılmaktadır.

İşletme biliminde yatırım en geniş anlamıyla nakdi değerlerin tesis mallarına dönüşümüdür.

Ekonomi biliminde ise yatırım makro düzeyde, "bir devre içinde üretilen ve ithal edilen mallardan tüketilmeyerek veya ihraç edilmeyerek gelecek devreye aktarılan kısmıdır" (Karahan 1986:4).

Yatırım Kavramı;

- i) Brüt ve net yatırım
- ii) Sabit sermaye ve stok yatırımı

- iii) Bağımsız ve uyarılmış yatırımlar  
iv) Reel ve mali yatırımlar şeklinde sınıflandırılabilir (Çonkar 1992:19).

### **TURİZM YATIRIMI KAVRAMI**

Turizm faaliyetlerinin ekonomik ve sosyal sonuçlar doğurması devleti ve özel girişimcileri turizm konusunda yatırım yapmaya yöneltmektedir.

Turizm sektöründe yatırım kavramı; alt yapı yatırımları ve üstyapı yatırımlarını (konaklama ve yan hizmet tesislerinin kurulması) ifade etmektedir. Ancak mevcut alt yapının ve turizm tesislerinin genişletilmesi, yenilenmesi ve turizm ürünlerinin geliştirilmesi amacıyla yapılan harcamalar da (diğer hizmet tesisleri yatırımları) turizm yatırımı içinde düşünülmelidir.

Turizm önemli bir ekonomik faaliyet olmasına rağmen, bu alanda planlanan yatırımlar 1983'lü yıllara varıncaya kadar tüm sektörler içerisindeki en düşük yatırımlar olmuştur (Ağaoğlu 1994:15). 1983 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile Türkiye'de turizm yatırımlarının teşviki artmış, altyapı yatırımlarını devletin, üstyapı yatırımlarını da özel kesimin yapması öngörülmüştür (Kozak 1995:13).

Turizm yatırımları, turizm işletmesinin amacı olan faaliyetlerin tatmin edici koşullar içinde yapılabilmesi, geliştirilmesi, rekabet gücünün korunabilmesi vb. için, bir yıldan uzun süre kullanılabilir sermaye mallarının temin edilmesi ve gerekli döner sermaye varlıklarının satın alınmasıdır (Kuru ve Özen 1998:37).

Turizm yatırımı şu şekilde de tanımlanabilir: "Turistlerin konaklama, yeme içme, dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarını karşılamaya yarayan tesis, arazi ve teçhizatların bütününe turizm yatırımı" denir (Karahana 1986:6). Bu tanımla, özellikle üst yapı yatırımları olarak da adlandırılan konaklama tesisleri yatırımları ele alınmaktadır.

Turizm yatırımının amacı;

- i) İşletmenin işletmeciliğini idame ettirmesini sağlayıcı geliri elde etmek  
ii) Pazarı ve turizm ürününü çeşitlendirerek, global geliri arttırmak  
iii) Yatırılan sermayeyi geri ödemektir (Kahraman 1986:114).

Turizm yatırımları; altyapı yatırımları, üstyapı yatırımları (konaklama tesisleri yatırımları) ve diğer hizmet tesisleri yatırımları olarak üç ana grupta toplanabilir (Barutçugil 1989:66).

### **3.2.1. ALT YAPI YATIRIMLARI**

Alt yapı yatırımları; yol liman, köprü, havaalanı gibi alt yapı tesisleri ve su, elektrik, kanalizasyon gibi temel hizmetlere dönük yatırımlardır. Bu yatırımların gerçekleştirilmesinde temel amaç turizm sektörünü geliştirmek değildir. Ancak alt yapının varlığı ve yeterliliği turizmin gelişmesini olumlu yönde etkiler. Esasen turizmden bağımsız olan bu yatırımlar ülkemizde devlet tarafından belirli bir plan ve program içerisinde her yerleşim birimine götürülen bir kamu hizmetidir.

### **3.2.2. ÜST YAPI (KONAKLAMA TESİSLERİ) YATIRIMLARI**

Turistlerin geçici olarak konaklama ve geceleme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik otel, motel, pansiyon, tatil köyü ve benzeri yataklı tesislere yapılan yatırımlardır. Turizm yatırımları içerisinde konaklama tesisleri yatırımları sabit sermaye miktarının diğer sektörlerle göre çok fazla olduğu yatırımlardır.

