

T.C.  
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI

**TURİST HARCAMALARININ YÖRESEL KALKINMA SÜRECİNE  
EKONOMİK ETKİLERİ  
(ALANYA ÖRNEĞİ)**

101618

DOKTORA TEZİ

Hazırlayan  
Sabri Haluk ERDEM

Danışman  
Prof.Dr. Bedriye TUNÇSİPER

Balıkesir 2001

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU  
DENEYİM MERKEZİ**

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalında Hazırlanan Doktora tezi Jürimiz tarafından incelenerek, Aday...Sabri Haluk Erdem... 12/02/2001 tarihinde tez Savunma sınavına alınmış ve yapılan sınav sonucunda sunulan tezin yeterli olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

ÜYE  
Prof. Dr. Bedriye TUNCSPER  
(Danışman)  
Bedriye Tunçsper

ÜYE  
Prof. Dr. Emre ERDOĞAN  
Emre Erdoğan

ÜYE  
Doç. Dr. Güner EKİCİ  
Güner Ekiçi

ÜYE  
Doç. Dr. Cevdet AVCIKURU  
Cevdet Avcıkuru

ÜYE  
Y. Doç. Dr.  
Ali Kemal GÜNBÜR  
Ali Kemal Günbür

## ÖZET

Uluslararası turizm hareketlerinin ulaştığı boyutlar, turizm olayının ekonomik açıdan önemli bir faaliyet alanı olmasına neden olmuştur. Turizm olayı dünya genelinde kimya ve otomotiv endüstrisinden sonra dünyada yaratılan toplam gelirler arasında üçüncü sırada yer almaktadır.

Turizm, özellikle turist kabul eden ülkelerde yarattığı ekonomik etkiler ve sonuçlar açısından değerlendirildiğinde, bütün ülkelerin bu sonuçlar ve faydalardan yararlanmak için geliştirilmeye çalışılan bir faaliyet alanına dönüşmüştür. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, uluslararası ticarete gelişmiş ülkelerle rekabet edebilme yeteneklerinin sınırlılığı nedeniyle, kalkınma çabalarında ihtiyaç duydukları finans kaynaklarını turizmden elde edecekleri gelirlerle sağlayacaklarını düşünmektedirler.

Turizmin bir ülkede ya da bölgede yarattığı ekonomik sonuçların saptanması ve anlaşılması, turist harcamalarının yönlendiği sektörlerin belirlenmesi, ulusal düzeyde devletin, yöresel düzeyde ise yatırımcıların bu sektöre yönelik yatırımları daha iyi ve isabetli olarak yönlendirmesi ve devletin sektöre yönelik kaynak tahsisini sektörün ihtiyaç duyduğu biçimde yapmasını sağlayacaktır.

Turist harcamalarının bir bölgeye yönelik etkilerinin belirlenmesi, bölgesel yada yöresel kalkınma çabalarında ileriye dönük yapılacak çeşitli planlama ve politika oluşturma çalışmalarına da ışık tutacak daha sağlıklı kararların alınmasına etki edecektir.

## ABSTRACT

The extents of international tourism movements made tourism an important field of activities as an economic perspective. In the world, tourism is ranked third after chemical and automotive industries in terms of total revenue.

When tourism is evaluated by economic impacts and consequences that it creates, especially in tourist receiving countries, it has become a field of activity which all the countries trying to develop tourism in order to benefit from it. In particular the developing countries those having limitations to compete against developed countries in international trade, consider tourism as a financial resource for their development.

Determining and recognizing the economic consequences of tourism in a country or a region facilitate either government in national level or entrepreneurs in regional level to allocate their investments better. This will allow the government to allocate resource in a way the sector needs.

Determination the regional economic impacts of tourist spending will effect both future planning and policy making to make more realistic decision for the regional or local development endeavours.

## ÖNSÖZ

XXI. Yüzyıla girerken Türkiye'nin de dahil olduğu pek çok ülke turizmin önemini kavramış ve bu doğrultuda çeşitli yatırımlar yaparak turizmden elde edilecek gelirler ile ekonomilerinin gereksinim duyduğu taze para girişlerini artırma çabalarına girmişlerdir. Bu noktada, turist harcamalarının hangi sektörlerle yönelik yapıldığının belirlenmesi yatırımcılara yapacakları yatırımlar konusunda önemli avantajlar sağlayacaktır. Yapılan bu çalışma bu ihtiyaçtan kaynaklanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin konakladıkları yörelerde yaptıkları harcamaların hangi sektörlerle, hangi boyutlarda yöneldiğini tahmin ederek yatırımcılara bu konuda bir fikir vermektir.

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde değerli bilgileri ile bana destek olan danışmanım sayın Prof.Dr. Bedriye TUNÇSİPER ve Prof.Dr. Engin ERDOĞAN' a, çalışmanın anket uygulaması aşamasında değerli zamanlarını bana ayıran Alanya ilçesindeki konaklama işletmelerinin sayın yöneticilerine şükranlarımı sunarım.

## İÇİNDEKİLER

Türkçe Özet .....	iii
İngilizce Özet .....	iv
Önsöz.....	v
İçindekiler .....	vi
Şekiller Listesi .....	ix
Tablolar Listesi .....	x
Giriş .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZM VE TURİZMİN EKONOMİK FONKSİYONLARI

1.Turizmin Tanımı, Tarihsel Gelişimi, Çeşitleri ve Ekonomik Etkileri .....	4
1.1 Turizm ve Turist Kavramları .....	4
1.1.1 Turizmin Tanımı .....	5
1.1.2 Turistin Tanımı .....	6
1.2 Turizmin Tarihsel Gelişimi .....	7
1.2.1 Endüstri Devresi Öncesi Turizm .....	7
1.2.2 Endüstri Devrimi Sonrası Turizm .....	8
1.3 Turizm Çeşitleri .....	10
1.3.1 Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri .....	11
1.3.2 Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri .....	12
1.3.3 Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Çeşitleri ..	12
1.3.4 Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri .....	13
2. Turizm ve Ekonomi .....	14
2.1 Ekonominin Tanımı .....	14
2.2 Turizmin Ekonomik Etkileri .....	14

2.2.1 Turizmin Parasal Ekonomik Etkileri .....	15
2.2.1.1 Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi .....	18
2.2.1.1.1 Dış Ödemeler Dengesi Kavramı .....	19
2.2.1.1.2 Dış Turizm Dengesi .....	21
2.2.1.2 Turizmin Döviz Arz ve Talebine Etkisi .....	23
2.2.1.2.1 Döviz Arzına Etkisi .....	23
2.2.1.2.2 Döviz Talebine Etkisi .....	24
2.2.1.3 Turizmin Enflasyon Üzerine Etkisi.....	25
2.2.2. Turizmin Reel Ekonomik Etkileri .....	28
2.2.2.1. Turizmin Gelir Etkisi.....	28
2.2.2.2. Turizmin İstihdam Etkisi .....	37
2.2.2.3. Turizmin Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi .....	44
2.2.2.3.1 Tarım Sektörüne Etkisi .....	44
2.2.2.3.2 Sanayi Sektörüne Etkisi .....	46
2.2.2.3.3 Hizmet Sektörüne Etkisi .....	47
3. Turizmin Sosyal Etkileri.....	47
3.1. Bölge Nüfusuna Etkileri .....	54
3.2. Bölge Kültürüne Etkileri .....	54
3.3. Doğal Çevreye Etkileri .....	58

## İKİNCİ BÖLÜM

### BÖLGESEL KALKINMA ve TURİZMİN BÖLGESEL KALKINMA SÜRECİNE ETKİLERİ

1 Bölgesel Kalkınma Strateji ve Politikaları .....	59
1.1 Bölgesel Kalkınma Stratejileri .....	60
1.1.1 Büyümeye Dayalı Bölgesel Kalkınma Stratejileri .....	60
1.1.2 İstikrara Dayalı Bölgesel Kalkınma Stratejileri .....	61
1.1.3 Eşitliğe Dayalı Bölgesel Kalkınma Stratejisi .....	62
1.2 Bölgesel Kalkınma Politikalarının Temel İlkeleri .....	64
1.2.1 Sosyal Karlılık İlkesi .....	64

1.2.2 Kalkınma Kutbu İlkesi .....	65
1.2.3 Halkın Katılımı İlkesi .....	66
1.3 Bölgesel Kalkınma Politikasının Amaçları .....	67
1.3.1 Nüfusun Bölgeler Arasındaki Dengeli Dağılımının Sağlanması	
Amacı .....	68
1.3.2 Az Gelişmiş Bölgelerin Ekonomik ve Sosyal Gelişmelerini	
Gerçekleştirme Amacı .....	69
1.4 Bölgesel Kalkınma Politikası Araçları .....	69
1.4.1 Mali Araçlar.....	71
1.4.2 Kurumsal Araçlar.....	72
2. Turizm ve Bölgesel Kalkınma.....	72
2.1 Turizmin Bölgesel Kalkınma Sürecine Etkileri.....	73
2.2 Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Yönelik Ekonomik Etkilerini Ölçme	
Yöntemleri .....	80

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TURİST HARCAMALARININ YÖRESEL EKONOMİK ETKİLERİNİN ÖLÇÜLMESİ VE ALANYA'DA BİR UYGULAMA

1.Çalışmanın Amacı ve Kapsamı .....	90
2.Çalışmanın Varsayım ve Sınırları .....	90
3.Çalışmanın Yöntemi .....	91
4.Alanya İlçesi Hakkında Elde Edilen Veriler .....	93
4.1 Alanya İlçesinin Coğrafi Özellikleri ve Tarihi .....	94
4.2 Alanya İlçesinin Turistik Değerleri .....	95
4.3 Alanya'da Yöresel Turist Harcamaları Modelinin Uygulanması.....	98
<b>SONUÇ</b> .....	119
<b>EKLER</b> .....	123
<b>KAYNAKÇA</b> .....	125



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar .

Şekil 1.2: Turizmin Ekonomik Fayda Zinciri.

Şekil 1.3: Toplam Ulusal Üretim İçindeki Turizm Harcamaları.

Şekil 1.4: Turizmin Çarpan Etkisi.

Şekil 1.5: Turist Harcamalarının İstihdam Yaratma Etkisi.

Şekil 3.1: Alanya İlçe Haritası.

Şekil 3.2: Alanya İlçesinde Toplam Turist Sayısının Konaklama İşletmeleri Kategorilerine Göre Dağılımı.

Şekil 3.3: Alanya İlçesinde Konaklama İşletmelerinin Doluluk Oranları.

Şekil 3.4: Tatil Köylerinde Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları.

Şekil 3.5: Beş Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları.

Şekil 3.6: Dört Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları.

Şekil 3.7: Üç Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları.

Şekil 3.8: İki Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları.

Şekil 3.9: Tek Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları.

Şekil 3.10: Belediye Belgeli Otellerde Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları.

Şekil 3.11: Apart Otellerde Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları.

Şekil 3.12: Belediye Belgeli Apart Otellerde Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları

Şekil 3.13: Pansiyonlarda Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları.

Şekil 3.14: Toplam Turist Harcamaları'nın Harcama Kategorilerine Göre Dağılımı.

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1: Ödemeler Dengesi.

Tablo 1.2: Dış Turizm Dengesi.

Tablo 1.3: Turizm Gelirlerinin Türkiye'nin Dış Ticaret Açıklarını Kapatmadaki Payı.

Tablo 1.4: Dünyada En Çok Turizm Geliri Elde Eden 20 Ülke.

Tablo 1.5: Amerika İllinois Eyaletinde Turizm Gelirleri ve Bölge Ekonomilerine Etkisi.

Tablo 1.6: Bermuda Adasında Yıllar İtibariyle Turist Sayısı ve Yaptıkları Harcamalar.

Tablo 1.7: Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri.

Tablo 1.8: Turizmin İstihdama Etkisinin Diğer Sektörlerle Karşılaştırılması.

Tablo 1.9: Dünya'da Yıllara Göre Uluslararası Turist sayıları ve Turizm Gelirleri.

Tablo 1.10: Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri

Tablo 2.1: 1988-94 Yılları Arasında Meksika Turizm Gelirleri ve Turist Sayıları

Tablo 3.1: Mayıs 2000 Tarihi İtibarı İle Alanya İlçesi Konaklama Tesisi Sayısı.

Tablo 3.2: Alanya İlçesi Sınırları İçinde Bulunan ve Araştırmanın Uygulandığı Otellerin Envanteri.

Tablo 3.3: Konaklama İşletmeleri Kategorilerine Göre, Geceleme sayıları, Oda Gelirleri, Ziyaretçi Gecelemeleri ve Toplam Turist Sayısı Hesaplamaları.

Tablo 3.4: Kişi Başına Düşen Turist Harcamalarının Konaklama ve Harcama Kategorilerine Göre dağılımı.

Tablo 3.5: Harcama Kategorilerinin Konaklama Harcamalarına Oranları.

Tablo 3.6: Sektörlere Göre Turist Harcamalarının Tahminlenmesi.

## GİRİŞ

XX. yüzyılın ortalarından itibaren milyonlarca insanın çeşitli nedenlerden dolayı sürekli yaşadıkları yerlerin dışına, geçici sürelerle seyahat etmeleri ve gittikleri yerlerde barınma, yeme-içme eğlence vb. ihtiyaçlarını karşılamak için sürekli yaşadıkları yerlerde elde ettikleri gelirlerinin bir kısmını harcamaları sonucu ortaya çıkan ekonomik ilişkilerin büyük bir olasılıkla XXI. yüzyılda da devam edeceği tahmin edilmektedir<sup>1</sup>.

Her yıl milyonlarca insanın milyonlarca dolar harcayarak turistik çekiciliği olan bölgelere seyahat etmeleri, söz konusu bölge ekonomilerine önemli oranlarda döviz akışı sağlamaktadır. Bu taze para akışı, gelişmiş ülkeler açısından önem taşımakla birlikte, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından çok daha büyük önem taşımaktadır. XXI. başlarında, birçok üçüncü dünya ülkesi turizmden elde ettikleri gelirler ile yaşamlarını sürdürmektedirler. Diğer birçok ülkenin ise, gelir kaynaklarının önemli bir oranını turizm gelirleri oluşturmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin, ekonomik ve sosyal gelişimlerini tamamlamak açısından öncelikli olarak ihtiyaç duydukları taze para akışını sağlayan turizm, sektörün yapısından kaynaklanan özelliği ile (insan gücüne dayalı üretim yapısı) söz konusu ülkeler açısından önemli bir sorun olan istihdam olanaklarının arttırılmasında da önemli bir rol oynamaktadır.

Bilindiği üzere ekonomik gelişimlerini tamamlayamayan ülkelerin bir başka önemli sorunu da, bölgeler arasındaki dengesizliklerdir. Sanayiinin geliştiği bölgelerdeki gerek nüfus gerekse sermaye yığılmaları diğer bölgelerin geri

---

<sup>1</sup> Simon Milne, (1992), "Tourism and Development In South Pacific Microstates" *Annals of Tourism Research* Vol.19 s.192

kalmalarına neden olmaktadır. Turizm, geliştiği ülkelerde bu sorunun da önlenmesinde önemli katkılarda bulunabilmektedir.<sup>2</sup>

Ancak, bölgelerin turizmin bu yararlarından faydalanabilmeleri için turistlerin ilgisini çekecek bazı çekiciliklere (doğa, iklim, tarih, kültür vs.) sahip olmaları gerekmektedir. Ülkelerin geleceğe yönelik yapılandırılmalarında ve kalkınma sürecinde hızlı bir şekilde yol almalarında etkin rol oynayan planlamacı ve politika uygulayıcısı çevrelerin oluşturacakları plan ve politikalarda yörelerin turistik değerlerini de göz önüne alarak gelişme politikaları oluşturma gerekliliğini anlamaları yadsınamayacak bir gerçek haline gelmiştir.

Ancak bu noktada bir başka önemli yaklaşım ortaya çıkmaktadır. Bu yaklaşım ise, merkezi yönetimlerin bir bölge yada yöre konusunda geliştirecekleri politikaları belirleme aşamasında yerel yönetimlerin ve yöre halkının istek görüş ve potansiyellerini değerlendirip değerlendirmedikleri konusu olmaktadır<sup>3</sup>. Yerel yönetimlerin ve yörede yaşayan insanların kendi çevreleri konusunda daha gerçekçi bilgilere sahip oldukları bilinen bir gerçektir. O halde, merkezi yönetimlerin yukardan aşağıya emredici bir özellikte ve son derece katı bir yapıya sahip, aynı zamanda yerel yönetimlerin ve yöre insanının istek ve beklentilerini dikkate almadan oluşturdukları ve uygulamaya koydukları plan ve politikaların başarılı olma şansı giderek azalmaktadır. Ayrıca, yöre insanını aktif olarak katılıp benimsemediği politikaların genellikle istenilen sonuçlara ulaşamadığı da bilinen bir gerçektir.

Bu noktadan hareketle, yeterli turizm potansiyeline sahip yörelere yönelik oluşturulacak ve yörelerin gelişmelerini sağlayacak plan ve politikaların oluşturulma ve uygulanma sürecinde yerel yönetimlerin, yöre insanının ve yöredeki özel girişimcilerin aktif katılımının sağlanması, turizmin söz konusu yöreye yönelik olası katkı ve faydalarının etkisini en yüksek seviyeye getireceğini söylemek mümkündür.

<sup>2</sup> Zeynel Dinler, (1991), **Bölgesel İktisat**, (Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi), ss.111-116.

<sup>3</sup> Marko Koscak, (1998). "Integral Development of Rural Areas, Tourism and Village Renovation, Slovenia" **Tourism Management** Vol.19 ss. 81-86

Bu çalışmada, gelişmekte olan ÷lkeler kategorisinde yer alan ÷lkemizin ekonomik yada sosyal açıdan geri kalmış y÷relerinin gelişmesinde turizmin önemli bir rol oynayacağı varsayılarak, yapılan araştırma ile bu varsayımın desteklenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde, genel olarak turist ve turizm kavramlarına yer verilmiş ve daha sonra turizmin ekonomik ve sosyal boyutları incelenerek, turizmin bir yöre yada bölgeye yönelik ekonomik ve sosyal etkileri incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünün birinci kısmında bölgesel kalkınma ve bölgesel kalkınmaya yönelik uygulanan strateji ve politikalar teorik olarak incelenmiş ikinci kısmında ise turizmin bölgesel kalkınmaya yönelik etkileri ve çeşitli yörelerde uygulanan turizm kalkınma projeleri örnekleri ile incelenmiştir. İkinci bölümün son kısmında ise, turizmin bir bölge yada yöreye yönelik ekonomik etkilerini ölçme yöntemleri incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise Antalya iline bağı turistik bir yöre olan Alanya ilçesinde turistlerin yaptıkları harcamaların miktarları ve yöneldikleri sektörleri belirlemek amacıyla bir uygulama yapılarak uygulama sonuçları değerlendirilmiştir.

## BÖLÜM I

### TURİZM ve TURİZMİN SOSYO-EKONOMİK FONKSİYONLARI

#### 1 Turizmin Tanımı, Tarihsel Gelişimi ve Çeşitleri

XXI. yüzyıla girdiğimiz bu dönemde turizm, birçok ülke açısından önemli bir ekonomik etkinlik haline gelmiştir. Milyonlarca insan milyonlarca dolar harcayarak binlerce mekana boş zamanlarını değerlendirmek ve tatil yapmak amacıyla seyahat etmektedir. İşte çeşitli amaçlarla yapılan bu seyahatler süresinde ortaya çıkan ilişkiler bütünü, turizm kavramı içinde ele alınmaktadır. Turizm olayı, bugünkü anlamında olmasa da insanlık tarihinin önemli bir sürecinde var olmuştur. İlk zamanlar turizm kavramının içine alınabilecek seyahatler, ticaret, eğitim, keşif yada dini ziyaret amaçlı olabilirken XXI. Yüzyıl anlamındaki turizm, Batı Avrupa'da ve sonraları bütün dünyada ekonomik ve sosyal açıdan önemli gelişmelere yol açan ve Sanayi Devrimi olarak adlandırılan dönem sonrası gelişmeye başlamıştır.