Üst yapı yatırımları olarak da bilinen bu tür yatırımlar turizm yatırımlarının en önemli kısmını oluştururlar. Turizm yatırımlarının gerektirdiği büyük sabit yatırımlara rağmen, turizm sektörünün mevsimlik karakteri her ülkede yatırımlarının teşviki ile ilgili bir politikanın uygulanmasını zorunlu kılmaktadır. Nitekim ülkemizde de 2634 sayılı Turizm Teşvik

Kanunu ile ve bu Kanun çerçevesinde yatırımları özendirici, teşvik edici bir takım düzenlemeler yapılmıştır.

### 3.2.3. DİĞER HİZMET TESİSLERİ YATIRIMLARI

Altyapı ve konaklama dışında kalan ve turistlerin, yeme içme, eğlenme, dinlenme, spor yapma gibi ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan lokanta, kafeterya, çay bahçesi, spor tesisleri, eğlence yerleri ve benzeri tesisler için yapılan yatırımlardır.

## 4. TURİZM YATIRIM PROJESİNİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ

Genel olarak proje, bir amacı gerçekleştirmeye veya yanıt bekleyen bir sorunu çözmeye yönelik, sistematik ve organize edilmiş bir çaba olarak tanımlanmaktadır (Angus ve Gunderson 1997:2; Sekaran 1992:9).

Turizm yatırım projesi, “Mevcut ve gelecekteki turizm talebinin bir bölümünü karşılamak üzere, girişimci ve toplum yararına, ekonomik prensibe uygun olarak hazırlanmış ve formüle edilmiş, ekonomiye turizmle ilgili mal ve hizmet arz etmek amacı taşıyan projeler” olarak tanımlanabilir (Karahana 1986:8).

Yatırım projelerinin sahip olması gereken özellikler;

- i) İyi tanımlanmış amacı yada amaçları olmalıdır,
- ii) Özgün bir sonuca ulaşmalıdır ve
- iii) Zaman, maliyet ve kaynaklar açık bir şekilde belirlenmelidir.

şeklinde sıralanabilir (Spinner 1997:4).

Turizm sektörü yatırım projeleri, diğer yatırım projelerinden farklı özellikler taşırlar. Bu özellikler dört başlık altında toplanabilir.

### SABİT SERMAYE YOĞUNLUĞU

Turizm yatırımlarının en önemli kısmını oluşturan konaklama tesisleri yatırımları önemli miktarlarda sabit sermaye yat-

ırımı gerektirirler. Maden işletmelerinde sabit sermaye oranı % 64, Demir Çelik Endüstrisinde % 50, Kimya Endüstrisinde % 42 iken, otelcilik endüstrisinde otel binasının sahibi işletmeci ise bu oran % 94'tür (Karahana 1986:9).

Turizm yatırımlarındaki bu sabit sermaye yoğunluğu özellikle sermayenin rantabilitesi yönünden önemli bir faktördür. Bu nedenle rantabilite değerlendirilme sinde bu husus göz ardı edilmemelidir. Bir turizm yatırımının net işletme kârlılığı esas itibarıyla;

- i) Uygulanacak tarifelere
- ii) Yıllık doluluk oranlarına
- iii) İşletme giderleri düzeyine bağlıdır (Olalı 1990:340).

### EMEK YOĞUNLUĞU

Turizm işletmeleri otomasyon imkanlarının çok sınırlı olarak uygulanabildiği işletmelerdir. Öte yandan turizm işletmeleri yapıları gereği kişisel ve ancak insanlar tarafından üretilebilecek hizmetleri gerektirmektedir. (Örneğin barmanlar, aşçılar, turist rehberleri, garsonlar gibi) Turizme olan talebin artması, yeni iş alanlarının açılmasına neden olmakta böylece istihdam seviyesi yükselmektedir.

### SABİT GİDERLERİN YÜKSEK OLUŞU

Turizm işletmelerinde özellikle yatırımın gerçekleşmesinden sonra işletme aşamasında sabit giderler çok yüksektir. Bunun ana nedeni; enerji, bakım, personel, amortisman ve benzeri giderlerin kapasite doluşundan bağımsız olarak süreklilik göstermesidir. Sabit giderlerin yüksek oluşu kara geçiş noktasının, satış hasılatı ve kapasite kullanım oranı ilişkisini kritiklemektedir.

### ALT YAPI TESİS İLİŞKİSİ

Turizm yatırım projeleri açısından en önemli özellik ve kritik unsur bu ilişkidir. Alt yapı tesislerinin tam olmadığı bir yörede konaklama kapasitesinin genişliği bir anlam ifade etmeyecektir. Böyle bir yerde yapılan turizm yatırımının kârlı olması imkansızdır. Yine aynı şekilde konaklama

tesisleri olmadan alt yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi turizm açısından bir anlam ifade etmeyecektir.

### **5.TURİZM YATIRIM PROJELERİNİN HAZIRLANMASI İLE İLGİLİ ÖZELLİKLER**

İşletmeler mal veya hizmet üretmek amacıyla kurulmuş ekonomik birimlerdir. Bir ekonomik girişimin ilk adımını oluşturan işletme kurma kararı, aslında sanıldığı gibi basit ve yalın değildir. İşletme kurmak, bir yatırım yapmak demektir. Bir başka ifadeyle, kıt olan kaynakların belli bir alana belirli bir süre tahsis edilmesidir. Makro ve mikro bazda yatırım kararı verecek olanların bunu yaparken kıt kaynakların optimal biçimde kullanılmasını sağlamaları gerekir. Bu nedenle kurulacak işletmenin ekonomik bakımdan yararlı olup olmayacağı, kısaca kârlılık ihtimali incelenmelidir. Daha geniş bir anlatımla, işletme kurulmadan önce pazar incelenmeli, elde edilen sağlıklı bilgiler bilimsel yöntemlerle değerlendirilmeli ve pazarda yeterli ölçüde satılabileceği belirlenen mal veya hizmetin üretimini en uygun yer, ölçek ve niteliklerde gerçekleştirmeyi mümkün kılacak bir tesis ortaya çıkarılmaya çalışılmalıdır.

Yukarıda yapılan açıklamalar göz önünde tutularak, bir yatırım projesi hazırlama sürecinin aşağıdaki aşamalardan oluştuğu belirtilebilir (Çonkar 1992:23):

- i) Proje fikrinin doğuşu ve uygun yatırım alanları araştırması sonucunda ön eleme yapılması,
- ii) Yapılabilirlik çalışmaları,
- iii) Projelerin değerlendirilmesi,
- iv) Projenin uygulamaya konulması.

Ancak daha önce de değinildiği gibi, turizm yatırımları ve turizm yatırım projeleri diğer yatırım ve yatırım projelerinden farklı özelliklere sahiptir. Bu nedenle çalışmamızın bundan sonraki bölümlerinde bu farklılıklar üzerinde durulacaktır.

### **PROJE FİKRİNİN DOĞUŞU VE UYGUN YATIRIM ALANLARI ARAŞTIRMASI SONUCUNDA ÖN ELEME YAPILMASI**

Bir konuda yatırım yapma düşüncesinin ortaya çıkışı girişimcinin yaratıcılığı ve sezgi gücü ile bağlantılıdır. Belli bir ihtiyacın yetersiz ölçüde, düşük kalitede veya yüksek fiyatla karşılandığı ya da hiç karşılanmadığı konusunda bir yargıya ulaşılması halinde girişimcide yatırım yapma düşüncesi oluşabilir.

Turizm yatırım projesinin doğuşu farklı nedenlere dayanabilir. Örneğin, belirli bir yörede yatak arzı eksikliğini gidermek suretiyle belli bir doluluğa erişileceğinin ve kârlı işletmecilik yapılabilceğinin umulmuş olması olabilir. Ayrıca, kamunun özendirme önlemlerini geniş tuttuğu ve Kalkınma Planlarında öngörülen yörelerde turizm yatırıma girişmek, girişimcinin anılan yatırıma yönelmiş olmasına neden oluşturabilir.

Proje fikri ortaya çıktıktan sonraki aşama, uygun yatırım alanlarının araştırılması çalışmasıdır. Bu aşamada turizm yatırımı yapılacak yöredeki; iç ve dış talep, enerji ve yakıt imkanları ile işgücü nitelikleri ve yararlanılabilecek teşvik unsurları incelenir.