#### 1.1 Turizm ve Turist Kavramları

Turizm kavramını belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar XIX. Yüzyıl sonlarına kadar gitmektedir. Turizm olayının değişik yönlerine farklı bakış açıları ile yaklaşan yazarlar, günümüze kadar birbirlerinden oldukça farklı tanımlar yapmışlardır<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Ömer Akat, (1997), Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, (Bursa: Ekin Kitapevi), s. 2

Söz konusu bu tanımların birbirlerinden farklı olması, turizm olayının son derece geniş ve karmaşık ilişkiler bütününden oluşmasından ve bilim adamlarının turizme, algıladıkları farklı ilişkiler yönünden yaklaşımda bulunmalarından kaynaklanmaktadır. Ancak, turizmin, insanların boş vakitlerini değerlendirmek amacıyla yaptıkları seyahatler sonucu ortaya çıkan bir kavram olduğu bütün çevreler tarafından kabul edilen bir gerçektir.

### 1.1.1 Turizmin Tanımı

Turizm kavramını açıklamak amacıyla yapılan bazı tanımlar şu şekildedir;

Uluslararası Bilimsel Turizm Birliği (AIEST), İtalya'nın Polermo kentinde 1954 yılında toplanan kongresinde Hunziker ve Krapf'in turizme yönelik yapmış olduğu aşağıdaki tanımı benimsemiştir.<sup>5</sup>

“Turizm, yabancıların devamlı yerleşmemek ve gelir elde etmemek koşuluyla gittikleri bölgelerdeki geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.”

Turizm olayının ekonomik yönünü vurgulayan tanımlardan, Otto Ludwig Römer'in tanımı ise şu şekildedir<sup>6</sup>.

“Eğer bir tüketici, gelirinin bir kısmını tatil, seyahat ve geçici olarak yer değiştirmeyi zorunlu kılan diğer ihtiyaçları tatmin için harcıyorsa, bu amaçlara ayrılan gelir bölümü ile bu gelirin kazanılması arasında bir neden sonuç ilişkisi bulunmuyorsa, turizmden bahsedilebilir.”

Turizm olayına yönelik tanım denemesinde bulunan çevrelerin büyük bir çoğunluğu turizmin, “sürekli yaşanılan yerler dışına para kazanma amacı dışında

<sup>5</sup> Nazmi Kozak, Meryem Akoğlan, Metin Kozak, (1994), **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**.(Ankara: Anatolia Yayıncılık), s. 3

<sup>6</sup> Aynı , s.26

çeşitli amaçlarla yapılan geçici seyahatler sonucu ortaya çıkan ve konaklama yeme-içme gibi gereksinimlerin de karşılandığı bir olaylar bütünü” olduğu yönünde fikir birliğindedirler. Ancak, bu noktada iş seyahatleri amacıyla geçici ve kısa sürelerle yer değiştiren ve gittikleri yerlerde turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetleri talep ederek (özellikle şehir otellerinde) turizm istatistiklerinde yer alan ve aynı zamanda, para kazanma amacı da güden önemli bir kitle tanım dışı bırakılmaktadır.

Bu açıdan, iş seyahatlerinin literatürde turizm çeşitleri arasında yer almasına rağmen, turizm tanımlarında yer almaması bir çelişki gibi görünmektedir.

### **1.1.2 Turistin Tanımı**

1937 yılında Milletler Cemiyeti Turizm Komitesi turisti, “Çoğunlukla oturduğu yerden başka bir ülkeyi 24 saatten fazla bir süre ziyaret eden kimse” olarak tanımlamıştır.

Bir kimsenin turist sayılabilmesi için gerekli olan özellikleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

Turist, Belirli bir boş zamana sahip olmalıdır, Düzenli bir geliri olmalıdır, Çeşitli amaçlarla seyahat etmelidir, Gittiği yerlerde en az 24 saat konaklamalıdır, Gittiği yerde turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri satın Almalıdır, Gittiği yerden sürekli yaşadığı yere geri dönmelidir. (geçici bir süre için seyahat etmelidir).

Aşağıdaki özelliklere sahip kişiler turist sayılmazlar;

Geldikleri ülkeye bir iş bulmak amacıyla gelen kişiler, bir ülkeye yerleşmek için gelenler, öğrenci yurtlarında altı aydan fazla kalan öğrenciler, geldikleri yöreden transit geçiş yapan yolcular, sınırlarda oturup, iş yeri bir ülkede oturdukları yer bir başka ülkede olanlar.



Seyahat etme nedenleri turistlerle aynı olan ancak gittikleri yörelerde 24 saatten az kalan (konaklamayan) kişiler ise, turist sayılmayıp “Günübirlikçi” olarak nitelenirler.

## 1.2 Turizmin Tarihsel Gelişimi

Turizm olayının tarihin çok eski dönemlerinde de var olduğu bilinmektedir. Bu konuda çeşitli araştırmalarda bulunan bilim adamları, turizmin tarihsel gelişimini dönemlerinin uygarlık açısından en gelişmiş toplumlarından olan Sümerlere kadar götürmektedirler. Ancak, o dönemde turizm denilebilecek seyahatlerin bu günkü turizm anlayışından çok uzak olduğunu belirtmekte fayda vardır.

### 1.2.1 Endüstri Devrimi Öncesi Turizm

*“Sümerler parayı, yazıyı ve tekerleği ilk bulan uygarlık olarak kabul edilmektedir. O halde ilk seyahatler de o dönemde başlamalıdır.”* Bilim adamları tarafından yaygın bir şekilde savunulan bu inanış ilk seyahatlerin M.Ö.4000 yıllarında başladığını göstermektedir. Fenikeliler modern anlamda, bir yerden diğerine tüccar olarak giden ilk gerçek seyyahlardır.<sup>7</sup> Romalılar döneminde ise turizm amaçlı seyahatler önemli boyutlara ulaşmıştı.

Turizm tarihinde Mısır piramitleri önemli bir yer tutmaktadır. O dönemlerde binlerce insan bu uygar ülkeye piramitleri ve diğer etkileyici eserleri görmeye geliyorlardı. Mısır'daki tapınakların ve diğer eserlerin ziyareti konaklama ve diğer tesislerin oldukça gelişmesine olanak sağlamıştır.

İlk çağlarda, gözlemlenen tapınak ziyaretleri, bir ölçüde kitle turizmi izlenimi yaratmaktadır. Homer ve diğer tarihçiler Ege'deki tapınakların belli zamanlarda çok

<sup>7</sup> Tunca Toskay, (1983), *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, (İstanbul: Der Yayınları), s.76

sayıda insan tarafından ziyaret edildiğini anlatır. Efes ve Didim gibi ilk çağ merkezlerinin bu seyahatlerden büyük ölçüde yararlandıkları bilinmektedir.<sup>8</sup>

İlk çağlardaki seyahatlerden bir başkası, sağlık amaçlı yapılan seyahatlerdir. Kalıntıları günümüze dek uzanmış olan Bergama'daki Asklepion, İzmir'deki Agememnon ve Pamukkale'deki Hierapolis gibi sağlık merkezleri sağlık amaçlı seyahatlerin önemli kanıtlarını oluşturmaktadırlar.

Hıristiyanlıkla birlikte gelişmeye başlayan papaz ve misyoner seyahatleri ve daha yakın çağlarda Marco Polo, Vasco de Gama, Christophe Colombe, Magellan'ın yaptıkları seyahatler turizmin gelişimi açısından önem taşımaktadır.

Orta çağda seyahatlerin artmasını etkileyen en önemli faktör, dini yerlerin ziyaret edilmesi olmuştur. XVII ve XVIII. yüzyıllarda ise Avrupa'da aristokrat sınıftaki ailelerin çocuklarını önceden planlanmış eğitim seyahatlerine göndermeleri bir çeşit turizm hareketi olarak nitelenebilmektedir.

Rönesansla birlikte ise, özellikle sanatsal amaçlı seyahatlerin yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle Rönesansın doğduğu İtalya'ya yönelik olan bu seyahatler kültürel turizmin önemli örneklerinden birisi olmuştur.

Ayrıca, ünlü Türk denizcisi Piri Reis, dönemin teknolojisinin çok üzerinde bir teknikle yaptığı Amerika haritası ile, Evliya Çelebi ise, yazdığı Seyahatnamesi ile turizm tarihine çok önemli katkılarda bulunmuşlardır.

### **1.2.2 Endüstri Devrimi Sonrası Turizm**

Endüstri devrimi insanlık tarihinin en önemli aşamalarından birisidir. Endüstri devriminin neden olduğu gelişmeler sonrası toplumların ekonomik ve sosyal yaşam biçimleri değişmiş bazı toplumsal sınıflar ortadan kalkarken

---

<sup>8</sup> Ergun Göksan, (1985) , **Turizmoloji**, (İzmir: Uğur Ofset Matbaası), s.5

(derebeylik kurumu), bazı sosyal sınıflar ise sınıf değiştirmiştir (köle ve serflerin işçi sınıfına dönüşmesi gibi ).

Endüstri Devrimi sonrası, makinanın tarıma girmesi, sanayi merkezlerinde bulunan fabrikaların insan gücü gereksinimi, kırsal yörelerden kentlere doğru yoğun bir gücün başlamasına neden olmuştur. Bunun sonucu olarak, kentler büyük şehirler (Metropol) haline gelmeye başlamıştır. Yeni bilimsel buluşlar ve özellikle matbaanın yeni teknolojiler ile gelişmesi, basılı yayınların çoğalmasını, dolayısıyla toplumların kültürlerinin artmasını sağlamıştır. Bu arada yeni keşifler ve buna dayalı olarak sömürgeleşme, dünya zenginliklerinin Batı Avrupa'ya akmasını sağlamış ve bu ülkelerde önemli miktarda sermaye birikimine neden olmuştur.

Bütün bu gelişmeler olurken, insan yaşamında önemli değişiklikler gerçekleşmeye başlamıştır. İnsanların gelirleri düzenli olarak artmaya başlamış, gelişen teknolojinin sağladığı teknik gelişmeler bir taraftan çalışma saatlerini azaltırken, bir taraftan da ulaşımın kolaylaşmasını sağlamıştır.

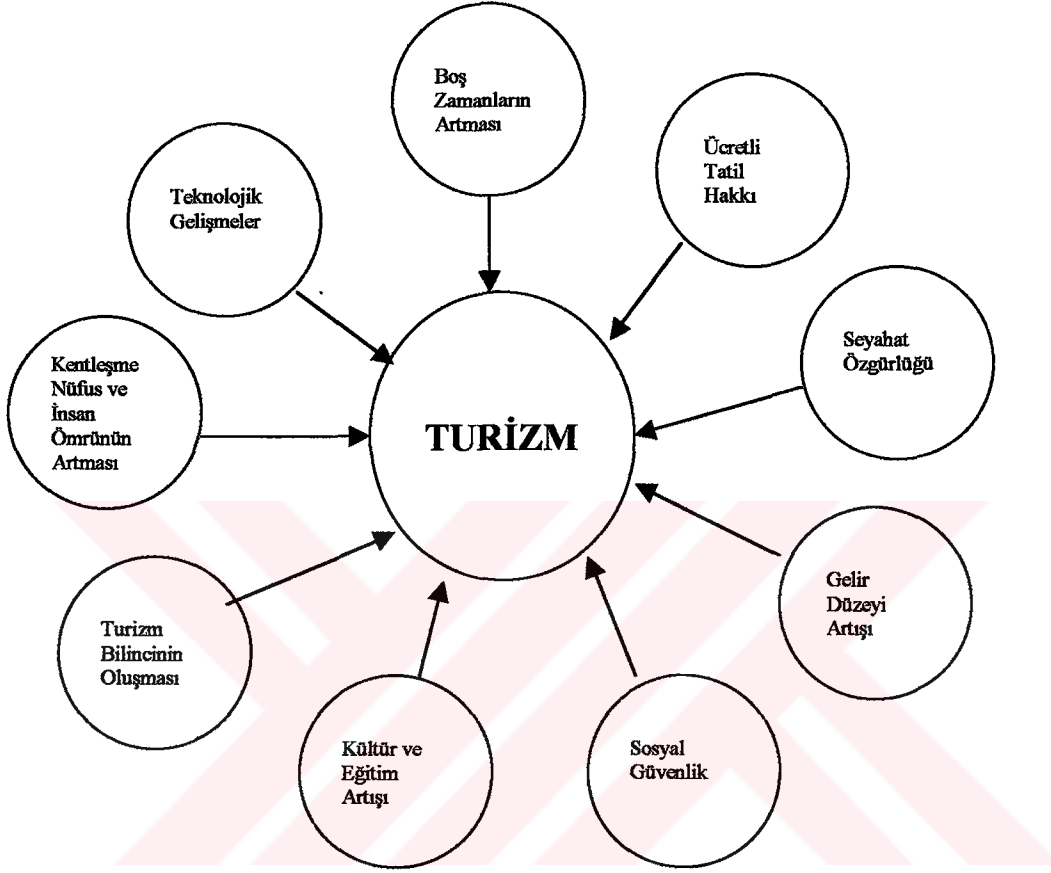
1841 yılında Thomas Cook tarafından 570 kişilik bir paket tur düzenlenmesi, turizmin bugünkü boyutlarına ulaşmasında başlangıç noktası olmuştur. Söz konusu bu paket turun sanayi devrimi sonrasına rastlaması bir tesadüf değildir. Turizmin bu günkü boyutlarına ulaşmasında etki eden unsurları şu şekilde sıralamak mümkündür;

Boş zamanların artması, ücretli tatil hakları, teknolojik gelişmeler, gelir düzeylerinin artması, seyahat özgürlüklerinin gelişmesi, sosyal güvenlik yasalarının gelişmesi, kentleşme, nüfus artışı ve insan ömrünün uzaması, turizm bilincinin oluşması, kültür ve eğitim düzeyinin artması. (şekil 1.1)<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Nazmi Kozak, Meryem Akoğlan, Metin Kozak, **n. Ver.** , s.28

**Şekil 1.1**  
**Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar**



Kaynak: Nazmi Kozak, Meryem Akoğlan, Metin Kozak, **Ön. Ver.** ,28

### 1.3 Turizm Çeşitleri

Kişilerin turizme katılım amaçları ve turizme katılımlarında etkili olan faktörler turizmin çeşitlendirilmesi gereksinimini yaratmaktadır. Ancak, turizm çeşitlerinin genellikle birbirleri ile olan yakın ilgisi ve aralarında kesin çizgilerin bulunmaması nedeniyle, turizm çeşitlerinin sınıflandırılmasında bazı güçlüklerle karşılaşabilmektedir.

Genel olarak turizm çeşitlerini dört başlık altında sınıflandırmak mümkündür. Bu başlıklar ise şunlardır,<sup>10</sup>

- Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm çeşitleri,
- Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri
- Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Çeşitleri
- Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri

### 1.3.1 Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

Bu sınıflandırmada turizm, bireysel, kitle ve grup turizmi olmak üzere üç biçimde ele alınmaktadır.

Bireysel turizmde kişilerin bireysel olarak hiçbir gruba, kitleye dahil olmadan ferdi olarak turizme katılımları söz konusudur. İnsanlar, macera aramak, yeni yerler görmek bilinmedik yerleri keşfetmek veya bunlara benzer amaçlarla turizme bireysel olarak katılmaktadır. Genellikle, Batı Avrupa yada gelişmiş diğer ülkelerden ekonomik geliri yüksek gençler bu turizme katılmaktadırlar.

Kitle turizmi, insanların turizme, büyük kitleler halinde ve paket turları kullanarak katıldıkları turizm çeşididir. XX. Yüzyıl turizminin belirleyicisi konumundaki bu turizm çeşidine genelde orta sınıf gelir grubuna dahil aileler katılmaktadırlar.

Grup turizminde, çeşitli sosyolojik grupların turizme katıldığı görülmektedir.<sup>10</sup> Burada, çeşitli mesleki gruplara, derneklere yada firmalara dahil olan kişilerin gruplar halinde turizme katılımları söz konusudur.

---

<sup>10</sup> Aynı, s.30

### 1.3.2 Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri

Turizme katılım biçimlerini etkileyen bir diğer faktör ise yaş gruplarıdır. Bu noktada, turizme katılımı yaş gruplarına göre üç ayrı turizm çeşidi ortaya çıkmaktadır. Bunlar; gençlik turizmi, orta yaş turizmi ve üçüncü yaş turizmidir.

Gençlik turizmi, genellikle 15-24 yaş grubundaki gençlerin aile bireylerinden bağımsız olarak katıldıkları turizm çeşididir. Gençlerin aile bağlarının ve sorumluluklarının az olması, ayrıca psikolojik yapıları gereği maceraya ve değişime açık olmaları, konaklama yerlerinin seçiminde çok titiz davranmamaları bu yaş grubundaki insanların diğer yaş grubuna oranla turizme daha yoğun katılmalarını sağlamaktadır.

Orta yaş turizmi, 24-55 yaşları arasında olan insanların katıldıkları turizm çeşididir. Bu grupta yer alan bireyler, genellikle çalışma çağındaki ve birer aileye sahip bulunan kişilerdir. Bu grubun turizme katılım zamanları ve biçimleri, çalışma koşullarından etkilenmekte ve gezi zamanları genellikle yaz aylarına rastlamaktadır. Ayrıca, ekonomik koşulların değişiminden en çok etkilenen grup bu kesim olmaktadır.

Üçüncü yaş turizmi, 55 ve daha üzerindeki yaşlara sahip insanların gerçekleştirdikleri turizm etkinliklerine üçüncü yaş turizmi adı verilmektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerde, sağlık koşullarının düzelmesi ile uzayan insan ömrü, ekonomik koşulların düzelmesi ve alınan çeşitli özendirici önlemler bu yaş grubunun turizme katılımını yoğunlaştırmıştır.

### 1.3.3 Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Çeşitleri

Turizmi sınıflandırmada bir diğer kıstas, katılanların sosyal ve ekonomik durumlarının dikkate alınmasıdır. Bu yöntemle yapılan sınıflandırmada üç farklı turizm çeşidi bulunmaktadır. Bunlar sosyal ve lüks turizm olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Sosyal turizm, çeşitli nedenlerle turizme katılamayan kişilerin turizme katılmalarını sağlamak amacıyla yapılan uygulamalar bütünüdür. İnsanların turizme katılmalarını etkileyen en önemli etken ekonomik yetersizlikler olmakla birlikte, çocuk sahibi olma, sakatlık, yaşlılık vb. etkenler de onların turizme katılmalarını olumsuz olarak etkilemektedir. İşte sosyal turizm bu noktada ortaya çıkmaktadır. Alınan çeşitli önlemler, (Örneğin; faizsiz tatil kredileri, firma ve şirketlerin çalışanlarına yönelik sağladıkları ucuz tatil olanakları, konaklama işletmelerinde açılan kreşler, ülkelerin emeklilerine yönelik düzenledikleri ucuz tatil organizasyonları vb. uygulamalar.) İnsanların turizme katılmalarını kolaylaştırmakta ve özendirilmektedir.

Lüks turizm ise, yüksek gelir gruplarının katıldıkları turizm çeşididir. Bu turizm çeşidi, ekonomik gelirleri yüksek olan ve toplum içinde yüksek standartlarda yaşayan kesimler için düzenlenen organizasyonlar bütünüdür. Bu tür turistlerin genellikle tatil beldelerinde kendilerine ait villaları bulunduğu için turizme katılmaları sınırlı olmaktadır. Bu tip turistler genellikle av yada kumar turizmi gibi özel turizm çeşitlerine yönelik istemde bulunmaktadır.

#### **1.3.4 Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri**

XX. yüzyıl boyunca turizme katılan insanların deniz, kum ve güneş amaçlı tatil istemleri, bu turizm çeşidini en popüler turizm tüketimi konumuna getirmiştir. Ancak, son yıllarda insanlar giderek daha yoğun bir biçimde deniz turizmi dışında çeşitli amaçlarla seyahat etmeye başlamıştır. Kişilerin seyahat amaçlarına göre turizm çeşitlerini şu şekilde sıralamak mümkündür;

Deniz turizmi, kongre turizmi, sağlık turizmi, yat turizmi, mağara turizmi, dağ turizmi, çiftlik turizmi, av turizmi, golf Turizmi, karavan turizmi, din turizmi, tarih turizmi.

## 2 Turizm ve Ekonomi

Turizm ekonomisi, turistik olayların nedenlerini, içeriğini, gelişme koşullarını, sonuçlarını, bu olaylar arasındaki neden ve sonuç ilişkilerini bilimsel yöntemlerle ekonomik açıdan araştırarak, turizm olayının bağlı olduğu kanun ve prensipleri ortaya koyan bir disiplindir.<sup>11</sup>

### 2.1 Ekonominin Tanımı

Günümüzde hala kullanılan eski dildeki “iktisat” kavramı ile aynı anlamı taşıyan “ekonomi” kavramı, Avrupa Dillerine ve Türkçe’ye Yunanca’dan geçmiştir. Eski Yunan’da “ev” ve “yönetim” anlamlarını taşıyan “oikos” kelimesi ile, “yasa” ve “kural” anlamındaki “nomos” kelimelerinin birleştirilmesi ile ortaya çıkmıştır.<sup>12</sup>

Ekonomiyi şu şekilde tanımlamak mümkündür;

*Ekonomi, halkın yaşamını nasıl sürdüreceği, yiyecek, barınak, giyecek ve bu dünyanın diğer gereksinimlerini ve konforlarını nasıl elde edeceklerini inceler.” Mallar nasıl üretilecek ve mübadele edilecek? Hangi işler vardır? Bu işlerde çalışanlara ne ödenmektedir. Ekonomi İnsanların karşılaştıkları sorunların ve bu sorunların hafifletilebilmesi yollarının bir incelemesidir.*<sup>13</sup>

### 2.2 Turizmin Ekonomik Etkileri

XX. yüzyıl sonlarına doğru yaklaşık 1 milyar insanın yine yaklaşık 500 milyar dolarlık bir tüketim harcamasıyla katıldıkları turizm olayı, ülkeler arasında ekonomik, sosyal ve siyasal alışverişin en önemli araçlarından birisi haline gelmiştir. Turizmin bu gelişimi ülkelerin karşılaştıkları ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde ve karşılaşılan darboğazların aşılmasında önemli bir araç olmasını beraberinde getirmiştir.

<sup>11</sup> Hasan Olalı, **Turizm Politikası ve Planlaması**, (1982), (İzmir: Ege Üniversitesi yayınları), s.3

<sup>12</sup> Nejat Berberoğlu,(1992 ) **Genel Ekonomi I**, (Eskişehir: Birlik Ofset Yayıncılık) , s.1

<sup>13</sup> M.İlker Parasız, (1995) , **İktisada Giriş**, (Bursa: Ezgi Kitapevi Yayınları) , s.3



Turistlerin çeşitli gereksinimlerini karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar, turist kabul eden bölge ekonomisine önemli etkilerde bulunarak canlılık getirmekte ve bu gereksinimlerin karşılanması amacıyla yapılan üretim ekonominin birçok sektörünü yakından ilgilendirmektedir.

Turizmin ekonomik etkilerini iki ana grup altında, parasal ve reel ekonomik etkiler şeklinde incelemek mümkündür.

### 2.2.1 Turizmin Parasal Ekonomik Etkileri

Turizmin bir ülke ekonomisine yönelik parasal etkileri, yarattığı ekonomik sonuçlar açısından önem taşımaktadır. Özellikle gelişmekte olan ve ekonomik ve sosyal kalkınma sürecinde çeşitli parasal sorunlar yaşayan ülkeler açısından bu önem, ekonomik ve sosyal açıdan gelişmişlik düzeyini yakalamış durumda bulunan ülkelere oranla daha öncelikli bir konumda bulunmaktadır.

Bir ülkedeki turist harcamaları, o ülke ekonomisinde, halkaları nitelik bakımından birbirinden farklı bir zincire benzeyen çeşitli ekonomik faaliyetler başlatmaktadır ve bu ekonomik faaliyetlerin bütününe “turizmin ekonomik etkileri” adı verilmektedir.<sup>14</sup>

Turizmin ekonomik etkileri kapsamında, bölge insanının gelir düzeyi ve refahıyla ilgili olarak çeşitli faydalar, bir başka deyişle olumlu ekonomik kazançlar bulunmaktadır. Ancak turizm aynı zamanda, bölge insanı açısından bazı olumsuz etkilere, yani maliyetlere de yol açabilmektedir.

Turizmin olumlu ekonomik etkileri konusunda yaygın kanı şudur; “*Turizm gayri safi milli hasıla içinde yer alan ve ekonominin iyileşmesinde olumlu etkilerde bulunan yatırım ve tüketim kalemlerini olumlu yönde etkilemektedir*”. Olumsuz

<sup>14</sup> Inter American Congress Permanent Secretariat Report (1977), *Sustaining Tourism Financial and Human Resource By Managing*, ( San Jose' Coto Rica) ([www.Oas.org/tourism/tr-inte.htm](http://www.Oas.org/tourism/tr-inte.htm)) s.10

etkilerinden ise şu şekilde bahsedilmektedir; “*Turizm bazı durumlarda sosyal ve doğal çevreyi tahrip etmede etkin rol oynayabilmektedir.*” Bölge insanı açısından diğer olumlu etkileri ise, bölgeler ve gelir grupları arasındaki dağılımını olumlu yönde etkilemesidir.

Bir ülkeye yönelik turizm hareketleri o ülke ekonomisine yeni gelirlerin eklenmesine yol açar. Bu gelirlerden sermaye oluşturma sürecinde etkili, olanlar daha öncelikli bir nitelik taşımaktadır. Bu noktada, söz konusu harcamaların ekonomide yarattığı etkileri, birincil (doğrudan) ve ikincil (dolaylı) etkiler olarak iki grupta toplamak mümkündür. Burada, gelir ve istihdam gibi tüketici harcamalarından doğrudan etkilenen konular turizmin birincil etkileri olurken, turist harcamaları sonucu artan kişisel gelirlerin yeniden harcanması nedeniyle uyarılan diğer sektörler üzerindeki ekonomik etkiler ise turizmin ikincil ekonomik etkileri olarak adlandırılmaktadır.

***Kişisel Gelirler:*** Maaşlar ve ücretler gibi iş gören gelirleri, çalışanlarının ve sahiplerinin aynı kişi yada ailelerin olduğu küçük işletmelerin gelirleri, yatırılan sermaye karşılığı elde edilen karlar ve kiralara.

***İşgücü Kaynakları :*** Turizmin ülkede gelişimi ile ortaya çıkan doğrudan, dolaylı, uyarılmış ve ek istihdam olanakları.

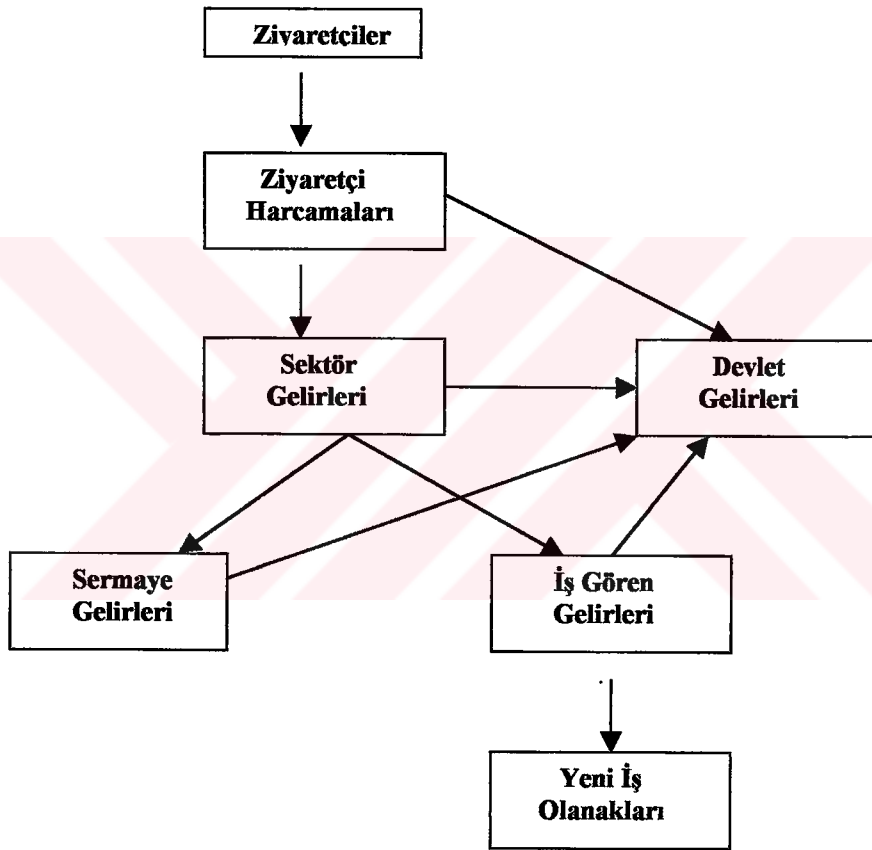
***Devlet Gelirleri :*** Devletler, gelişen turizm ticareti ile doğrudan yada dolaylı olarak vergi gelirleri elde etmektedirler

***Döviz Girdisi:*** Bir ülkeye yabancı ülkelere turizm amaçlı gelen ziyaretçiler, harcamalarını ya kendi ülkelerinin parası ile yada bir üçüncü ülkenin parası ile yapmaktadırlar. Dolayısı ile turistler tarafından yapılan bu harcamalar ev sahibi ülke açısından ekonomi çarklarına önemli bir döviz girdisi etkisi yaratmaktadır.

Bu ölçütler genellikle kendine özgü bir düzeni takip eder. Ekonomide ziyaretçi hacmi genişledikçe bu durum harcamaların artmasını sağlar. Ziyaretçi

harcamalarının artması sektör gelirlerinin artması demektir. Artan sektör gelirleri çalışanlara maaş ve ücret olarak yansırken yeni iş olanakları da sağlar. Aynı zamanda devlet gelirleri, çoğalan turizm aktiviteleri, turizm sektörü gelirleri, kişisel gelirler, yeni iş olanakları ve sermaye gelirleri ile genişler.(şekil 1.2)

**Şekil 1.2**  
**Turizmin Ekonomik Fayda Zinciri**



Kaynak: İnter American Avel Congress Parmenent Report, (1997) ,  
**Sustaining Tourism By Managing Financial and Human Resourcal.**  
(Costa Rica Son Jose'), ( [www.oas.org/tourism/tr-inte.html](http://www.oas.org/tourism/tr-inte.html) )

### 2.2.1.1 Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Uluslararası turizm hareketleri nedeniyle, ülkelerarasında el değiştiren çeşitli ulusal paralar, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin ise döviz arzını arttırıcı bir rol oynadığından, söz konusu ülkelerin ödemeler dengesi etkilenmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin çoğunluğunun dönemsel ve bazen de kronik olarak döviz darboğazı ile karşılaştıkları ve ekonomik kalkınma açısından gereksinim duydukları yatırım mal ve hizmetlerini satın almakta güçlük çektikleri bilinmektedir. Tarımsal ve endüstriyel ürün dışsatımı, birçok gelişmekte olan ülke için önemli bir döviz kaynağı olmakla birlikte artan dışalım giderlerini karşılamaya çoğu zaman yeterli olmamaktadır.

Ulusal endüstrinin korunması ya da ithal ikamesi politikaları yoluyla döviz tasarruf edilmeye veya kazanılmaya çalışılmaktadır. Ancak, bu politikaları uygulamaya koyan çoğu gelişmekte olan ülke, iç pazarların darlığı ve dış pazarlara ulaşmanın güçlüğü gibi sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu nedenle, gelişmekte olan birçok ülke turizmi, geliştirilmesi gereken ilk ve en önemli sektör olarak görmektedir. Turizm, mal dışsatımına oranla çok daha uygun koşullarda döviz getirisi sağlayan bir ticaret biçimidir. Burada, tüketici satış noktasına kadar kendisi gelmekte ve turizm ürünlerinden üretildiği yerde ve zamanda yararlanmaktadır.<sup>15</sup>

Bu noktada, turistlerin geçici sürelerle konakladıkları bölgelerde sadece turistik mal ve hizmetlere yönelik harcamaları değil aynı zamanda, sürekli yaşadıkları ve ikamet ettikleri yerlerde çeşitli mal ve hizmetlere (giyim, yiyecek, taksi, v.s.) yönelik yaptıkları günlük harcamaları da dikkate almak gerekmektedir.

<sup>15</sup> R. Cleverdon, (1982), " International Tourism to 1990 " Abt Books, EIU Special Series. No 4, s. 153

### 2.2.1.1.1 Dış Ödemeler Dengesi Kavramı

Ödemeler bilançosu dar ve geniş anlamda olmak üzere başlıca iki şekilde tanımlanabilir. Bu tanımlamalardan birincisine göre ödemeler bilançosu, genellikle bir yıl içinde bir ülkenin yerlileri ile yabancılar arasında yapılan ödemelerin sistematik şekilde tutulduğu belgelerdir. IMF ise ödemeler bilançosunu geniş anlamda tanımlamıştır. IMF'e göre ödemeler bilançosu, belirli bir süre içinde ülkenin yerlileri ile yabancılar arasında meydana gelen ekonomik akımlara bağlı değerlerin, transfer ödemelerinin ve rezervlerde meydana gelen değişikliklerin sistematik ve muhasebe kayıtlarına uygun olarak belirlendiği istatistiksel bir belgedir.<sup>16</sup>

“Ödemeler Dengesi” kavramı bir bakıma, bir ülkenin diğer ülkelere yaptığı ödemelerle yabancı ülkelere elde edilen gelirlerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır. Ödemeler bilançosu, bütün ülkelerin üzerinde önemle durdukları ekonomik bir kavramdır. Bir ülkenin başka ülkelerle yapmış olduğu ekonomik amaçlı her türlü alışveriş bu bilançoda yer alır ve ülkenin ekonomik performansını gösterir.<sup>17</sup>

Döviz sağlayan ve döviz ödenmesini gerektiren işlemlerin başında dış ticaret gelmektedir. Ayrıca bir ülkeye hizmet satışlarından da döviz girebilir. Dışarıdan satın alınan hizmetler de döviz çıkışını gerektirecektir. Dövizle ödenmesi gereken alımlar, mal ve hizmet satışlarından elde edilen döviz gelirlerini aşarsa, bir döviz açığı belirmiş demektir. Ödemeler dengesi, bu açığın sermaye hareketleri ile nasıl kapatıldığını da ayrıntılı olarak gösterir.<sup>18</sup>

Buna göre ödemeler dengesi iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm mal ve hizmet hareketlerini ve bu hareketlerin neden olduğu döviz giriş ve çıkışlarını göstermektedir. İkinci bölüm ise, birinci bölümdeki mal ve hizmet hareketlerinin

<sup>16</sup> Rıdvan Karluk, (1987), *Uluslararası Ekonomi*, (İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi), s.364

<sup>17</sup> Orhan İçöz, Metin Kozak, (1998), *Turizm Ekonomisi*, (Ankara : Turhan Kitabevi), s. 186

<sup>18</sup> Erdoğan Alkin, (1990), *Uluslararası Ekonomik İlişkiler*, (İstanbul: Filiz Kitabevi), s. 7

neden olduğu döviz giriş ve çıkışlarında meydana gelen dengesizliklerin açıklanması amacını taşır. Tablo 1.1’de genel bir ödemeler dengesi şeması verilmiştir.

**Tablo 1.1**  
**Ödemeler Dengesi**

<b>I. MAL VE HİZMET HAREKETLERİ (CARİ İŞLEMLER)</b>	
<b>A. MAL HAREKETLERİ (DIŞ TİCARET)</b>	
1.	İthalat
2.	İhracat
3.	Denge
<b>B. HİZMET HAREKETLERİ (GÖRÜNMEYEN İŞLEMLER)</b>	
1.	Faiz
a)	Yabancı ülkelere verilen borçların tahsil edilen faizleri.
b)	Yabancı ülkelere alınan borçların o ülkelere ödenen faizleri.
2.	Turizm ve seyahat
a)	Ülkeye gelen turist ve gezginlerin getirdiği döviz
b)	Ülkeden çıkan turist ve gezginlerin götürdüğü döviz.
3.	Faktör gelirleri
a)	Ülke emekçilerinin ya da girişimcilerinin yabancı ülkelerde kazandıklarından döviz olarak getirdikleri
b)	Ülkedeki yabancı emekçilerin ya da girişimcilerin kazandıklarından döviz olarak götürdükleri
4.	Diğer görünmeyenler
a)	Başka ülkelere sağlanan diğer hizmetlerin getirdiği dövizler
b)	Başka ülkelere sağlanan diğer hizmetlere ödenen dövizler
5.	Denge
<b>C. CARİ İŞLEMLER DENGESİ</b>	
<b>II. SERMAYE HAREKETLERİ</b>	
1.	Dış borç ödemeleri
2.	Özel yabancı sermaye
3.	Orta ve uzun dönemli borçlar (Proje ve program kredileri)
4.	Diğer sermaye hareketleri Sermaye hareketleri dengesi
<b>GENEL DENGE</b>	
<b>III. REZERV HAREKETLERİ</b>	
<b>IV. KISA DÖNEMLİ SERMAYE HAREKETLERİ</b>	
<b>V. ULUSLARARASI KURUMLAR</b>	
<b>VI. NET YANLIŞ VE EKSİK</b>	

Kaynak: Erdoğan Alkin, *Uluslararası Ekonomik İlişkiler*, (İstanbul: Filiz Kitabevi, 1990), s. 8-9

### 2.2.1.1.2 Dış Turizm Dengesi

Turizm gelirleri ile turizm giderleri bir ülkenin dış turizm bilançosunu oluşturmaktadır. Dış turizm bilançosu “aktif dış turizm” ve “pasif dış turizm” olarak iki kısma ayrılmaktadır (tablo 1.2)<sup>19</sup>

**Tablo 1.2**  
**Dış Turizm Dengesi**

<b>Aktif Dış Turizm (Turizm Gelirleri)</b>	<b>Pasif Dış Turizm (Turizm Giderleri)</b>
Turistlerin ülkedeki konaklama, ulaştırma Yeme-içme eğlence vb. harcamaları	Vatandaşların ülke dışındaki konaklama, ulaştırma, yeme-içme eğlence vb. giderleri
Turistik tüketim malları ve hediyelik eşya dışsatımı.	Turistik tüketim malları ve hediyelik eşya dış alımı
Turizm amaçlı dış yatırımlar ve ülkeye kar transferleri	Turizm amaçlı yabancı sermaye yatırımları ve ülke dışına kar transferleri
Yabancıların kiraladıkları turizm amaçlı tesislerin kira gelirleri	Yabancı ülkelerdeki turizm amaçlı kiralanan tesislere yapılan ödemeler.
Yabancı personelin eğitimi için yapılan ödemeler	Yabancı ülkelerdeki personel için yapılan eğitim giderleri
Yabancıların ülkedeki turizm amaçlı reklam ve tanıtım harcamaları	Yabancı ülkelerde yapılan turizm amaçlı reklam ve tanıtım giderleri
Yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyonlar	Yabancı turizm işletmelerine ödenen komisyonlar
Yabancıların ülkedeki banka ve sigorta kuruluşlarına yaptığı ödemeler	Yerli işletmelerin dış ülkelerdeki banka ve sigorta kuruluşlarına yaptığı ödemeler.
Diğer döviz girdileri	Diğer döviz çıktıları
<b>Toplam Gelirler</b>	<b>Toplam Giderler</b>

Kaynak: İçöz, Kozak **Ön. Ver.** s.188

Turizm sektörünün bir ülkenin dış turizm bilançosu üzerinde yarattığı etkiler iki grupta ele alınmaktadır. Etkilerden birinci grup, turist kabul eden ev sahibi ülke ile ilgilidir. Burada, o ülke vatandaşı olduğu halde ülke dışında yaşayan ve ülkesini

<sup>19</sup> İçöz, Kozak **Ön. Ver.** , s.188

ziyarete gelen kişiler de turist kavramı içinde ele alınmaktadır. Bu noktada, birinci grup etkiler hesaplanırken, turistlerin hizmetine sunulan ithal mallar için yapılan harcamalar mutlaka dikkate alınmalıdır. İkinci etkiler grubu ise dış turizmdir. Burada ülke vatandaşlarının turizm amaçlı yurtdışı seyahatleri söz konusudur.<sup>20</sup> Turist kabul eden ülkeler açısından turizmin dış ticaret açıklarını kapatmakta önemli rol oynadığı bilinmektedir. Turizmin Türkiye'nin dış ticaret açıklarının kapatmadaki payı tablo 1.3'de verilmiştir.