Yapılan bu çalışma ve incelemeler sonucunda birçok muhtemel yatırım tasarısı ortaya çıkabilir. Bu muhtemel yatırım tasarılarını önemli ölçüde masrafa ve zaman kaybına yol açmadan basit bir biçimde ön elemeyi geçirerek alternatifleri en fazla 2-3 projeye düşürmek gerekecektir. Bundan sonra eldeki konular üzerinde kapsamlı bir yapılabilirlik çalışmasına başlanabilir.

### **YAPILABİLİRLİK ÇALIŞMALARI (FİZİBİLİTE ETÜDÜ)**

Yapılabilirlik çalışmaları (fizibilite etüdü); "Bir ekonomik faaliyetin gerçekleştirilmesi için gerekli olan bir üretim tesisine ayrılan kaynaklarla, söz konusu tesisin işlemeye başladıktan sonraki ekonomik ömrü boyunca yaratacağı kaynakların karşılaştırılması yoluyla, bu yatırımın



yapılıp yapılmaması konusunda yapılan bir inceleme ve değerlendirme çalışmasıdır" (Barutçugil 1989:70).

Bir yatırım tasarısının gerçek kârlılığını, gerekliliğini ve başarı ihtimalini belirlemek amacıyla yapılan fizibilite etüdü bir dizi ekonomik, teknik ve mali incelemeyi içerir.

### **5.2.1. EKONOMİK İNCELEME**

Ekonomik inceleme, yapılacak yatırım ile üretilen mal veya hizmetin arz ve talep durumunu, satış ve rekabet imkanlarını, pazarın mevcut durumunu ve gelecekteki muhtemel gelişmelerini önceden belirleyebilmek için gerekli bilgileri ve sayısal verileri toplama, sınıflandırma ve inceleme çalışmasıdır. Ekonomik inceleme sonuçları olumsuz ise, teknik ve finansal inceleme yapmaya gerek yoktur (Kahraman 1986:18).

Ekonomik inceleme çalışmaları; piyasa araştırması ve talep tahmini; uygun kapasitenin (işletme ölçeğinin) tespit edilmesi ve uygun kuruluş yerinin seçilmesi aşamalarından oluşur (Çonkar 1992:27).

Turizm sektöründe piyasa araştırması ve talep tahmini çalışmalarının başlıca amacı, tesisin hizmete girişinden sonraki yıllarda kaç yatak, ne miktarda yiyecek içecek ürünü ve hangi fiyattan satabilirim sorularına en doğru karşılığı sağlayabilmek olmalıdır (Kahraman 1986:18).

Turizm sektöründe uygun kapasitenin belirlenmesi, proje konusu tesisin konaklama, yeme-içme, eğlenme ve alışveriş gibi çeşitli hizmet birimlerinin büyüklüklerinin belirlenmesine ve kapasitelerinin gelecek dönemler itibarıyla kullanım oranlarının tahminine dönük bir çalışmadır (Barutçugil 1989:72). Turizm tesisinin potansiyel talep dikkate alınarak optimum büyüklükte kurulması ve farklı birimler arasında uygun bir dengeyi sağlanması gerekir.

Kuruluş yeri, bir turizm işletmesinin çekiciliğini dolayısıyla kârlılığını etkileyen en temel faktördür. Bir turizm

tesisinin kuruluş yerinin seçiminde şu faktörler dikkate alınmalıdır (Barutçugil 1989:72):

- i) Turistik çekicilik durumu,
- ii) Altyapı ve ulaşım olanakları,
- iii) Girdilerin sağlanabilme kolaylığı,
- iv) Bölgenin turizm açısından taşıdığı önem ve öncelik.

Ayrıca kuruluş yerinin, Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan yatırım politikasında yer alan özelliklere uygun olup olmadığının da araştırılması gerekir (Kahraman 1986:19).

### **5.2.2. TEKNİK İNCELEME**

Teknik inceleme tesisin teknik özelliklerinin belirlenmeye çalışıldığı ve esas itibarıyla projenin mühendislik yönünü oluşturan çalışmaları kapsar. Teknik inceleme çalışmaları; ürün dizaynının belirlenmesi, üretim yönetiminin tespiti, makine ve teçhizat seçimi, tesis binalarının ve tesis içi yerleşme düzeninin belirlenmesi, yatırım dönemi uygulama planının (termin planı) hazırlanması aşamalarından oluşur (Çonkar 1992:46).