**Tablo 1.3**

**Turizm Gelirlerinin Türkiye'nin Dış Ticaret Açıklarını Kapatmadaki Payı**

	<b>DIŞ TİCARET AÇIĞI</b>	<b>TURİZM GELİRLERİ</b>	<b>TURİZM GELİRLERİNİN DIŞ TİCARET AÇIKLARINI KAPATMAKDAKİ PAYI %</b>
	<b>000 \$</b>	<b>000 \$</b>	
Mayıs 97	1681	707	42.1
Haziran 97	1371	794	57.9
Temmuz 97	1644	854	51.9
Ağustos 97	1673	1169	71.4
Eylül 97	1273	1054	82.8
Ekim 97	1202	751	59.5
Kasım 97	1070	358	33.5
Aralık 97	1883	236	12.5
Ocak 98	516	261	50.6
Şubat 98	1365	229	16.8
Mart 98	1352	318	23.5
Nisan 98	1240	420	33.9
Mayıs 98	1368	718	52.5
Haziran 98	1679	787	46.9

Kaynak: Turizm Bakanlığı ([www.turizm.gov.tr/İstatistikler/İstatistik.html](http://www.turizm.gov.tr/İstatistikler/İstatistik.html))

<sup>20</sup> Toh mun Heng, Linda Low. (1990), "Economic Impact of Tourism In Singapore," *Annals of Tourism Research*. ss. 247-248



### 2.2.1.2 Turizmin Döviz Arz ve Talebine Etkisi

Turizmin döviz arz ve talebine etkisi, bir dışsatım ve dışalım şekli olmasından kaynaklanmaktadır. Uluslararası borç ve alacak, yani döviz arz ve talebi bakımından mal ithal ve ihracı ile turistik faaliyetler arasında ortaya çıkan sonuçlar açısından bir fark bulunmamaktadır. Uluslararası turizme katılan tüketiciler, gittikleri bölgelerdeki mal ve hizmetleri kendi ülkelerinin parası yada bir üçüncü ülkenin parası ile (üçüncü ülke parası çoğunlukla ABD doları olmaktadır.) satın alırlar<sup>21</sup>. Dolayısıyla ev sahibi ülke açısından uluslararası turizm hareketleri mal ihracatı, turist gönderen ülke açısından uluslararası turizm ise, mal ithalatı olarak işlem görmektedir.

#### 2.2.1.2.1 Döviz Arzına Etkisi

Turistik amaçlı seyahatler sonucu bir ülkeye gelen turistlerin turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri satın almak, hatıra eşyası veya diğer günlük ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla çeşitli mal ve hizmetleri satın almak için doğrudan veya dolaylı olarak dövizle yaptıkları çeşitli harcamalar, o ülkenin dış turizm gelirlerini oluşturur ve yurt dışına yapılan mal ihracatlarında olduğu gibi o ülkedeki döviz arzını artırıcı bir etki yaratır.

Dış turizm gelirlerinin ödemeler dengesinin cari işlemler hesabı içinde ve görünmeyen kalemler arasında yer alması nedeniyle, bir ihracat biçimi olarak turizmin döviz arzı yaratıcı özelliği, ülke ekonomisi açısından görünmeyen ihracat ve ek ihracat olarak nitelendirilir.<sup>22</sup>

Turistler tarafından satın alınan ürünler, turizm amaçlı üretilen mal ve hizmetler olduğu gibi, yerel halkın ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretilen mal ve hizmetler de olabilmektedir. Bu nedenle turizm sezonlarında turistlerin yoğun olarak gittikleri yörelerde alım güçleri yüksek kitlelerin neden olduğu geçici nüfus artışları

<sup>21</sup> İçöz, Kozak. *Ön.Ver.* , s.191

<sup>22</sup>Hasan Olalı, Alp Timur. (1998), *Turizm Ekonomisi*, (İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık), s.97

nedeniyle o yörelerde insan ihtiyaçlarını karşılayan çeşitli ürünlerin satış oranları artmakta ve bu satışların karşılığı söz konusu yörelere, yoğun döviz girişleri söz konusu olmaktadır.

Ancak, söz konusu turist harcamalarının bir bölümü, aynı zamanda yöre halkı tarafından da tüketilen mal ve hizmetlere yöneldiği için yurt dışına ihraç edilen mallardan elde edilen gelirler gibi kolayca hesaplanamamaktadır. Bu nedenden dolayı ev sahibi ülkelerde, turizm olayından elde edilen gelirler sonucu oluşan ticari ilişkilere “görünmeyen ticaret adı verilmektedir.”<sup>23</sup>

Bu çeşit harcamaların bu şekilde tanımlanmasının nedeni ise, klasik anlamdaki ihracatın ülke içinde üretilen çeşitli malların yurt dışındaki tüketicilere ulaştırma ve onların tüketimine sunma sürecinin değişik aşamalarında, söz konusu malların miktar ve fiyatlarının ve gerçekleştirilen ticaret nedeniyle ülkeye kazandırılan döviz miktarlarının belgelendirilme zorunluluğu varken, yabancı turistlerin ülke içinde yaptıkları çeşitli harcamalar sonucu ülkeye giren döviz miktarının tamamını belirlemede yaşanan güçlüklerdir. Ayrıca, turizm ticaretinde tüketiciler klasik anlamdaki ticarettten farklı olarak ihtiyaçlarına sunulan mal ve hizmetlerin üretildiği mekanlara gitmek zorundadırlar. Bütün bu nedenlerden dolayı turizm olayını bir gizli ihracat olayı olarak tanımlamak mümkündür.

#### **2.2.1.2.2 Döviz Talebine Etkisi**

Ülke sakinlerinin yurtdışına yaptıkları turizm amaçlı seyahatler, ülke içinde belirli oranlarda döviz talebi yaratmaktadır. Ancak bu talep, özellikle gelişmekte olan ülkelerde önemli boyutlara ulaşmamaktadır. Bunun nedeni ise, gelişmekte olan ülke sakinlerinin ekonomik yetersizlikten dolayı uluslar arası turizme katılım oranlarının düşük olmasıdır.

---

<sup>23</sup> Aynı , s.105

Dış turizme katılan ülke vatandaşlarının gittikleri ülkelerde turistik mal ve hizmetlere ödedikleri ücretlerin nitelendirilmesidir. Bu durumda tıpkı mal ithalinde olduğu gibi ülkeden döviz çıkışları söz konusu olmaktadır. Bu döviz çıkışları diğer bir ifade ile, turistik hareketler sonucu bir ülkeye giden yabancıların turistik hizmetlere yaptıkları ödemeler nasıl turist kabul eden ülke için görünmeyen ihracat olarak bir döviz arzı yaratıyorsa, aynı şekilde turist gönderen ülke açısından da “görünmeyen ithalat” olarak döviz talebi yaratır.

Ülke vatandaşlarının dış turizm eğilimlerinin yoğunlaşması ile birlikte döviz taleplerinin artması, dış turizm bilançosunun ödemeler bilançosu üzerindeki olumlu etkilerini azaltacaktır. Ayrıca bir ülkede, turizm yatırımları için gerekli mal ve hizmetler ithal yoluyla sağlanıyorsa bu durumda da, ödemeler bilançosu olumsuz olarak etkilenecektir.

### 2.2.1.3 Turizmin Enflasyon Etkisi

“Enflasyon” kelimesi latince şişkinlik anlamına gelmekte ve ekonomideki para miktarının, gerçek mal ve hizmet üretiminin mübadelesine yeter ölçüden fazla artmasını ve bu sebeple toplam talebin toplam arzın üzerine çıkarak, fiyatların devamlı olarak artış gösterdiğini ifade etmek için kullanılır. Temel olarak üç tip enflasyon bulunmaktadır ve bunlar; talep enflasyonu, maliyet enflasyonu ve fiyat enflasyonu olarak adlandırılmaktadır.<sup>24</sup>

Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerde enflasyonun nedenleri üzerinde yapılan çalışmalar iki ayrı yaklaşımın geliştirilmesine yol açmıştır, denilebilir. Bunlardan biri, enflasyonu para miktarının değişimine bağlayan ve parasalcı denilen yaklaşımdır; öbürü de enflasyonun ekonomik yapıdan kaynaklandığını öne süren yapısalcı yaklaşımdır.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Yılmaz Büyükerşen, (1992) “İktisada Giriş”, **Paranın Kıymeti ve Fiyatlar Genel Seviyesi**, (Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, ), s.27

<sup>25</sup> Yakup Kepenek, (1990) **Türkiye Ekonomisi**, (Ankara: Verso Yayıncılık, ), s.374-375

Parasalcı yaklaşıma göre enflasyonun nedeni para sunumunun üretim artışına bağımlı olmayan bir biçimde arttırılmasıdır. Para miktarındaki değişme ile enflasyon arasında bire-bir bir ilişki vardır ve bu bağımlılık, uygulamalı araştırmalarla da kolayca desteklenmektedir.

Enflasyonun nedenlerini ekonomik ve toplumsal yapıya bağlayan yapısalcı görüşlerse, ekonomik büyüme sürecinde, piyasa aksamalarının sunum-istem dengesizliklerine ve fiyat artışlarına yol açtığını vurgular. Genellikle bu “yapısal darboğazların” gıda maddeleri sunum-fiyat ilişkisinin esnek olmaması; sanayi ürün fiyatlarının belli kar oranı üzerinden saptanması; dış ödeme güçlükleri ve son olarak da hükümetin finansman güçlükleri olduğu öne sürülmektedir.

Ancak, gelişmiş ülkelerde de niteliği ve nedenleri farklı da olsa enflasyon görülmektedir. Kısaca enflasyon yalnız az gelişmiş “yapının” sorunu değildir. Sonuç olarak enflasyonun ekonomik etkilerini, değişik toplum kesimlerinin gerçek gelir düzeylerine ve kaynak kullanım süreçlerine olmak üzere iki ana grupta toplamak mümkündür.

Turizm olayı ile enflasyon arasındaki ilişki ise, turizmin enflasyon üzerindeki etkileri ve ülkede var olan genel enflasyon ortamının turizme etkileri olarak iki şekilde ele alınmaktadır.

Turizm olayının bir ülkede gelişmesi sonucu artan tüketim talebinin diğer sektörleri de etkileyerek genel fiyatlar seviyesini arttıracakı düşünüldüğünde, ekonomi içinde enflasyonist bir baskı yaratacağı söylenebilir.

Turizm hareketleri zaman ve mekan içinde, belirli dönemlerde ve belirli bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Dolayısıyla turizm hizmetlerinin fiyatları piyasa koşullarına göre hızla artmakta, zaman ve mekan yoğunlaşmasına uygun olarak yükselmektedir. Maliyetlerin yükselmesi, bunu izleyerek fiyatların artması ve bunu takiben de talebin yükseltilmesi ile ortaya çıkan enflasyon, maliyet enflasyonu olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda, doğrudan doğruya fiyatların yükseltilmesi ve

bunu takiben talebin arttırılması ile meydana gelen fiyat artışları da maliyet enflasyonu olarak tanımlanmaktadır.<sup>26</sup>

Maliyet enflasyonu nedeniyle turizm işletmelerinin gereksinim duyduğu çeşitli yatırım mallarındaki fiyat artışları sonuçta, turistik mal ve hizmetlerinin fiyatlarının artmasına neden olacaktır.

Çağdaş turizmin bir kitle tüketimi ve mevsimlik bir özellik göstermesi, tatillerin yaygınlaştırılması ve turizm mevsiminin genişletilmesi çalışmalarına rağmen, zaman ve mekan içinde turistik akımların kuvvetli yoğunlaşması hemen her yerde kendisini göstermektedir. Artan turizm talebi karşısında inelastik bir turizm arzının bulunması, bu şartlarda turizmin otomatikman bir enflasyon faktörü olması sonucunu doğuracaktır.<sup>27</sup>

Diğer bütün sektörlerde olduğu gibi turizm sektörü de genel fiyat artışlarının olduğu dönemlerde enflasyondan önemli ölçüde etkilenmektedir. Turizm sektöründe konaklama, yeme-içme, ulaştırma ve eğlence gibi faktörlerin turistik arzı oluşturduğu düşünüldüğünde bu bileşenlerin maliyetlerinin ve fiyatlarının genel fiyat artışlarına paralel olarak artması enflasyonun bir sonucu olarak turizm sektörüne yansiyacaktır. Turizm sektörünün en fazla etkilendiği enflasyon, talep ve maliyet enflasyonlarıdır. Turizm sektöründeki maliyet enflasyonu konaklama, yeme-içme, ulaştırma ve seyahat acentalarının girdilerindeki yatırım mallarının fiyatlarında meydana gelen artışlar ile bu işletmelerde oluşan ücret artışları nedeniyle talep ettikleri zam ve fiyat artışlarından oluşur.

Ancak, turizm sektörünün katma değerinin milli gelir içindeki payı enflasyon dönemlerinde artmaktadır.<sup>28</sup> Enflasyonist fiyat artış dönemlerinde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde turizm talebinde hissedilir bir azalma meydana gelmiyor ise, ulusal gelir içindeki turizm sektörünün payı giderek artar. Böylece ödemeler

<sup>26</sup> Osman Z. Orhan, (1984) **Başlıca Enflasyon Teorileri Gelişmekte Olan Ülkelerde ve Türkiye’de Enflasyon** , (İstanbul: Okan Yayıncılık, ) s.73

<sup>27</sup> Olalı, Timur, **Ön.Ver.**, s.295

<sup>28</sup> Aynı. , s.296

denmesine olumlu katkılar yaratılır. Ancak enflasyona rağmen, dış turizm talebinin aynı düzeyde tutulması zordur.

### **2.2.2 Turizmin Reel Ekonomik Etkileri**

Turizmin bir ülke yada yöre ekonomisinde, parasal hareketlere olan doğrudan etkilerinin yanı sıra, söz konusu ekonomide yarattığı gerçek ( reel) birtakım etkiler de vardır. Turizm olayı emek-yoğun bir nitelik taşımaktadır ve gerçek ekonomik etkilerinin başında öncelikle istihdam üzerinde yarattığı olumlu etkiler gelmektedir. Turizmin diğer gerçek ekonomik etkileri ise, turistik tüketici ihtiyaçlarının karşılanmasında yararlandığı mal ve hizmetleri üreten diğer sektörler üzerinde yarattığı uyarıcı etkiler ve turistik yörenin yada ülkenin fiziki alt ve üst yapısının gelişmesine yol açan olumlu etkilerdir.

#### **2.2.2.1 Turizmin Gelir Etkisi**

Ülkeye gelen yabancı turistlerin ve iç turizme katılan ülke sakinlerinin yapmış oldukları turistik tüketim harcamaları ile artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar gerek turizm sektöründe, gerekse sektörü besleyen diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin gelirlerini oluşturur.<sup>29</sup>

Bir bölgeye tatil amaçlı gelen turistlerin, o yörede turistik mal ve hizmetlerin yanı sıra çeşitli tüketim mal ve hizmetlerine yönelik yaptıkları harcamalar o yörenin turistik gelirlerini oluşturmaktadır. Turistler geçici olarak konakladıkları yörelerde turistik amaçlı üretilen mal ve hizmetleri tüketmek zorunda oldukları gibi aynı zamanda da sürekli yaşadıkları yerlerde doğal yaşamlarının ikamesi için yaptıkları bazı harcamaları da yapmak zorundadırlar. Bu harcamalar, çeşitli gıda maddeleri olabilirken diğer taraftan giyim, sigara, içki gibi alışkanlıklar, konser, sinema gibi hobiler v.b. de olabilmektedir. Görüldüğü üzere turist harcamaları bölgede yaşayan insanlar açısından geniş bir yelpaze oluşturmakta, yöre insanı bu harcamalardan

---

<sup>29</sup> Aynı. , s.106

yaygın bir şekilde gelir olarak faydalanabilmektedir. Bu noktada, dikkat edilmesi gereken bir başka konu da söz konusu olan bu harcamaların çoğunlukla döviz cinsinden yapılmasıdır.

Turizmin etkilerinin bir bölge ekonomisindeki birçok sektöre yayılması bu etkilerin hesaplanmasındaki genel yaklaşımların çarpan analizleri yönünde olmasına neden olmaktadır. Burada çarpan, ekonominin geri kalan bölümündeki çeşitli sektörler arasında kurulmuş ticari ilişkiler içinde dolaşan turist dövizleri ile turizm sektörünün bağlantısının derecesini ölçme anlamına gelmektedir.<sup>30</sup>

Bölgelere yapılan, rekreasyon ve boş zaman değerlendirme amaçlı yabancı ziyaretleri ev sahibi ülke için önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Hatta birçok ülkede turizm gelirleri o bölgenin döviz gelirlerinin ana kaynağını oluşturmaktadır.

Bu noktadan hareketle, “turist harcamaları, bir taraftan turizm sektöründe çalışan bölge insanının gelirlerini arttırırken diğer taraftan da turizmin etkisiyle gelişen diğer sektörler sayesinde bölge ekonomisinin gelişmesine neden olmaktadır.” demek mümkündür. Turizmin, gerek ekonomik faydaları gerekse yeni iş olanakları yaratmadaki gücü, sadece gelişmekte olan ülkeler açısından değil aynı zamanda gelişmiş ülkeler açısından da önem taşımaktadır. Turizm amaçlı seyahatlerin bölgesel ekonomilerdeki gelir etkilerini gösteren ve araştırmalara dayalı bazı örnekler şu şekildedir;

Tablo 1.4’ de 2000 yılı verileri ile dünyada en çok turizm geliri elde eden bazı ülkelerin sıralaması verilmiştir<sup>31</sup>.

<sup>30</sup> Stephen Wanhill, (1994), “The Measurement of Tourist Income Multipliers.”, *Tourism Management*, vol:14 No:4 , s.281-282

<sup>31</sup> Dünya Turizm Örgütü (WTO) *Tourism Highlights 200*, s.13

**Tablo 1.4**  
**Dünyada En Çok Turizm Geliri Elde Eden 15 Ülke**

Sıra 1999	Ülke	Gelir (Milyar \$)	Değişim oranı %	Toplam içindeki Pazar payı %
		1999	1999-1998	1999
1	ABD	73.300	2.5	16.0
2	İSPANYA	25.200(9 ay)	9.5	7.2
3	FRANSA	24.700(9 ay)	6.3	7.0
4	İTALYA	31.000	4.0	6.8
5	İNGİLTERE	21.000	0.0	4.6
6	ALMANYA	9.600(7 ay)	-2.0	3.6
7	ÇİN	14.100	11.9	3.1
8	AVUSTURYA	11.300	0.7	2.5
9	KANADA	10.300	9.5	2.3
10	MEKSİKA	7.928	-0.6	1.7
11	RUYA FED.	7.800	19.4	1.7
12	AVUSTRALYA	7.500	2.6	1.7
13	İSVİÇRE	8.700	-5.9	1.6
14	HOLLANDA	7.403	3.6	1.5
15	HONG KONG	7.000	-0.6	1.5

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (WTO) Tourism Highlights Mart 2000. s.13

Tablo 1.5'de, Amerika Birleşik Devletlerinin bazı bölgelerindeki turizm gelirleri ve bölge ekonomilerine katkısı verilmiştir<sup>32</sup>.

<sup>32</sup> Tourism Research Laboratory of Illinois, (<http://www.tourismimpact/reg9/htm.>)



**Tablo 1.5**  
**Amerika Illinois Eyaletinde Turizm Gelirleri Ve**  
**Bölge Ekonomilerine Etkisi**

<b>Bölgeler</b>	<b>Turist Harcamaları (Milyon \$)</b>	<b>Maaşlar (Milyon \$)</b>	<b>Devlet Vergi Gelirleri (Milyon \$)</b>	<b>Bölge Vergi Gelirleri (Milyon \$)</b>
<b>Merkez</b>	1.068.05	208.051	52.02	230.03
<b>Şikago</b>	14.619.04	4.433.33	553.63	328.84
<b>Kuzey</b>	838.87	174.34	37.05	18.09
<b>Güney</b>	979.08	215.02	41.63	27.68
<b>Batı</b>	663.78	144.52	29.73	17.24

Kaynak: Tourism Research Laboratory of Illinois, <http://www.tourismimpact/reg9.htm>

Atlantik okyanusunda 21 mil uzunluğunda kıyı şeridinde ve 60.000 binlik bir nüfusa sahip bir ada olan Bermuda'nın Amerika kıtasına olan uzaklığı 570 deniz mili iken, İngiltere'ye uzaklığı ise uçuş saati ile 61/2 saattir. Bu gün için turizm ada ekonomisinde önemli bir gelir kaynağı olarak görülen turizm ülke ihracatının %42'sini oluşturmaktadır<sup>33</sup>. Tablo 1.6' da turizmin Bermuda ekonomisine yaptığı katkı gösterilmektedir.

<sup>33</sup> Brain Archer, (1995) "Importance of Tourism For Economy of Bermuda" *Annals of Tourism Research*, Vol 22 No:4, s.918-930

**Tablo 1.6**  
**Bermuda Adasında Yıllar İtibariyle Turist Sayısı ve**  
**Yaptıkları Harcamalar**

Yıl	Turist Sayısı (000)	Turist Harcamaları (Milyon \$)
1980	609.556	290.0
1985	549.590	357.5
1986	591.913	422.3
1987	591.913	464.6
1988	585.218	440.5
1989	549.674	450.8
1990	547.460	490.1
1991	574.329	455.6
1992	506273	441.5
1993	566417	504.5

Kaynak: Brain Archer: (1995), "Importance of Tourism for The Economy of Bermuda" *Annals of Tourism Research*, Vol.22 No:4, s.920

Bir başka örnek olarak, Maldives adalarını verebiliriz. Pasifik Okyanusu'nda küçük bir ada cumhuriyeti olan ve turizmin gelişmesinden önce balıkçılıkla geçinen Maldives' de uluslararası turizm 1984 yılında ülke geliri açısından önemli bir kaynak olmuş ve aynı yıl toplam ülke üretiminin %13,4' ünü oluşturmuştur.<sup>34</sup>

Türkiye ekonomisi açısından da turizm büyük bir önem taşımaktadır. Tablo 1.7, turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri konusunda bir gösterge olmaktadır.

<sup>34</sup> Rajasundram S. , Clem Tisdell (1989), "Tourism and The Economic Development of The Maldives" *Annals of Tourism Research*, Vol, 16, s.262

Tablo 1.7

## Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

YILLAR	TURİZM GELİRLERİNİN G.S.M.H. İÇİNDEKİ YERİ %	TURİZM GELİRLERİNİN İHRACAT İÇİNDEKİ PAYI %
1968	0.2	4.9
1969	0.3	6.8
1970	0.5	8.8
1980	0.6	11.2
1985	2.8	18.6
1990	2.1	24.9
1991	1.8	19.5
1992	2.4	24.7
1993	2.2	25.8
1994	3.3	23.9
1995	3	22.9
1996	3.2	25.8
1997	4.5	28.3
1998*	5.0	32.0

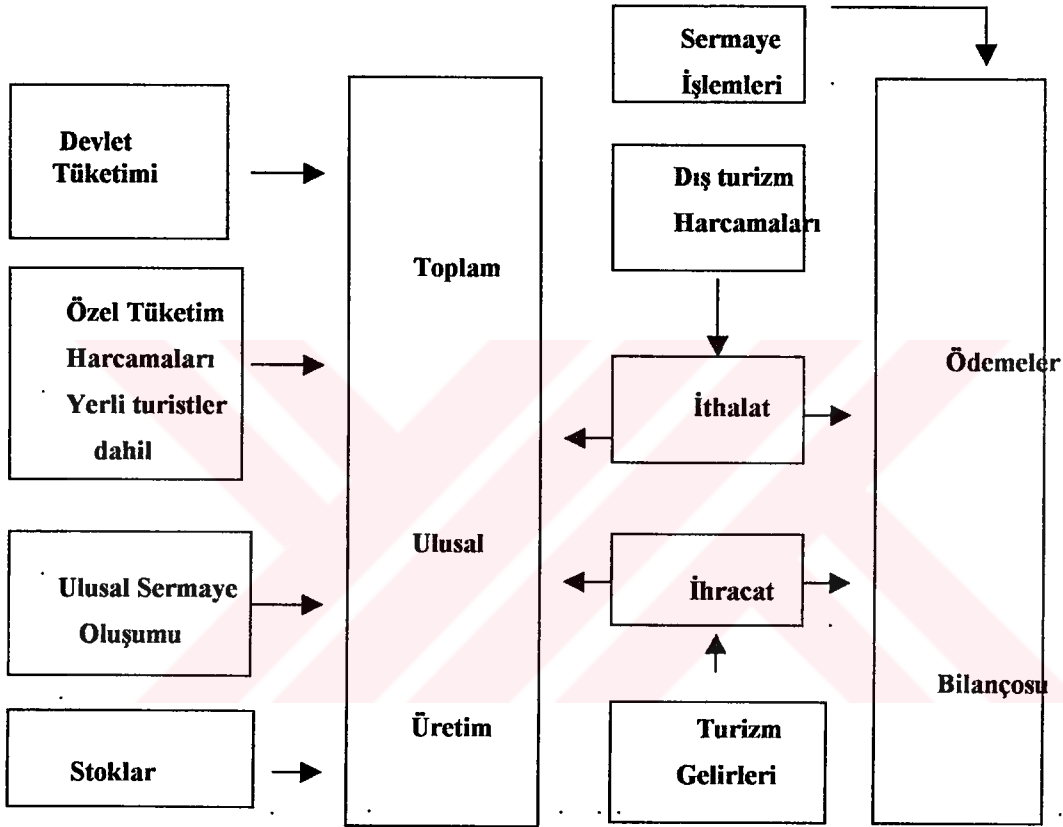
\* 1998 Rakamları İlk Altı Ayın Rakamlarıdır

Kaynak: Turizm Bakanlığı ([www.Turizm.gov.tr/İstatistik/istatistik/html](http://www.Turizm.gov.tr/İstatistik/istatistik/html))

Turizm olayında uluslararası ticaret, mal ve hizmetlerin turistlerin ve tüketicilerin ayağına ulaştırılması yerine söz konusu kitlelerin mal ve hizmetlerin üretildiği yerlere gitmeleri şeklinde gerçekleşmektedir ve turistler tarafından yapılan harcamalar, ekonomik anlamda ev sahibi ülkenin mal ve hizmet ihracatı olarak nitelenebilmektedir. Bu yolla ülke ekonomisine kazandırılan ek gelirler ülkenin toplam üretimini artırarak ekonominin canlanmasında (gelirlerin miktarına bağlı

olarak) önemli bir rol oynayabilmektedir. Bir ülkenin toplam ulusal üretimine yönelik turizm gelirlerinin katkısı şekil 1.3 'de ifade edilmiştir

**Şekil 1.3**  
**Toplam Ulusal Üretim İçindeki Turizm**  
**Harcamaları**



Kaynak: Toh Mun Heng , Linda Low, (1990), "*Economic Impact of Tourism In Singapore,*" *Annals of Tourism Research,* Vol 17, s. 247.

Gelir yaratıcı bir faktör olarak turistik tüketim harcamaları (ev sahibi ülke açısından turizm gelirleri), aşağıdaki özellikler taşımaktadır;<sup>35</sup>

1-Turistik tüketim harcamaları genellikle gelişmiş sanayi ülkelerinden, kalkınmakta olan ülkelere yöneliktir (Bu durum turizme katılanların gelir düzeyleri

<sup>35</sup> İçöz, Kozak, *Ön. Ver.*, s.199-200

ile doğrudan ilgilidir). döviz olarak gelir transferi sağlar. Böylece gelişmekte olan ülkelerde döviz arzı artar.

2-Turizm geliri bazı durumlarda ülkesel, bölgesel yada yöresel özelliklerin sağladığı bir turistik rantta dayanmaktadır. Bir başka deyişle; güneş, deniz, temiz hava, tarihsel kalıntılar kültürel değerler gibi normal koşullarda alınıp satılma özelliği taşımayan birtakım varlıkların, turizm yolu ile ekonomik değer kazanması ve gelir yaratması söz konusudur. Bu da, ülke ulusal geliri için düşük maliyetle doğrudan doğruya ek bir gelir katkısı anlamına gelmektedir.

3-Turizm gelirleri bir ülkede bölgesel düzeyde daha adil bir gelir paylaşımı sonucu da yaratır. Bazı geri kalmış bölgeler, yeterli turizm kaynaklarına sahip olmak koşulu ile kalkınmalarını turizm gelirlerinin etkisi sayesinde gerçekleştirebilmektedir. Böylece gelişme kaynakları sınırlı ve diğer ekonomik faaliyetler için gerekli sermaye birikimine ulaşamamış bölgelerin turizm geliri ile faaliyet alanlarını genişletmesi ve yeni gelir kaynakları bulması ve sonuç olarak ülkenin ulusal gelirinde artış sağlanması mümkündür.

Turizmin bölgesel bir ekonomide bir çok sektörü etkilemesi nedeniyle bu etkilerin ölçümünde en çok kullanılan yaklaşım çarpan analizlerini kullanmak olmuştur. Turizm açısından Çarpan; “turist dövizlerinin ekonominin geri kalan bölümündeki çeşitli sektörler arasında kurulan ticari ilişkiler içinde dolaşırken, turizmin bununla bağlantısının yoğunluğunu ölçmedir.” En yüksek çarpan ise bir bölgenin turist taleplerini kendi üretim kapasitesi ile en geniş karşılayabilme yeteneğidir.<sup>36</sup>

Turistik gelir çarpanı, turistlerin ülke içinde döviz karşılığı yaptığı tüketimlerin ülke ekonomisine katkısı anlamını taşıdığı göz önünde tutulursa, turistlerin ithal malı tüketim eğilimi veya turizm amaçlı yurt dışına giden ülke

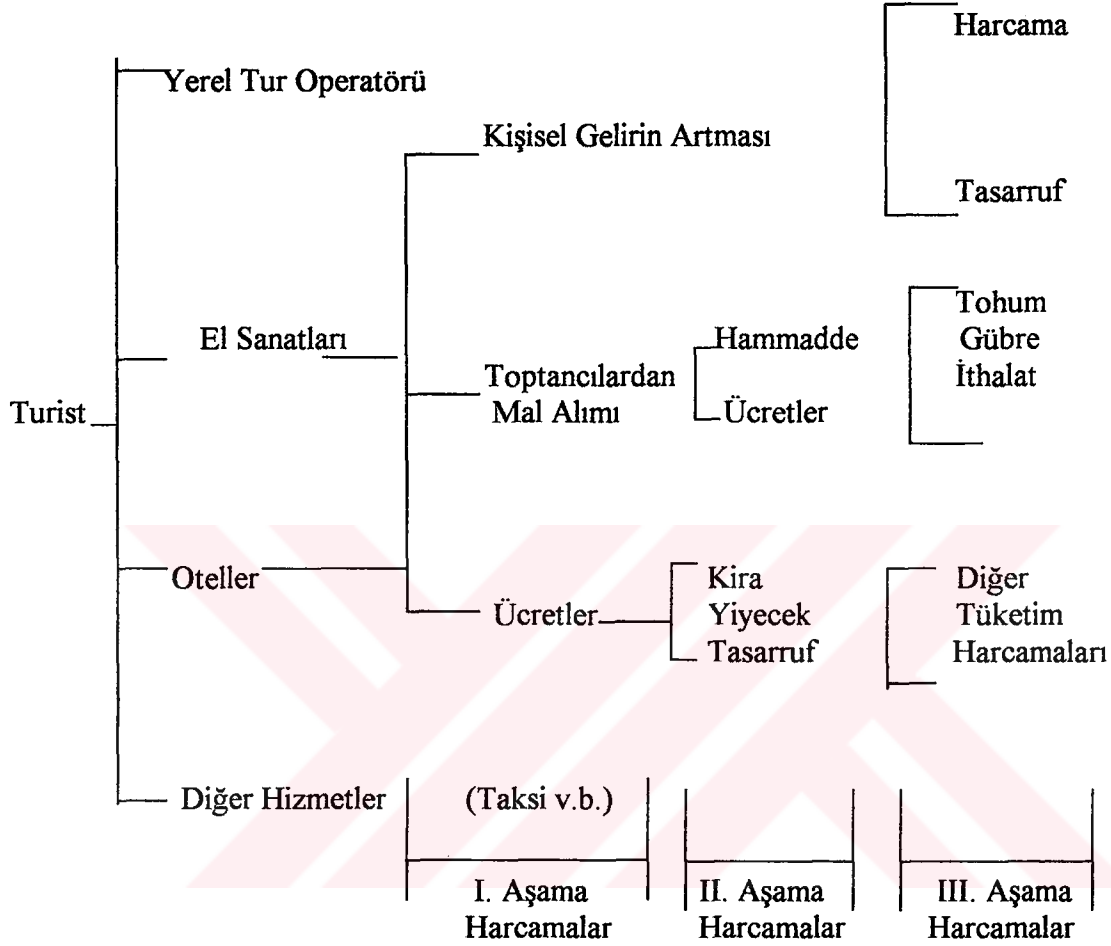
<sup>36</sup> Stephen Wanhill, (1994) “The Measurement of Tourist Income Multipliers”, *Tourism Management*, s.281

vatandaşlarının yurt dışında marjinal tüketim eğilimleri yüksek olduğunda, ekonomide sızıntılar artacağından dış turizm gelirlerinin çarpan etkisi azalacaktır.

Uluslararası turizm harcamaları, turist kabul eden ülkenin turizm sektöründe ve sektörü besleyen diğer işletmelerde yeni gelir halkaları yaratmaktadır. Turistlerin yapmış oldukları harcamalar ülke ekonomisine katkıda bulunan taze para akışı özelliği taşımaktadır. Söz konusu harcamaların ekonomideki ilk etkileri “direkt harcamalar” olarak nitelendirilmektedir. Birinci aşamada, turistlerin yapmış oldukları harcamalar konaklama tesisleri, yiyecek-içecek işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, incoming hizmetleri veren seyahat acentaları, ülkeye yönelik turlar düzenleyen yerli tur operatörleri, alışveriş merkezleri ve diğer kuruluşlar için direkt gelir etkisi yaratmaktadır. Ayrıca diğer ihracat sektörlerinden farklı olarak turizm sektörü, ülke ekonomisinin diğer sektörlerini de ilgilendiren geniş bir ürün demetinin tüketimini sağlamaktadır. Bu açıdan, turizm gelirlerinin çabuk ve etkili bir şekilde ülke ekonomisi içindeki dolaşımda yer alması doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkilere neden olmaktadır.

Turizm sektöründe çalışan bireylerin elde ettikleri gelirleri harcamaları ve turizm işletmelerinin turistik mal ve hizmet üretimi için yaptıkları harcamalar ülke ekonomisinde ek bir talep yaratmaktadır. Turizm sektörünün ekonominin diğer sektörlerine yönelik ortaya çıkan bu ek talebi sonucu, üretimin artırılması dolayısıyla istihdamın yada ücretlerin artırılmasına neden olacak ve bu durum kişisel gelirlerin artmasını sağlayacak ve genel anlamda ülke ekonomisine canlılık getirecektir. Kişisel gelirlerin artması ise, tüketim harcamalarının artması sonucunu doğurarak ülke ekonomisinde “uyarılmış etkiler” yaratacaktır. (Şekil 1.4)

**Şekil 1.4**  
**Turizmin Çarpan Etkisi**



Kaynak : Mill C.Robert, Morrison M.Alastair, (1985), **The Tourism System An Introduction Text**, USA: Prentice Hall İnc s.227

### 2.2.2.2 Turizmin İstihdam Etkisi

İstihdam kelimesi, ekonomide üretim faktörlerinden biri olan insan gücünün çalışma şartlarını tanımlamakta kullanılır. Bu tanım, istihdam (Employment) kelimesinin dar anlamıdır. Bu anlamda istihdam; sadece insan gücü –emek- ile ilgili olup, insan gücünün çalıştırılması kısacası emeğin üretime katılması anlamına gelmektedir. Tam istihdam, noksan istihdam ve aşırı istihdam gibi kavramlar;

emekten başka üretim faktörlerinin kullanımı ile de yakından ilgili olduklarından istihdam kelimesinin geniş anlamını oluşturur.<sup>37</sup>

İstihdam, geniş anlamda tam gün çalışan işçilerin toplamı anlamına geldiğine göre emek yoğun bir karaktere sahip olan turizm sektörünün geliştiği yöre yada ülkelerde çalışan sayısına yaptığı yada yapacağı etkiler yadsınmaz. Turizmin bölge yada ülke ekonomilerinde yarattığı üç tip istihdam bulunmaktadır<sup>38</sup>.

1. Otel, motel, tatil köyü, yiyecek-içecek işletmeleri gibi turizm sektöründe yer alan ve turistik ihtiyaçları doğrudan karşılayan turizm işletmelerinde yaratılan doğrudan istihdam.

2. Doğrudan turistik tüketicilere hizmet vermeyen ancak turist harcamalarından çeşitli yollardan gelir elde eden yani turizm sektörüne girdi veren diğer sektörlerde oluşan dolaylı istihdam.

3. Turizm gelirlerinin elde eden yöre halkının kazandığı gelirleri yeniden harcaması sonucu ortaya çıkan ek istihdam ya da uyarılmış istihdam.

Turist ihtiyaçlarını doğrudan karşılamak amacıyla kurulan turizm işletmelerinde yapılan turist harcamaları bu işletmelerde doğrudan istihdam yaratırken, turizm sektörüne girdi veren diğer işletmelerin kapasite artırımına gitmeleri nedeniyle bu işletmelerde de dolaylı istihdam meydana gelmektedir. Turizm gelirleri nedeniyle gelirleri artan ve yaşam standartları yükselen bölge halkının elde ettikleri bu geliri, bölge ve ülke ekonomisinde harcamaları sonucu, ekonominin diğer sektörlerinde istihdam hacminin artmasına neden olarak ek ya da uyarılmış istihdam yaratılmaktadır.

<sup>37</sup> Halil Dirimtekin, (1976) *Genel İktisat Teorisi II*, (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, ) s.227

<sup>38</sup> Jhon E.Fletcher, (1989) *Input-Output Analysis and Tourism Impact Studies*, *Annals of Tourism Research*, Vol 16 , s.515



Turizm sektörü diğer sektörlerle nazaran farklı özellikler taşıdığından sektördeki istihdamda farklılaşmıştır. Turizm sektöründe mekanizasyona ve otomasyona gitme imkanı oldukça sınırlı olduğundan, turizm sektörünün istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle oranla daha yüksektir. Turistik tüketim harcamaları sektörde emek-yoğun üretimin egemen olması nedeniyle yüksek oranda direk istihdam etkisi yaratırken, sektöre mal ve hizmet veren yan sektörlerde kapasite artırımını nedeniyle yeni iş olanakları sağlayarak dolaylı istihdam etkisi yaratır.

Turistik harcamalar ile oluşan istihdamın büyük bir bölümü doğrudan istihdam ile ilgilidir. Bir turistik yöreye yönelik artan turizm talebine yanıt vermek için yeni turizm yatırımlarına ihtiyaç doğacağı açıktır. Dolayısıyla açılacak her turistik tesis yeni iş olanakları yaratacak ve bu tesislerde istihdam edilecek personel yörenin istihdam oranını olumlu yönde etkileyecektir. Turizmin emek yoğun üretim tarzına yönelik olması, onun yarattığı doğrudan istihdam etkisini son derece artırmaktadır.

Günümüzde turizm sektörü gelişmiş yada gelişmekte olan ülkeler için önemli bir istihdam alanı olarak görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin üretim olanaklarının sınırlılığı nedeniyle yaşadığı istihdam sorunları ile gelişmiş ülkelerin ekonomik durgunluk dönemlerinde karşılaştığı ve ayrıca, bu ülkelerde mal üreten sektörlerin çalışan sayısını otomasyon ve mekanizasyon sayesinde düşürme çabaları sonucu yoğun olarak yaşadığı istihdam sorunlarını gidermede turizm sektörü adeta bir kurtarıcı olarak görülmektedir. Turist harcamaları bölgesel ekonomilere dışardan taze para akışı anlamına gelmekte ve turist harcamalarının turistlere mal ve hizmet satan bölgelerde istihdam ve gelir yaratan doğrudan etkilere sahip olduğu bilinmektedir.