Turizm yatırım projelerinin teknik yönden geliştirilmesi aşamasında, projenin teknik tanımı yapılarak, yatak ve yan hizmet üniteleri kapasitesinin teknik yönden de uygunluğu araştırılmalıdır (Barutçugil 1989:35). Turizm yatırımlarında teknik yönden yapılabirlik incelemeleri, kurulacak tesisin ve kullanılacak teçhizat ve donanımın teknik incelemesi, işletme içi yerleşme düzeninin kurulması, yatırım dönemi uygulama planının hazırlanması gibi konuları kapsar (Barutçugil 1989:35).

Turizm sektörü temelde insan emeğine dayalı bir hizmet endüstrisi olmakla beraber gerek yatırım ve gerekse işletme aşamalarında sermaye mallarının yoğun bir biçimde kullanımını gerektirmektedir. Bu nedenle yararlanılacak teknolojinin ve buna bağlı olarak makine teçhizatın seç-

imi turizm işletmeleri açısından önemlidir.

Bir turizm işletmesinin kurulacağı alanın genişliği ve arazi yapısı dikkate alınarak otel, lokanta, gazino, kafeterya, yüzme havuzu, spor alanları, otopark ve bahçe gibi birimlerin alan içinde nasıl dağıtılacağı ve bu birimlerin iç yerleşim düzenlerinin nasıl gerçekleştirileceği gibi hususlar da teknik inceleme çalışmaları sırasında tasarlanır. Bu tasarımda tüketicinin tatmini ve hizmetin etkinliği ön planda tutulur.

### **5.2.3.MALİ İNCELEME**

Mali (finansal) inceleme, ekonomik ve teknik incelemenin ortaya koyduğu verileri kullanarak yatırımcı kuruluşların mali yapılarını ve projenin mali yönden yapılabilirliğini ortaya koymak için yapılan incelemedir. Finansal inceleme çalışmaları; yatırımın toplam maliyetinin hesaplanması, projenin finansman ihtiyacının ve kaynaklarının belirlenmesi, işletme dönemine ait gelir ve gider tahminlerinin yapılması aşamalarından oluşur (Çonkar 1992:51).

Turizm işletmelerinde kullanılan finansman yöntemleri, işletmenin türüne, fon sağlayacak kişi ve kurumun niteliğine ve süreye bağlı olarak farklılıklar gösterir. Ancak, çalışmamızın bu kısmında hemen hemen tüm sektörlerde uygulanma imkanı bulunan genel finansman yöntemleri (özkaynak, finansal kiralama, kısa veya uzun vadeli ticari kredi vb.) dışında özellikle otelcilik alanında kullanılan bazı özel finansman yöntemleri üzerinde durulacaktır.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmeleri karşılaştıkları güçlükleri aşabilmek ve değişen koşullara uyum sağlayabilmek amacıyla yeni finansman teknikleri bulmak zorunluluğu duymuşlardır. Bu yöntemlerden bazıları şöyle sıralanabilir (Barutçugil 1989:172).

- i) Satma ve geri kiralama yöntemi: Büyük bir kapitali uzun bir dönem için bağlamak istemeyen turizm işletmecisi,

inşa ettirdiği konaklama tesislerini gayrimenkul kiralama alanında uzmanlaşmış bir kuruluşa satar. Daha sonra bu tesisleri 99 yıla kadar uzayan bir dönem için kiralar. Yıllık kira bedelleri, doğrudan satış bedeline bağlı olarak ve çoğunlukla toplam satış bedelinin % 8.5-10 dolaylarında saptanır.

- ii) Teçhizat kiralama ve taşınır değerlerin rehin verilmesi yöntemi: Turizm işletmesinde kullanılan bazı teçhizatın kısmen veya tamamen kiralama yoluyla sağlanması kullanılmasıdır. Kiralama, bu konuda uzmanlaşmış bir kuruluştan yapılabileceği gibi faaliyet dönemleri farklılık gösteren konaklama işletmeleri arasında karşılıklı olarak da yapılabilir. Bu yöntem sabit varlıklara yapılan yatırım tutarının azaltılması açısından önemli bir fayda sağlar.

- iii) Condominium yöntemi: Bir konaklama işletmesine yapılacak yatırımın toplam maliyeti tesisdeki oda sayısına bölünerek bulunacak bir birim fiyatla odalar satışa çıkarılır. Bu odayı satın alan kişi, bir taraftan tesisin belli bir payına sahip olurken diğer taraftan da odasında her yıl belirli bir dönem kalma veya bu süreyi dilediğine kiralama hakkını kazanmaktadır. Bu uygulamanın bir benzeri devre mülk sistemi olarak da isimlendirilen parçalanmış condominium yöntemidir.

Finansal inceleme sırasında işletme gelir ve giderler tahminlerinin yapılması da gerekir. İşletme gelirleri, bir yatırımın faydalı ömrü boyunca yaratacağı hasılat

toplamını ifade eder. İşletme giderleri ise yapılacak yatırımdan faydalı ömrü boyunca beklenen hasılatların sağlanabilmesi için yapılan harcamaların tümünden oluşmaktadır.

Turizm sektöründe işletme gelirleri; oda satışı, yiyecek-içecek maddeleri satışı ve sair hizmetler arzı sonucunda elde edilen gelirlerden oluşmaktadır. Turizm yatırım projelerinde sair gelirlerin hesabı yapılırken, proje konusu tesisin niteliği ile arz ettiği yan hizmet ünitelerinin azlığı veya çokluğu dikkate alınır. Ülkemizde bu tür projelerin değerlendirilmesinde sair gelirler, oda+yiyecek+içecek gelirleri toplamının % 2 ila % 20'si arasında kabul görmektedir. Avrupa'daki otellerde bu oran % 5 ila % 6, dünyada ise % 6 ila % 10 arasında varsayılmaktadır (Kahraman 1986:29).

Turizm sektöründe işletme giderleri ise; yiyecek ve içecek giderleri, personel giderleri, sigorta giderleri, amortismanlar, bakım onarım giderleri ve sair giderlerden oluşmaktadır.

### **YATIRIM PROJELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Proje değerlendirme, özünde iktisadi bir faaliyet olup mevcut kaynakları en elverişli şartlarda kullanan projelerin seçimi hedefini taşır.

Genel bir tanımla proje değerlendirme, bir yatırımın yol açacağı masrafları ve yaratacağı faydaları karşılaştırarak bu yatırım önerisinin çekici olup olmadığının ortaya çıkarılması ve eğer çeşitli yatırım önerileri bulunuyorsa bunların arasında yine masraf ve faydaların karşılaştırılması yoluyla bir öncelik sırasının belirlenmesi çalışmalarını şeklinde tanımlanabilir (Barutçugil 1989:76).

Turizm yatırım projeleri, belli bir mal veya hizmet üretimine tahsisi düşünülen kaynakların ekonomik ve mali yönden avantajlı bir tahsis olup olmadığını göstermek üzere geliştirilmektedir. Bunun için ise, yatırım harcamaları ile tesisin faydalı ömrü boyunca yaratacağı nakit girişlerinin karşılaştırılması, gerekir. Bu

karşılaştırmada nakit girişleri lehine bir fark meydana geldiği takdirde avantajlı bir tahsis yapıldığı sonucuna varılacaktır. Fakat yapılan harcamalar ile nakit girişleri farklı zaman dilimlerinde meydana geldiği için bu karşılaştırmada paranın zaman değeri dikkate alınmalıdır.

Yatırımların değerlendirilmesinde kullanılan, proje değerlendirme yöntemleri turizm yatırımlarının değerlendirilmesinde de kullanılabilir.

Turizm yatırım projelerinin değerlendirilmesinde paranın zaman değerini dikkate alan (Dinamik, çok dönemli) yöntemlerin kullanılması durumunda, diğer yatırım projelerinin değerlendirilmesinde olduğu gibi, ekonomik ömrün, hurda değerin ve iskonto oranının belirlenmesi gibi güçlüklerle karşılaşılmaktadır. Özellikle iskonto oranının belirlenmesi, paranın zaman değerini dikkate alan yöntemlerin uygulanmasında büyük önem taşımaktadır.

Dünya'da ve ülkemizde turizm yatırım projelerinde, en uygun iskonto oranının seçimini belirleyen faktörler şu şekilde açıklanabilir (Karahana 1986:117).