Örneğin; Avrupa Birliğine üye ülkeler 1996 yılında, uluslararası turizm hareketlerinin % 40'ına, gelirlerinin %38'ine ve harcamaların %42'sine sahiptir. Turizme bağlı aktivitelerin Avrupa Birliğine üye ülkelerde doğrudan 9 milyon kişiye iş sağladığı hesaplanmıştır. Turizmin özellikle turizm yoğun ekonomilerdeki istihdamla ilgili doğrudan etkileri büyük önem taşımakla birlikte turizmle ilgili diğer

sektörlerdeki dolaylı istihdam etkisi de önem taşımaktadır. Avrupa Birliğine üye ülkelerde turizmin özellikle 92 gelişmiş yada az gelişmiş bölgede yeni iş olanakları yaratmada ana kaynak olarak görülmektedir. Bazı kaynaklar turizmle ilişkili işlerin önümüzdeki yıllarda **2 milyon** daha artacağını ve topluluğa üye ülkelerdeki toplam istihdama içindeki **%6'lık** oranının **%9'un** üstüne çıkacağını tahmin etmektedir.<sup>39</sup>

İngiltere Glasgowda yapılan araştırmalarda 1990 yılında Turizmin bölgesel ekonomiye net etkisi **10.14 milyon** paund olarak ölçülmüş ve bu gelirin istihdama etkisi ise yıllık **5500** kişi olarak hesaplanmıştır. Söz konusu bölgede turizm sektörüne yönelik yapılan her **7000** paundluk harcamanın bir iş yarattığı tahminlenmektedir.<sup>40</sup> Yine ABD Texas eyaletinin Gregg bölgesinde Texas Ekonomik Gelişme Departmanının raporuna göre yöreye yönelik turizm harcamaları, 1996 yılında 1995 yılına nazaran **4 milyon** dolar artarak **90.88 milyon** dolara ulaşmıştır. Bu gelirin neden olduğu istihdam artışı ise **1390** iş sayısına ulaşmış ve bu işlere ödenen maaşlar **20.000** doları aşmıştır.<sup>41</sup> Küba turizmine büyük katkıları olan ve uluslararası turizme hizmet veren oda sayısının **%80'ini** elinde bulunduran İNTUR turizm şirketi Küba da gerçekleştirdiği bir araştırmada 1988 yılı boyunca kendi kontrolü altındaki turizm üretiminden Küba ya **455.9 milyon** pesos ile **42.000** yeni iş olanağı kazandırdığını hesaplamıştır. Küba'nın toplam turizm geliri ise **547.08 milyon** pesos istihdamı ise **50.400** iş olarak hesaplanmıştır. Bu rakamlar Küba'nın toplam bölgesel üretiminin **%2.08'ini**, istihdamının ise **%1.35'ini** oluşturmaktadır.<sup>42</sup> Meksika Bankası'na (Bank of Meksiko) göre ise, Meksika da dış turizm bilançosunun **1.905 milyon** dolarlık bir fazlası bulunmakta ve **1.95 milyon** kişiye turizmden kaynaklanan istihdam sağlanmaktadır. Bu rakam, Meksika'nın toplam istihdamının **%9'unu** oluşturmaktadır.<sup>43</sup>

<sup>39</sup> Policy, Distributive Trades, Tourism and Cooperatives.,The European Commission Report Enterprise, 1999, ([www.library.cgu.au/crousage.htm](http://www.library.cgu.au/crousage.htm))

<sup>40</sup> Opinion of The Committee of Regions ,Urban Cultural Tourism and It's Employment Impact., Brussels, 1998 ([www.cor.eu.int/preswslnf/](http://www.cor.eu.int/preswslnf/))

<sup>41</sup> Longview Partnership impact (1998) "Tourism is Good for Longview" ,vol.68, No.4

<sup>42</sup> Maria Dolares Espino, " International Tourism in Cuba an economic development straregy", Cuba in Transition vol.1. 1987 (<http://www.Lanic.utexas.edu/cuba1/epino.html>)

<sup>43</sup> Axel Kersten, (1997) Tourism and Regional Devolpment in Mexico and Chipas after Motta ([www2.planeta.com/mader/planeta](http://www2.planeta.com/mader/planeta))

Turizm sektörü görüleceği üzere, diğer sektörlerle nazaran her bir dolarlık sektör gelirlerinde ya da yatırımlarında işgücüne en yüksek oranda istihdam sağlayan sektörlerin başında gelmektedir. Bu açıdan, turizm geliştiği yörelerde yöre insanına yeni iş olanakları sağlamakla kalmayıp, yöre dışından birçok çalışana da o yöreye çekmektedir. Tablo 1.8’de Amerika’nın uluslararası düzeyde tanınmış önemli turizm merkezlerinden birisi olan International Wolf Center’da yapılan bir araştırma sonucu elde edilen verilerle, turizm sektörünün istihdam yaratma gücü ile diğer sektörlerin gücü arasında bir karşılaştırma verilmiştir<sup>44</sup>.

**Tablo 1.8**  
**Turizmin İstihdama Etkisinin Diğer Sektörlerle**  
**Karşılaştırılması**

	Toplam Endüstriyel Çıktı (\$000)	İşgören Ücretleri (\$000)	Yeni İş olanakları
<b>TURİZM İLE İLİŞKİLİ İŞLER</b>			
Turizm Hizmetleri ve Organizasyonları	\$ 756.4	\$197.2	14.2
Pansiyonlar	236.6	111.8	9.5
Yeme-İçme	397.6	152.7	16.75
Restoranlar v.b.			
Perakendeci satıcılar	124.8	50.2	4.22
<b>DİĞER ENDÜSTRİLER</b>			
Tarım	\$ 6.4	\$ 1.3	0.2
Madencilik/İmalat	152.8	42.0	1.39
İşaat			
Ticaret/Taşımacılık	370.3	141.5	4.9

Kaynak: David T. Schaller *The Ecocenter as Tourist Attraction: Ely and The International Wolf Center*, 1995 ( [www.eduweb.com/schaller](http://www.eduweb.com/schaller)).

Turizm geliştiği yörelerde, yöre insanının geleneksel çalışma biçimlerini de farklılaştırmaktadır. Özellikle geliştiği kırsal bölgelerde, tarımla uğraşan yöre halkı sektörün fazla uzmanlık istemeyen iş kollarında çalışmaya olanakları bulabilmektedir.

<sup>44</sup> David t. Schaller, the Ecocenter as tourist attraction “ely and international wolf center” ([www.eduweb.com/schaller](http://www.eduweb.com/schaller).)

Turizm sektörünün üretimi irili ufaklı birçok faaliyet alanından oluşmaktadır. Bu faaliyet alanları ise daha çok emek yoğun özellik taşıyan veya işgücüyle hizmet veren elamanların yer aldığı alanlardır.

Turizmin yoğunlaştığı yörelerde, hediyelik eşya satıcıları, taksi şoförleri, rehberler, seyyar satıcılar v.b. kendi işlerinde çalışan çok sayıda kişiye iş olanakları da sağlamaktadır.

Turizm sektörünün kendine özgü yapısından kaynaklanan karakteristik özelliklerinden dolayı yarattığı istihdam, diğer sektörlerin yarattığı istihdama göre bazı farklı özellikler taşımaktadır.

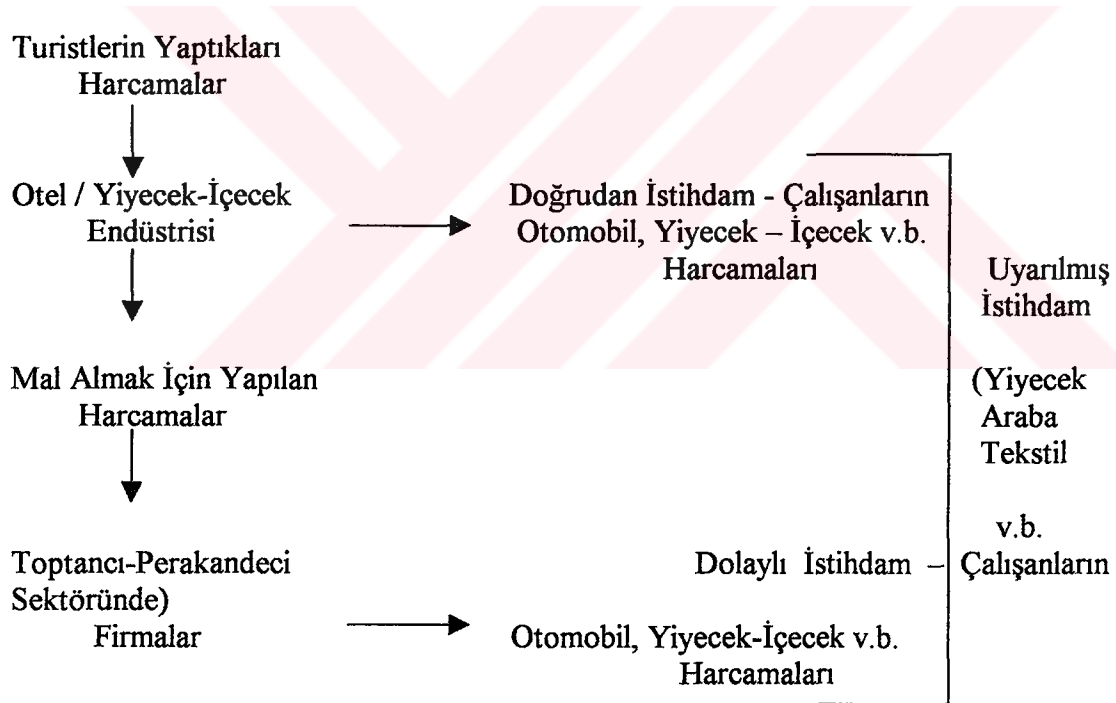
Turizm talebinin yılın belli aylarında yoğunlaşması turistik işletmelerin çalıştırdıkları devamlı personelin yanı sıra mevsimlik personel de çalıştırmalarına neden olmaktadır. Mevsimlik özellik, turizm işletmelerinde istihdam edilen personel sayısında mevsimlik talep dalgalanmalarının neden olduğu aşırı dalgalanmalara neden olmaktadır. Bu dalgalanmaların önüne geçilebilmesi ancak turizm mevsiminin uzatılması ve yasal yaptırımların konulması ile mümkün olabilecektir. Özellikle turistik hareketlerin yoğun olduğu dönemlerde sektörde çalışan kalifiye eleman ihtiyacı yükseldiğinden bu durum personelin sektör içi transfer olanağını artırmakta dolayısıyla personelin sürekli yer değişimi sonucu olarak sektörde, yüksek oranlarda işgücü devri söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla sektörde üretim kalitesi düşmekte ve iş gücü maliyeti artmaktadır.

Turizm işletmelerinin ölçekleri istihdam edilecek personel sayısını etkilemektedir. Ayrıca sektörde istihdam edilen kadın personel sayısı genellikle diğer sektörlerle nazaran daha yüksektir. Turizmin geliştiği yörelerde bölgesel endüstriyel kuruluşların emeğe duydukları ihtiyaç oranında ücretlerinde bir yükselme söz konusu olabilmektedir. Sektördeki özel çalışma koşulları ve uzun çalışma saatleri, hafta sonu ve diğer tatillerdeki yoğun çalışma şartları sektörde çalışanların sosyal ve aile yaşamlarını olumsuz etkileyebilmektedir.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, turizm sektörü diğer sektörlerden büyük ölçüde işgücü transfer ettiği için yarı kalifiye yada vasıfsız işgücüne istihdam olanağı sağlamaktadır. Turizm sektörünün emek yoğun özelliği günümüzde, gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra gelişmiş ülkelerde de yeni istihdam olanakları yaratmada bu sektörün geliştirilmesinin önemini artırmaktadır.

Turist harcamalarının istihdam etkisini şekil 1.5'de daha ayrıntılı görebiliriz.<sup>45</sup>

**Şekil 1.5**  
**Turist Harcamalarının İstihdam Yaratma Etkisi**



Kaynak: Huges L. Howard, Thornes Stanley, (1983), **Economics for Hotel and Catering Students**, (London: Stanley Thornes Ltd. ) s.210

<sup>45</sup> Huges, L. Howard, Thornes Stanley, (1983), **Economics for Hotel and Catering Students** (Stanley Thornes Ltd., London ) s.205-206

Turistlerin otel ve yiyecek-içecek işletmelerinde yaptıkları harcamalar bu işletmelere gelir olarak ulaşmakta ve bu işletmeler de elde ettikleri bu gelirlerin bir kısmını işgücü istihdam ederek harcamaktadır. Turizm işletmelerinde turistlere hizmet veren işgörenler, doğrudan istihdam edilen işgücü olarak elde ettikleri ücretlerini ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla harcamaktadır. İş görenlerin bu harcamaları ile turizm işletmelerinin toptancı ve perakendecilerden aldıkları mallar karşılığı yaptıkları harcamalar bu firmalarda çalışanlara istihdam etkisi yaratmaktadır. Bu çeşit bir istihdama ise dolaylı istihdam etkisi adı verilmektedir. Yine toptancı ve perakendeci firmalarda çalışanlar aldıkları ücretleri kendi gereksinimleri için harcamaktadır. Bu gereksinimler için mal ve hizmet üreten sektörlere harcanan ücretler de söz konusu sektörlerde istihdam etkisi yaratmaktadır. Buna da uyarılmış istihdam etkisi denilmektedir.

### 2.2.2.3 Turizmin Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra turizm, dünya ekonomisi içinde en hızlı büyüyen belli başlı büyük sektörler arasına girmiştir. Turizmin ekonomistler tarafından üzerinde çalışılmaya değer bir endüstri dalı olarak algılanma yoğunluğu, genellikle birlikte gruplandırılmayacak tüketici harcama kategorileri çeşitli endüstri dalları arasında yayılan, hizmete dayalı bir uygulamalar koleksiyonu olduğu gerçeği karşısında azalmıştır. Turizm başlı başına bağımsız bir sektör olmamakla birlikte çeşitli gelir grubundaki tüketicilere, zevklere ve isteklere hizmet veren birçok endüstrinin birbirleriyle ilişkili olmayan işletmeleri ve organizasyonları ile etrafi sarılmış bir sektördür.<sup>46</sup>

#### 2.2.2.3.1 Tarım Sektörüne Etkisi

Turizm etkilediği sektörler arasında bulunan tarım sektörü, turizmin geliştiği yöre yada bölgelerde bu gelişimden önemli ölçüde etkilenmektedir. Gelişen turizm sektörü nedeniyle tarım ürünlerine yönelik artan talep miktarı tarım sektöründe bir

<sup>46</sup> William R.Eadington, Milton Redman, (1991), "Economics and Tourism" *Annals of Tourism Research* Vol 18, , s.41-42

üretim artışına neden olurken, bu üretim artışı da sektörde yeni istihdam olanakları yaratmaktadır.

Turizm sektörünün geliştiği yörelerde yerli halkın nüfusuna geçici dönemlerde de olsa eklenecek ek tüketici sayısı tarım sektörünün ürünlerine ek bir talep doğuracaktır. Bu ek talebin özelliğinden ve çeşitliliğinden kaynaklanan fiyat artışları ve turizm işletmelerinin talep edeceği daha kaliteli ürün çeşitleri tarım sektörünün canlanmasına neden olacaktır. Böylece turistik tüketim tarım sektörü için bir görünmeyen ihracat yaratırken tarım üretiminde bulunanlara ise dolaysız bir gelir etkisi yaratacaktır. Görüldüğü üzere, turizmin tarım sektörü üzerinde birisi istihdam diğeri gelir olarak iki önemli etkisi bulunmaktadır.

Bilindiği gibi tarım sektörünün gelişmiş olduğu yörelerde, mevsimlik işsizlik ve istihdam açısından bir atıl kapasite söz konusudur. Bu durum, turizm sektörünün gelişmesi ile sektörün ihtiyaç duyduğu yarı nitelikli yada niteliksiz iş gücünün sektörde istihdamı ile bir ölçüde ortadan kalkabilecektir.

Turizmin tarım sektörü üzerindeki olumlu etkilerinin yanısıra bazı olumsuz etkileri de bulunmaktadır<sup>47</sup>. Turizmin geliştiği kırsal bölgelerde yapılaşmayı arttırdığı ve tarım alanlarının yanlış politikalar sonucu özellikle ikinci konutlar ve turistik siteler tarafından işgal edildiği bilinmektedir. Turizmin gelişmesi ile birlikte arazi fiyatlarının yükseldiği kırsal bölgelerde bulunan tarım arazileri yapılaşmaya açılmakta arazi sahipleri, yüksek fiyatlar verilen tarım alanlarını kolayca elden çıkarabilmektedir. Bunun sonucu olarak, verimli tarım alanları yılda ancak birkaç ay kullanılan ve ekonomik hiçbir değeri bulunmayan konut alanlarına dönüşmektedir.

Ayrıca turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu kaliteli ürünler yurt dışından ithal edilerek yerel üretimin baltalanmasına neden olabilmektedir. Özellikle gerek kalite

<sup>47</sup> Rebecca Torres (1996), *The Linkages Between Tourism And Agriculture In Quintana Roo, Mexico*, Kalifornia Üniversitesi, Ağustos 15, (<http://www.ntrnet/dissert.htm>.)

gerekse fiyatlar konusunda rekabet güçleri son derece zayıf üçüncü dünya ülkeleri bu sorunla karşılaşa bilmektedir<sup>48</sup>.

### 2.2.2.3.2 Sanayi Sektörüne Etkisi

Turizm sektörünün sanayi sektörüne etkileri, yatırım malı, ara malı ve tüketim malı üreten sanayiler olmak üzere üç temel noktada olmaktadır.<sup>49</sup>

Yatırım malı üreten sanayilerde turizmin etkisi oldukça kısıtlı olmaktadır. Ancak ulaşım araçları üreten sanayilerde turizmin etkili olduğu görülmektedir. Örneğin, gemi üretiminde ve karayolu taşımacılığında turistik tüketici taleplerine göre üretim yönlenebilmektedir.

Ara malı üreten sanayilerde, özellikle deri ve deri mamulleri ile seramik gibi hediyelik eşya üreten sanayilerde turizmin etkili olduğu görülür. Turistik tesis yatırımlarında seramik, cam, sıhhi tesisat, demir ve çelik üreten sanayilere ek bir talep söz konusudur.

Turizmin etkisi en çok tüketim malı üreten sanayiler üzerinde olmaktadır. Turistik ihtiyaçların çeşitliliği birçok tüketim mallarına olan talebi çoğaltmaktadır. İçki ve gıda sanayisinin ürettiği mallara yönelik turistik talebin yanı sıra giyim ve dokuma sanayisinin ürettiği tüketim mallarına da yoğun turistik talep olabilmektedir. Ayrıca hediyelik eşya, mücevher gibi tüketim malları da turist talebinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Turizmin gelişmeye başladığı yörelerde inşaat sektörü de gelişmekte ve inşaat malzemeleri sanayiinde bir canlanma söz konusu olabilmektedir. Turizmin sanayi sektörüne bir başka etkisi de, çevre kirliliğinin önlenmesi ve doğal güzelliklerin korunması için sanayi sektörünü bazı önlemler almaya zorlamasıdır.

<sup>48</sup> Belisle, Francois J. (1984), "Tourism and Food Imports: The case of Jamaica" ,**Economic Development and Cultural Change** , Vol 32, ss.819-842

<sup>49</sup> Rebecca L. Johnson and Eric Moore, ( 1993), "Tourism Impact Estimation", **Annals of Tourism Research**. Vol.20 , s.279



### 2.2.2.3.3 Hizmet Sektörüne Etkisi

Ekonomik kalkınmayı gerçekleştirmekte önemli bir araç olarak görülen turizm olayı, emek-yoğun özelliklerinden dolayı kendisinin de içinde bulunduğu hizmet sektörünün gelişmesinde ve önem kazanmasında etkili bir rol oynar. Turizm hareketleri günlük tüketimle ilgili hizmetler, lüks tüketimle ilgili hizmetler, sağlık, sigorta vb hizmetler, bankacılık, finans gibi hizmetler, tatil ve turizme yönelik hizmetlerle bazı kamu hizmetleri ve ticari faaliyetler gibi hizmet sektöründe yer alan faaliyetlerin gelişmesinde ve kalite düzeylerinin artmasında önemli rol oynamaktadır.

Turizm sektörü dünyada üçüncü büyük sektör konumunda olan hizmet sektörünün kendisini ilgilendiren faaliyetlerinden yararlanırken, bu faaliyetlerin iyileştirilmesinde etkin bir rol oynamaktadır.

## 3 Turizmin Sosyal Etkileri

Son 30 yıl içinde seyahat ve turizm endüstrisi dünya çapında ulaştığı kapasitesi ile gelişmekte olan bölgelerin ticari ilişkilerini olumlu yönde etkileyerek ekonomik kalkınmalarında önemli bir rol oynamıştır.

Turizmin, onu diğer hizmet endüstrilerinden ayıran ve onun tüketiliş biçimi ile sunduğu hizmetlerden kaynaklanan bazı özellikleri vardır. Bununla birlikte, son yıllarda turizm üretiminin niteliğinde, kitle tüketimi biçiminden tüketici isteklerine yönelik esnek üretim biçimine doğru bir yönelim gözlenmeye başlanmıştır. İşte turizmin bu şekli, bölgesel gelişme çabalarını etkilemektedir. Ancak, kısa yada uzun vadeli değişimlerde sürecin birer öznesini oluşturan yöre, bölge ve ülkelerin sahip oldukları koşullar bu süreci etkilemektedir. Turizmin değişmeye başlayan üretim biçiminin, bölgesel kalkınmaları etkileyecek bazı genel faktörlerinden bahsetmek mümkündür.<sup>50</sup>

<sup>50</sup> Allan M. Willams, Desmond A. Gillmor, (1995), *Tourism and Regional Development*, (England: John Willey and Sons Ltd. ), s.72

İlk olarak, turizm depolanma ve taşınabilirlik özelliği olmayan bir üretim biçimidir. Bunun sonucu olarak, tüketiciler üründen yararlanabilmek için üretim yapılan yere gitmek zorundadırlar ve tüketicilerin bu hareketi turizm sektörünün çevresinde alışveriş dükkanları seyahat kitapları satan dükkanlar v..b. gibi yardımcı endüstrilerin oluşmasına neden olmaktadır. Bir yöredeki gerek turizm yatırımlarının gerekse yardımcı yatırımların ve endüstrilerin gelişmesi o yörenin sosyo-ekonomik yapısının gelişimine doğrudan etkide bulunmaktadır. Ancak kitle turizmi açısından, turizme katılımın temel hedeflerini oluşturan tüketime ancak bazı özel bölgelerde ulaşabileceği de gözle görünür bir gerçektir ve bu gerçek bölgeler arası bir kutuplaşmayı veya ayrımı beraberinde getirmektedir.<sup>51</sup> Bu durum, kitle turizminin önemli hedeflerinden oluşan pilaj/güneş, kar/dağ gibi turizm çeşitleri ile ilgili iklimsel ve coğrafik dağılımlarla da yakından ilgilidir. Bu özelliklere sahip olan yöreler turistlerin gözünde daha değerli olmaktadır. Ancak, günümüzde turistik davranışları yönlendirmede, insanların sahip oldukları sosyo-psikolojik yapılar ve yaygın kültürel değerlerin yanında medya ve reklam endüstrisi de önemli bir rol oynamaktadır. Yirminci yüzyıl sürecindeki yönelim ise, sahil turizmi, kayak ve kırsal değerler olmuştur.

Sahip oldukları turizm değerleri ile diğer yörelerden farklılaşan bölgeler aynı zamanda kendilerine yönelen altyapı (hava alanları vb.), turistik çekiciliği artırıcı yatırımlar (parklar vb.) ve konaklama endüstrisi gibi yatırımlar ile diğer bölgelerden giderek daha fazla farklılaşmaktadırlar.

Turizmin sahip olduğu ikinci özellik, onun uluslararası boyutudur. 1998 yılında bütün dünyada 635 milyon insan, 439 milyar dolar harcayarak uluslararası boyut da turistik amaçlı seyahate katılmıştır.<sup>52</sup> Uluslararası turizmin ulaştığı bu boyut, turistlerin seyahate çıkış noktalarından varış noktalarına doğru yönelik bir para ve insan akımı anlamına gelmektedir.(tablo 1.9)

<sup>51</sup> Aynı. s.75

<sup>52</sup> Dünya Turizm Örgütü Raporları (2000) Tourism Highlights Mart 2000 s.1

**Tablo 1.9**  
**Dünyada Yıllara Göre Uluslararası Turist Sayıları**  
**ve Turizm Gelirleri**

Yıllar	1995	1996	1997	1998	1999
Varışlar (milyon)	553	568	600	620	635
% Değişim Oranı	6.75	2.74	5.48	3.33	2.51
Gelirler (Milyar \$)	353	403	438	438	439
% Değişim Oranı	9.13	14.29	8.57	0.14	0.28

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (WTO), Tourism Highlights 2000

Günümüzde doğal çevre özelliklerinin daha çok ekonomik anlamda az gelişmiş yörelerde bulunduğu dikkate alındığında, bu yörelerin turistik amaçlı tarihsel, kültürel, iklimsel ve coğrafi özelliklere de sahip olduğu düşünüldüğünde söz konusu yörelerin sosyo-ekonomik gelişme açısından ne denli avantajlı olacağı ortadadır.

İşte turizmin geliştiği yörelerde gelir, istihdam, alt ve üstyapı olanaklarının artırılmasında, bir başka deyişle yörelerin sosyo-ekonomik açıdan geri kalmışlıklarının önüne geçilmesinde itici bir güç olarak görülmesinin temel nedeni buradan kaynaklanmaktadır.

Turizmin geliştiği ve tarımsal ekonomilerin ağırlıkta bulunduğu kırsal yörelerde turizm, iş ortamlarında fonksiyonel farklılaşmanın ileri düzeylerde biçimlenmesine, Pazar ekonomisine bağımlılığın giderek artmasına, yaşam standardının ve tüketim normlarının yükselme doğrultusunda değişmesine, dış çevre ile ilişkilerin yoğunlaşmasına, tercih ve değer yargılarının dışa kapalılığı yansıtan kalıplardan sıyrılmasına uygun ortam ve koşullar yaratarak toplumsal değişimin sosyo-ekonomik bir kapsamda oluşumunu gerçekleştirir.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Ziya Eralp, (1974), **Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi**, (Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları) s.7

Turizm ile toplumların sosyo-kültürel yapısı arasındaki bağıntının en önemli yönlerinden biri, turizmin turist kabul eden ülkeler üzerindeki etkisidir.<sup>54</sup> Ancak bu noktada, ziyaretçilerin de gittikleri yörelerde yöre insanının sosyo-kültürel yapısından etkilenebileceği unutulmamalıdır.

Turizm sosyal açıdan bireyleri etkilediği gibi, aileler ve toplumun bütünü üzerinde de önemli etkilerde bulunmaktadır.

Turizmin birey üzerindeki etkilerini iki yönlü ele almak mümkündür. Yabancı bir yere seyahat eden bir kimse, coğrafi, toplumsal, kültürel ve kişisel olarak yabancı bir ortamla karşı karşıya kalmaktadır. Gittikleri yabancı yerlerde para ve zaman kaynaklarını, ülkelerinden çok farklı durumlarda kullanmak zorundadırlar. Ayrıca, toplumsal ilişkilerini ve etkileşimlerini de çeşitli gereksinimlerini karşılamak üzere yönlendirmeleri gerekmektedir. Seyahat eden kişiler, karşılaştıkları yeni kültürlerle değişik derecelerde ilişkiye girmektedirler. Örneğin; yerli halkın yaşantısını görme, yakından inceleme, kültürel zenginleşme elde etmek amacıyla yerel yaşam tarzlarını daha derinden anlayabilme olanakları turizm sayesinde elde edilebilmektedir.<sup>55</sup>

Yerli halk ise, yörelerine ziyarete gelen yabancıların, yaşam biçimlerini kültürlerini, inançlarını vb. sosyolojik yapılarını yakından görme olanağını turizm ile yakalayabilmektedir.

Aile ile birlikte yapılan geziler ise seyahate hazırlık, beklenti ve heyecanlarıyla aile yaşamının önemli ve zevkli dönemlerinin başında gelebilmekte ayrıca bu çeşit geziler çocukların eğitimlerine de katkıda bulunabilmektedir.

Turizmin toplum üzerindeki etkilerine gelince; seyahatin bir ulusun diğer insanları anlaması ve değerlendirmesinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Ayrıca bir

<sup>54</sup> Hasan Zafer Doğan (1987), *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri* (İzmir:Uğur Ofset), s.154

<sup>55</sup> Erik Cohen, (1993), "Sociology of Tourism", *World's Encyclopedia Of Hospitality And Tourism*, (Newyork: Van Nostrand Reinhold), 613-618

ülkede ziyaretçilerin varlığı ve ev sahibi ülkenin yurttaşlarıyla kurdukları kişisel ilişkilerin, yerli halkın hayat tarzlarını etkilemektedir.

Buna karşılık ziyaretçiler de, gittiği ülkelerdeki kültürel farklılıklardan etkilenmektedir. Genellikle bu etki faydalıdır ve ziyaret edilen toplumun insanın kendi yurdunda bulunmayabilen yaşantı niteliklerine duyulan takdir duygularının artmasına neden olur.<sup>56</sup>

Dünyadaki bir çok örnekten de görüleceği üzere turizm toplumlar üzerinde bazı olumsuz gelişmelere de yol açabilmektedir ve bu olumsuzlukları şu şekilde sıralamak mümkündür;<sup>57</sup>

“Kumar, alkol ve diğer aşırılıklar gibi istenmeyen faaliyetlerin başlaması, yerli halkın, turistler tarafından kullanılan lüks ve ithal mallara talep göstermesinin ortaya çıkardığı gösteriş meraklılığı, özellikle turistlerle ev sahipleri arasında çok belirgin ırksal farklılıkların olduğu yerlerdeki ırksal gerginlikler, turizm işinde çalışanlara yönelik aşağılayıcı tavırların sergilenmesi, zenaat ve sanatların, turizm ticareti için büyük hacimli hatıra eşya üretimi sağlamak amacıyla, “küçük boyutlara düşmesi”, işçilerin rollerinin standartlaşması, kültürün, ziyaretçiler tarafından acaip bir adet veya eğlence aracı olarak görülmesi durumunda, ev sahibi halkın kültürel övünçlerinin kaybolması, çok fazla turist varlığı yüzünden, yerel hayat tarzlarında çok hızlı ve sürekli bir değişim, otel ve lokanta işlerinin karakteristiği olan, kol gücüne dayalı olarak çalışan ve düşük ücretler alan işçilerin çoğalması”.

Bazı ülkelerde uluslararası turizm olayının hızla gelişmesi, sosyal yapının deformasyonu tehlikesini de beraberinde getirebilmektedir. Sosyal ortamın kalabalıklaşması, suçluluk oranlarının artması ve bazı yerel nüfusun dil, kültür ve adetlerinde yozlaşma gibi sosyolojik ve çevre kirlenmesi durumları ortaya çıkabilmektedir.

<sup>56</sup> İlhan Gürkan (1996), Turizmin Sosyal Yapı Üzerine Etkileri

<sup>57</sup> Mc Intesh.R.W ve R. Galdner. (1984), **Turizm:İlkeler,Uygulamalar, Felsefeler**. Çeviren:Fatma Aylin Mutlu,

Turizm toplumların sosyal ilişkilerinde tek başına bir etken olmamakla birlikte, en önemli etkenlerden bir tanesi olmaktadır. Turizmi toplumları sosyal açıdan etkilemesi noktasında şu açılardan incelemek mümkündür.<sup>58</sup>

Özellikle birinci dünya ülkelerinden üçüncü dünya ülkelerine yönelik turizmde, turistler genellikle yerel halktan daha yüksek statüdedirler. Bu durum özellikle birinci dünya ülkelerinden üçüncü yada dördüncü dünya ülkelerine yönelik turizmde görülür.

Turistlerle yerli halk arasındaki ilişki, geçicidir ve büyük bir olasılıkla bir daha tekrar edilmeyecektir. Bu durum doğal olarak güvensiz bir ortam yaratacaktır. (Örneğin; gerçekte var olmayan bir yüzme havuzunun otel broşüründe yer alması)

Turist yerli halk ilişkisi, kopuk ve bir nedene bağlıdır. Dolayısıyla her iki tarafta, sınırlı hızlı sonuç veren ve kısa süren bir ilişkiye girerler. Uzun süreli arkadaşlıklar istisnadır ve bu tür ilişkilere her zaman rastlanmaz.

Turist yerli halk ilişkileri, birbirlerinden farklı kültür, dil, anlayış, yaşam biçimi gibi yanlış anlaşılmaya neden olacak engellerden dolayı kolayca bozulabilir niteliktedir ve turistler ile yerli halk arasındaki kültürel farklılıklar, aralarındaki iletişim engellerini aşmalarını zorlaştırır.

Turist yerli halk ilişkileri, diğer farklı sınıf, ırk yada etnik gruplarda olduğu gibi ön yargılıdır ve birbirlerini sık sık karikatürize ederler.

Bu özellikler, turist yerli halk ilişkilerinin kötü sonuçlar veren ve sürekli bir sürtüşme ve çekişme ortamı yaratan bir ilişkiler bütünü olduğu izlenimi verse bile, söz konusu ilişkiler her iki taraf açısından da dikkatlice oluşturulduğundan faydalı hatta zevk verici olmaktadır.

<sup>58</sup> Pierre L. Van den Berghe (1993), "Cultural Impact of Tourism", *World's Encyclopedia of Hospitality And Tourism*, (Newyork), s.s.619-621

Turizmin bir bölgenin sosyal yapısı üzerine etkileri çok yönlü olabilmektedir.<sup>59</sup> (Tablo 1.10)

**Tablo 1.10**  
**Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri**

<b>ETKİLER</b>	<b>ÖRNEKLER</b>
1. Demografik :	Nüfus büyüklüğü yaş / cinsiyet terkihi Turistik toplumda nüfus artışı / eksilişi
2. Mesleki :	Meslekte değişiklik, profesyonelleşme, Bazı mesleklerde yaş ve cinsiyet dağılımı.
3. Kültürel :	Gelenek, Din, Dilde değişiklik.
4. Normların Transformasyonu :	Değerler, cinsiyetin rolü, ahlak, (suç,fuhuş)
5. Tüketim Kalıplarında değişiklik :	Eğitim, altyapı, mal, gider.
6. Çevreye olan etkisi :	Kirlenme, ekoloji, kalabalıklaşma

Kaynak: Mehmet Özdemir, (1977), **Turizmin Türkiye'nin Sosyal Yapısına Etkileri**, (Ankara: T.C. Turizm Bankası A.Ş. Yayınları), s.59

Turizmin sosyal yapı üzerine etkilerinin bazıları ise şunlardır.

1. Bölgesel nüfusa etkileri,
2. Bölgesel kültüre etkisi,
3. Doğal çevre üzerinde etkiler.

<sup>59</sup> Mehmet Özdemir (1977), **Turizmin Türkiye'nin Sosyal Yapısına Etkileri** . (Ankara:T.C. Turizm Bankası A.Ş. Yayınları.), s.58

### 3.1 Bölge Nüfusuna Etkileri

Turizm, yakın çevredeki güçlü çekim merkezlerine karşı bölge insanının nüfus kaybını önlediği gibi, kendisi bir çekim merkezi oluşturarak yöreye insan gücü çeker. Yöredeki nüfus kaybını önleyerek, nüfusun kendi doğal yapısı içinde gelişmesini sağlar. Ayrıca geliştiği kırsal yada geri kalmış yörelerde bu yörelere özgü nüfus artış hızını, kentsel topluluklara özgü nüfus artış hızına yaklaştırır.

Ayrıca, turizmin mevsimlik özellik taşıdığı yörelerde nüfus açısından zamansal yığılmalar söz konusu olabilmektedir. Yöreye tatil amaçlı gelen turistlerin yanı sıra farklı bölgelerden sektörde çalışmak amacıyla turistik yöreye gelen iş görenler, bölge nüfusunun geçici sürelerle artmasına neden olabilmektedir. Bu noktada, yanlış planlamalar ve eksik alt yapı yatırımları sonucu çeşitli yetersizlikler (su, elektrik, vb). ortaya çıkabilmektedir.

### 3.2 Bölge Kültürüne Etkileri

Turizmin, bölge ekonomilerine yönelik makro ve mikro ekonomik etkilerinin yanısıra bölge insanı üzerinde yoğun bir biçimde sosyo-kültürel etkileri de bulunmaktadır. Ancak bu noktada turizmden kaynaklanan sosyo-kültürel etkileşimin son derece geniş kapsamlı ve çok boyutlu olduğu unutulmamalıdır.<sup>60</sup>

Turizmin kültürel etkilerini olumlu ve olumsuz olarak iki boyutta ele almak mümkündür. Olumlu etkiler; yerel kültürel sistemin korunmasına yönelik etkilerdir. Olumsuz etkileri ise; turist kabul eden toplumun kültürel yapısında bozulmasına yol açan, bireyler, aileler ve geniş gruplar arasında gerginlikleri arttıran etkilerdir.<sup>61</sup>

Turizm geliştiği yörelerde, uluslararası boyutta düşünüldüğünde, dünyanın çeşitli yörelerinden ziyarete gelen çok farklı kültürlerin, ulusal boyutta

<sup>60</sup> Alpaslan Usal, "Turizmin Sosyo Kültürel Etkileri ve Ege Bölgesi Örneği" I. Ulusal Turizm Kongresi, s.258

<sup>61</sup> Hikmet İyidiker, "Türkiye'de Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı ve Sosyo-Kültürel Etkileri."I.Ulusal Turizm Kongresi, s.270



düşünüldüğünde ise bölgesel farklı yaşam biçimlerinin getirdiği farklı kültürlerin geçici sürelerle de olsa birlikte yaşamalarına neden olmaktadır.

Bütün bunlar dikkate alındığında, yöre insanının bu kültürlerden etkilenmemesi mümkün değildir. Ancak bu etkilenme kimi zaman olumlu yönde olurken kimi zamanda olumsuz yönde olabilmektedir.

Turizm, geliştiği yörelerde kız-erkek, kadın-erkek ayrımını ortadan kaldırma doğrultusunda toplumu etkilerken, kadın-erkek arasındaki eğitim düzeyleri bakımından farklılığı, denkleştirme doğrultusunda etkiler, kadının dışa açılma sürecini hızlandırır.

Turist, aile ve hane halkı arasında sağladığı yakınlaşmayı iki tarafın çocuklarını da birbirinin arkadaşı haline getirerek, dışa açılmayı genç kuşaklara kısa yoldan getirir.

Ancak, turizm geliştiği yörelerde, yöre halkının yaşam biçimlerini etkileyerek onların kültür yozlaşmasına uğramalarına, gelenek ve göreneklerinin kaybolmasına da neden olabilmektedir.

Turizmin bir çok ekonomik faydasına dikkat çekilen bakış açılarının karşı tarafında turizmi, zengin kapitalist ülkelerin, üçüncü ve dördüncü dünya ülkeleri üzerinde kültürü, çevreyi, insanların özel yaşamlarını ve değerlerini, ekolojik dengeyi yok eden, her iki taraf arasındaki ekonomik bağımlılığı güçlendiren bir kültür emperyalizmi olarak gören bir bakış açısı da bulunmaktadır.<sup>62</sup>

Bir çok ülkede, turistlerin gelmesiyle, değer ve inanç yapısının değiştiği, giyim ve yaşam biçiminde geleneksel kalıpların terk edildiği, dilde yabancı sözcüklerin attığı, sanatın gerçek anlam ve özelliklerini yitirdiği gözlemlenmiştir. Ancak, bu değişikliklerin, ne ölçüde turizmin, ne ölçüde turizmin, ne ölçüde

<sup>62</sup> Jafari jafar, (1979), "Tourism and Social Sciences, A Bibliography", *Annals of Tourism Research*, Vol 6, No:2, ss.144-194.

endüstrileşme, kentleşme ve radyo-televizyon gibi kitle iletişim araçlarının sonucu olduğunu kestirmek güç olmaktadır.<sup>63</sup>

***Dinsel İnanç ve Davranışların Değişimi:*** Bir çok gözlemci, turizmin dinsel inançları zayıflattığı kanısındadır. Yapılan çeşitli araştırmalarda, turistlerin tatilleri boyunca dinsel görevlerini yeterince yerine getirmedikleri ölçülmüştür.