- i) Turizm projelerinin iskonto oranını belirlemek için piyasada geçerli cari faiz oranı dikkate alınır ve ona bir miktar risk ve enflasyon primi eklenir.
- ii) Turizm yatırım projelerinin finansmanını meydana getiren kaynakların maliyeti, iskonto oranının belirlenmesi için ölçü teşkil eder. Projeye özkaynak sağlayanların projeden bekledikleri iç kârlılık oranı ve projenin yabancı kaynaklarını oluşturan kredilerin faiz oranının ağırlıklı ortalaması en uygun iskonto oranı olarak kullanılabilir.

### **6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME**

Hizmet işletmeleri hizmet üretimi ve/veya pazarlaması ile uğraşan kuruluşlardır. Hizmet üretimi yapısal nitelikleri

itibarıyla, fiziksel yapıya sahip malların üretilmesinden farklıdır. Bunun bir gereği olarak hizmet sektörü ve bu sektörde faaliyet gösteren işletmeler diğer işletmelerden farklı bir yapıya sahip olmak zorundadırlar.

Bu farklılık bir çok noktada kendisini gösterir. Tüm işletmeler açısından, alınan diğer kararlara nazaran daha önemli olan yatırım kararlarının alınmasında da hizmet işletmeleri açısından bir takım farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu farklılı-

klardan en önemlileri, hizmet işletmelerinin diğer işletmelere nazaran daha çok miktarda sabit sermaye yatırımlarına ihtiyaç duymaları ve emek-yoğun çalışmak zorunda olmaları şeklinde ifade edilebilir.

Yatırım kararları ekonomik, teknik ve finansal açıdan bir takım çalışmaları gerektirmekte ve bu çalışmalar doğal olarak işletme türüne göre farklı olmaktadır. Bu çalışmada hizmet işletmelerinde yatırım kararları alınırken ortaya çıkacak farklılıklar üzerinde durulmuştur.

### **Kaynaklar**

AĞAOĞLU, O. Kemal (1994). *Turizm Yatırımlarında Kaynak Kullanımı ve Verimlilik Sorunları*, Milli Produktivite Merkezi Yayınları:520, Ankara.

ANGUS, Robert B ve Norman A. GUNDERSEN (1997). *Planning, Performing, and Controlling Projects*, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

BARUTÇUGİL, S. İsmet (1989). *Turizm İşletmeciliği*, Beta Basım Dağıtım 3.b.

CEMALCILAR, İlhan (1987). *Pazarlama*, Beta Basım Dağıtım Yayın No: 217, Eskişehir.

ÇONKAR, Kemalettin (1992). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yatırım Kararları ve Yatırım Teşvikleri*, BİAR Enstitüsü Ankara.

GÜVEN, Mevlüt (1999). *Turizm İşletmeleri ve Muhasebe Uygulamaları*, TÜRMOB Yayınları Sirküler Rapor Serisi No: 25, Ankara.

KAHRAMAN, Nüzhet (1986). *Turizmde Yatırım Projeleri*, Çağlayan Kitabevi Ankara.

KARAHAN, Kasım (2000). *Hizmet Pazarlaması*, Beta Basım A.Ş. Yayın No: 1040, Kayseri.

KOZAK, Meryem (1995). Türkiye’de Turistik Arz İle İlgili Bazı Ekonomik Değişkenlerin Dış Turizm Talebi Üzerine Etkisi, *Tügev Dergisi*, Sayı 33.

KURU, Şafak ve Tuğrul ÖZEN (1998). *Turizm Yatırımları*, Özkan Ofset Matbaacılık, İstanbul.

OLALI, Hasan (1990). *Turizm Politikası ve Pazarlaması*, İşletme Fakültesi Yayın No: 228, İstanbul.

ÖZTÜRK, Ayşe (1998). *Hizmet Pazarlaması*, Anadolu Üniversitesi Yayınları Yayın No: 1028, Eskişehir.

PEKDEMİR, Recep (2000). *Turizm ve Hizmet İşletmelerinde Muhasebe ve Vergi Uygulamaları*, TÜRMOB Eğitim Semineri Notları Ankara.

SEKARAN, Uma (1992). *Research Methods for Business*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.

SPINNER, M. Pete (1997). *Project Management*, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.