Tatile çıkan turistlerin dinsel davranışlarını azalttığı mantığa uygun gelmekle birlikte, turistlerin yerli halkın dinsel inançlarını büyük ölçüde değiştirdiği noktasındaki savlar kuşku vericidir. İnsanlar dinlerine bağlı oldukları sürece turizm, dinsel inançları çok az değiştirebilir. Dinsel inançlardaki değişiklikler, toplumsal yaşamda gittikçe artan maddileşmenin bir parçasıdır ve bu gelişme, endüstri ülkelerindeki gelişmelerle paralel bir doğrultudadır.<sup>64</sup>

***Değerlerin Değişimi:*** Turizmin ahlaki değer ve davranışları etkilediği düşüncesi bir çok araştırmacı tarafından savunulan yaygın bir kanıdır. Özellikle cinsel ahlakın turizmden etkilendiği konusu yaygın olarak savunulmaktadır. Yapılan birçok araştırmada araştırmacılar, turizmin toplumların cinsel yaşamlarını, değer yargılarını ve cinselliğe karşı geleneksel düşünce tarzlarını değiştirdiğini savunmaktadır. Ancak bir çok araştırmacı da turizmin, çeşitli etkenlerden dolayı saten değişmekte olan değer yargılarının bu değişim sürecini hızlandırma yönünde bir etkisinin olabileceğini savunmaktadır.

Turizmin, yerli halkın değer yapısına daha maddeci ve ticari bir nitelik kazandırdığı konusu da ileri sürülen bir başka konudur. Örneğin, turizmin etkisi altında daha önce, daha önce parasız yapılan hizmetlerden para istenmeye başlandığı, araştırmacılar tarafından vurgulanan davranış biçimlerinden bazılarıdır. Böylece daha önce gönüllü biçimde bir nezaket ve yardım ifadesi olarak gerçekleştirilen davranış biçimlerinden para istenmeye başlanmasıyla, ahlaki bir kültür yapısı maddi bir yapıya

<sup>63</sup> Hasan zafer Doğan, *Ön.ver.*, s.156

<sup>64</sup> Schadler. K.F. , (1979) , *Tourism: Passport to Development.*, (Oxford: Oxford University Press), s.s.146-156

dönüşmektedir. Ayrıca, yerel kültürün temel gelenek ve törenlerinin ticari amaçlı bir gösteri durumuna getirilmesiyle, gerçek anlamlarını yitirdikleri ileri sürülmektedir.

Turizmin güzellik kavramını da etkilediği savunulmaktadır. Örneğin, turizmin gelişimi ile değişen yapı biçimleri (gökdelenler, dev binalar, büyük oteller v.b.) hayranlı duyulan ve güzel olarak nitelenen bir mimari biçim durumuna gelmektedir

Turizmin yerli toplumun değerleri üzerindeki etkileri gelişme düzeyine de bağlı olmaktadır. Yapılan bir araştırmada,<sup>65</sup> Turizmin daha az geliştiği ve aile işletmesi düzeyinde örgütlendiği, kapitalist bir ekonomik yapıyı gerektirmediği yörelerde, geleneksel sanatların canlılığını koruduğu, kapitalizm öncesi geleneksel yapıya dayanan kişisel niteliklerle ilgili duygusal değerlerin korunduğu, öte yandan, turizmin bir endüstri niteliğini aldığı ve kapitalist bir işletme örgütlenmesinin geliştiği yörelerde ise, duygusal bakımdan etkisiz, başarı ve mülkiyetle ilgili bir değer yargısının yaygınlık kazandığı saptanmıştır. Bu noktada, hızla gelişen ve sadece ekonomik boyutlarına önem verilen ancak, toplumsal yapı üzerinde yıkıcı etkiler yaratan bir turizm biçimi yerine, daha kontrollü, doğaya ve kültüre duyarlı soft (yumuşak) yada sürdürülebilir olarak adlandırılan turizm biçimlerini tercih etmenin önemi ortaya çıkmaktadır.

**Yaşam Biçiminin Değişimi:** Öne sürülen bir başka konu ise, turistlerin yaşam biçimleri gittikleri yörelerde onları gözlemleyen yerli halkı etkilediği ve yerli halkın onlara özenerek giderek turistlerin yaşam biçimlerini benimsemeye başladıklarıdır. Bu özentî, genellikle giyim ve tüketim alışkanlıklarında ortaya çıkmaktadır. Özellikle genç kuşak turistlerin yaşam biçimlerini taklit ederken, yaşlılar gençlerin davranış biçimlerine daha anlayışlı yaklaşmaktadırlar. Örneğin, yapılan bir araştırmada, yerli gençlerin iş dışı vakitlerini bir zamanlar köyde geçirirken şimdi, turizmin etkisi altında, barlarda, gece kulüplerinde, sinemalarda buluştuklarını ortaya koymaktadır.

<sup>65</sup> Hasan Zafer Doğan, *Ön.ver.* s.158

### 3.3 Doğal Çevreye Etkisi

Turizm yapılanma sürecinde, seçilen yatırım biçimine göre doğal çevreye verdiği etkilerle olumlu yada olumsuz etkilerde bulunabilmektedir.

Deniz ve güneşlenme amaçlı yapılan seyahatlere yönelik turizm yatırımlarının genellikle kıyı şeritlerini işgal ettiği çirkin yapılaşmalara neden olduğu, konaklama işletmelerinin yörelerin doğal ve ekolojik dengelerini bozacak biçimde, sadece yatak kapasiteleri düşünülerek inşa edildiği konusu çevreciler tarafından sıklıkla gündeme getirilen çeşitli olumsuzluklardır. Bunların yanı sıra turistik çekim merkezlerinde yoğunlaşan ikinci konutlar (Yazlıklar) özellikle tarım alanlarının tahrip olmalarına neden olabilmektedir. Bu olumsuz yapılaşmalar, özellikle Türkiye’de yaygın bir biçimde görülmektedir.

Turizmin bir yörede gelişimi her zaman doğal çevre açısından olumsuzluklara neden olmamaktadır. Özellikle son yıllarda, biraz da değişen turistik tüketim anlayışları nedeniyle, doğal çevreye duyarlı hatta onun özelliklerini koruyan, geliştiren yeni turizm anlayışlarının ortaya çıkması ekolojiyi ve doğanın dengesini korumak açısından önemli gelişmelere neden olmuştur. Örneğin; son yıllarda giderek önem kazanan eko turizm, sürdürülebilir turizm gibi turizm biçimleri bu gelişmeleri destekleyen anlayışlar olmaktadır.

## BÖLÜM II

### BÖLGESEL KALKINMA ve TURİZMİN BÖLGESEL KALKINMA SÜRECİNE ETKİLERİ

2000’li yıllara girerken Türkiye’nin de içinde bulunduğu birçok ülke, ( bu ülkeler genellikle kalkınmakta ya da gelişmekte olan ülkeler olarak adlandırılmaktadırlar.) kalkınma sürecinde istenilen boyutlara ulaşamamışlardır. Bununla birlikte ülkelerin bütün bölge yada yörelerinin aynı düzeyde gelişmeleri ve kalkınmaları çeşitli nedenlerden dolayı mümkün olmamaktadır

2000’li yıllarda turizm, birçok ülke ve bölge açısından önemli bir döviz kaynağı haline gelirken beraberinde getirdiği bir çok ekonomik fayda, onun önemini bir kat daha arttırmaktadır. Günümüzde turizm, yeterli turistik potansiyele sahip yörelerin kalkınmasını sağlayan en önemli araç haline gelmiştir. Bu noktada bölgesel kalkınma çalışmalarında oluşturulacak strateji ve planlamalarda, turizmin ekonomik ve sosyal boyutları dikkate alınmak zorundadır.

#### 1 Bölgesel Kalkınma Strateji ve Politikaları

Kalkınma, bir toplumun ekonomik, sosyal ve siyasal açıdan belli bir hayat seviyesine ulaşması demektir. Ulaşılan hayat seviyesinde ise toplumun ekonomik, sosyal ve siyasal kurumlarında çeşitli değişme ve iyileşmeler ortaya çıkmaktadır<sup>66</sup>.

Bölgesel kalkınma, bir bölgenin (kişisel gelir gibi göstergelerle açıklanan) refahında artış olarak anlaşılabilir.

---

<sup>66</sup> İ. Hakkı Düğer. (1978), *Makro İktisat*, (Kütahya), s.188

## 1.1 Bölgesel Kalkınma Stratejileri

Bölgesel ekonomi politikası, farklılaşmış ekonomik sürecin mekan içinde ortaya çıkışını ve mekanda oluşan ekonomik yapının gelişimini belli amaçlar doğrultusunda etkileyip yönlendirmektedir. Bölgesel politikalar, bölge veya ekonomi bütününden birisi daha ağırlıklı ön plana alınarak düzenlenebilmektedir. Başka bir deyimle, “bölge için bölgesel politika” veya “ülke için bölgesel politika” izlenebilmektedir.<sup>67</sup>

Bölgesel kalkınma stratejilerini şu şekilde sıralamak mümkündür.<sup>68</sup>

- Büyümeye dayalı bölgesel kalkınma stratejisi
- İstikrara dayalı bölgesel kalkınma stratejisi
- Eşitliğe dayalı bölgesel kalkınma stratejisi

### 1.1.1 Büyümeye Dayalı Bölgesel Kalkınma Stratejisi

Bu yaklaşım yatırımların, belirli büyüme kutuplarında ya da çekici merkezlerde kutuplaşmasını amaçlar. Bu büyüme kutuplarının, geri kalmış bölgeler içinde seçilmesiyle; hem yığılmanın yararlarını elde etmeye, hem de bölgesel dengesizlikleri hafifletmeye olanak verir.

Büyüme merkezinin oluşturulmasında ilk temel önlemler, altyapı alanındaki darboğaz ve yetersizliklerin giderilmesine yönelik olmalıdır. Bu tür önlemlerin alınabilmesi için bölgeye ilişkin verimlilik katsayısı ve göstergelerinin bilinmesi gereklidir.

İkinci olarak, seçilen merkezin endüstrileşmemiş bir bölgede veya endüstrileşmiş, fakat yapısal uyum sorunları olan bir bölgede olup olmadığı

<sup>67</sup> Tamer İşgüden, Hüsnü Erkan, ve diğerleri, (1995). **Bölgesel İktisat**. (İstanbul:Beta Yayıncılık). s.230

<sup>68</sup> Hüsnü Erkan, (1988), “Entegre Bölgesel Gelişme Yaklaşımı içinde Urfa-harran Yöresi İçin Kalkınma Stratejisi”, 1. **Urfa-Harran Kalkınma Sempozyumu**. (Ankara:T.Z.D.K. Yayınları No:49)

belirlenmelidir. Endüstrileşmemiş bir bölge merkezinde temel sorun, bu merkezin bir yığılma merkezi olma eşiğine getirilmesidir. Ancak bu eşiğin anlaşılmasından sonra, yığılma merkezi kendi kendine gelişen bir iç dinamizm kazanmaktadır endüstrileşmiş, fakat yapısal sorun olan bölgede ise, yapısal yenilenme ve engelleyici yapıların kırılması önem kazanmaktadır.

Kamusal altyapı yatırımları, üretken özel sektör altyapı yatırımları ile tamamlanmalıdır. Kamu bir yandan ekonomik yoğunlaşmayı sağlayıcı üretken yatırımlarda bulunurken diğer yandan da özel sektöre çekici gelecek teşviklerde bulunmalıdır.

Büyümeye dayalı bölgesel kalkınma stratejilerinde büyüme kutbu yaklaşımı yanında ihracata dayalı büyüme stratejisi de izlenebilir. Bu durumda ihracata yönelik olan endüstrinin özel olarak teşviki gerekir. Fakat artan ihracatın sonucunda ortaya çıkacak olan uyarıcı etki ve büyüme potansiyellerinin ve sektörler arası bağlantıların baştan planlanması gerekir.

### **1.1.2 İstikrara Dayalı Bölgesel Kalkınma Stratejileri**

Bu stratejide, bölgenin ekonomik yapısının istenilen yönde etkilenmesini sağlamak temel amaçtır. Bu amaca ulaşmak için de bölgede ekonomik faaliyetleri çeşitlendirici politikalarla bölge ekonomisinin krizlere karşı dayanıklılığı ve ayrıca daha sağlıklı çalışma ve yaşama koşullarının oluşturulmasına çalışılır.

Belli bir başlangıç noktasında bölgenin ekonomik durumu ile, istenilen amaçlara bağlı olarak uygulanacak yapısal politikalar üç türde olabilmektedir.<sup>69</sup>

- Mevcut yapının korunması politikası
- Yapısal uyum politikası
- Yeniden yapılaşma ve geliştirme politikası

<sup>69</sup> Tamer İçgüden, Hüsnü Erkan v.d. Aynı. s.232-233

Uygulanacak yapısal önlemlerin ağırlık noktası, bu yapısal politika türlerinden birine dayandırılmaktadır.

Büyüme ve istikrara dayalı politikalarda özel ve kamusal yani üst ve altyapı yatırımlarına öncelik verme konusunda çelişkiler oluşabilmektedir. Sorunun çözümünde darboğaz veya aşırı kapasitelerin yüksek boyutlara ulaşmasını önleyici stratejiler izlenmelidir. Bunun için bu yatırımların planlama dönemi başında koordinasyonu gerekir.

Büyümeye dayalı bölgesel kalkınma stratejisi genelde geri kalmış bölgelere uygulanırken, istikrara dayalı bölgesel kalkınma stratejisi de genelde gelişmekte olan veya gelişmiş bölgelerin bazı yapısal sorunlarının çözümünde uygulanmaktadır.

Altyapı yatırımlarının ekonomik etkileri doğrudan ve dolaylı olarak ortaya çıkmaktadır. İşsizliğin önlenmesinde altyapı yatırımlarının ekonomik etkileri doğrudan ve dolaylı olarak iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan, doğrudan etkileri içinde işsizliğin önlenmesi önemli bir yer tutmaktadır. Altyapının uyardığı özel yatırımlar da işsizliğin önlenmesinde dolaylı bir etki yaratmaktadır. Ancak bu dolaylı etkinin, konjonktürün canlanma döneminde başarı şansı yüksek olmaktadır. Diğer yandan, kamusal altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesinde, mekansal planlama yanında zaman içindeki dağılımı da birlikte planlanmalıdır.

Bölgesel ekonomi politikalarının etkilenmesinde ekonomik sistem politikaları da önemli bir yer tutmaktadır. İşletme büyüklükleri, piyasa yapısı ve piyasa davranışlarının etkilenmesi şeklindeki ekonomik sistem politikası araçları, istikrarlı bir ekonomik yapı ile dinamik ve sağlıklı bölgesel büyüme için zorunlu olmaktadır.

### **1.1.3 Eşitliğe Dayalı Bölgesel Kalkınma Stratejisi**

Bu yaklaşımda ekonomik faaliyet, gelir ve refahın eşit dağılımı ve donatımı amaçlanmaktadır. Bunun gerçekleşmesi ise bölgenin ekonomik faaliyetleri için ön koşul olan altyapı yatırımları ile sağlanır. Bu politika, belli bir öncelik verilmiş olan



bölgesel büyüme ve istikrar politikalarından birisini tamamlayıcı ve bölgeler arası gelişmeyi dengeleyici olarak gerçekleşmektedir. Bu strateji ile ekonomik olmaktan daha çok sosyal ve politik amaçlar göz önünde bulundurulmaktadır.

Bölgelerarasında dengeleme, her bölgede, kalkınma için zorunlu ekonomik kaynak donanımının yeterli düzeyde sağlanmasına bağlıdır. Bölgede yeterli iş ve çalışma olanaklarının yaratılması, taşınmaz hizmetlerin yeterli düzeyde varlığı, yeterli konut donatımı ve yeterli düzeyde çevre sağlığının korunması, söz konusu amacın gerçekleşmesi için gereklidir.

Kaynak dağılımını bölgelerarası dengelemeye ve eşitlemeye yönelik gelişme stratejisinin uygulanmasında kullanılan üç temel araç şunlardır;<sup>70</sup>

- Altyapı politikası
- Kuruluş yeri politikaları
- Şehirleşme ve yerleşim yeri politikaları

Bu araçlardan ilki, son ikisini de belirleyici özelliktedir. Bu nedenle üretim ve tüketime yönelik alt yapı yatırımları bilinçli olarak planlanıp gerçekleştirilmelidir. Alınan önlemlerde araçların seçimi, kullanım dozu, zamanlaması, nerede ve nasıl kullanılacağı, seçilen gelişme stratejilerinin ışığında belirlenmelidir. Bir başka deyişle, büyüme veya istikrar amaçlarından hangisine ağırlık verilecekse, altyapı, yerleşim ve kuruluş yeri ile şehirleşmeye ilişkin politikalar, ilgili stratejinin özelliğine uygun biçimde kullanılmalıdır.

Oluşturulan altyapı politikası bir yandan işletmelere yönelik, diğer taraftan ev halkına yönelik olarak, uygun çevresel koşul ve atmosfer yaratma fonksiyonunu üstlenmektedir. Bütün bunların yanında, sosyal ve politik amaçlarla savunulan bu strateji, ekonomik etkinliklerin merkezde toplanmasının sağladığı ekonomik

<sup>70</sup> Tamer İşgüden, Hüsnü Erkan v.d. **Aynı**. s.234

üstünlükler ve altyapı üstünlükleri, bu serpiştirme politikasının, ekonomistlerce eleştirilmesine, savurganlık sayılmasına da yol açabilmektedir.<sup>71</sup>

## 1.2 Bölgesel Kalkınma Politikasının Temel İlkeleri

Bölgesel kalkınma politikasının ilkelerini üç grup altında toplamak mümkündür. Genel olarak birbirlerinin bütünleyicisi görünümünde olan bu ilkeleri şu şekilde sıralamak mümkündür.<sup>72</sup>

- Sosyal karlılık ilkesi,
- Kalkınma kutbu ilkesi,
- Halkın katılımı ilkesi

### 1.2.1 Sosyal Karlılık İlkesi

Liberal ekonomilerde özel girişimci, yatırım söz konusu olunca hem kısa dönemde verimli olan ve dolayısıyla yüksek kar oranı elde edebileceği faaliyetlere yönelir, hem de kendisine en fazla olanak sağlayan yörelerde faaliyetlerini yoğunlaştırır. Dolayısıyla, özel sektörün hem uzun dönemde verimli olabilen altyapı faaliyetlerine yönelmemesini, hem de geri kalmış bölgelere gitmemesini normal karşılamak gerekir.<sup>73</sup> Bu düşünce özel karlılık ilkesi olarak adlandırılmaktadır.

Özel karlılık ilkesini esas alan görüşlerin temelinde, “üretken yatırım önceliği”, “büyüme noktaları ya da büyüme kutupları önceliği”, “dengesiz kalkınma”, gibi düşünceler yatmaktadır. Dengesiz kalkınma yani; ekonominin bazı sektörlerine öncelik verip yatırımları bu sektörlerle kaydırmayı savunan görüşler dengeli kalkınma teorisinden çok daha önce ortaya atılmıştır.<sup>74</sup>

<sup>71</sup> Erdinç Tutar, ( 1991 ), “Bölgesel Kalkınma Planı Olarak Güneydoğu Anadolu Projesinin Türkiye ve Avrupa Topluluğu Tarımlarının Uyuşturulmasına Etkisi” (Yayınlanmamış Doktora Tezi .Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü ), s.208

<sup>72</sup> Zeynel Dinler, **Ön. Ver.**, s.199

<sup>73</sup> Zeynel Dinler. **Aynı** , s.200

<sup>74</sup> Vural Savaş,(1973), **Kalkınma Ekonomisi**, (Bursa: Beta basım Yayın, ), s.122

Sosyal karlılık ilkesini esas alan görüşlerin temelinde ise, “bölgeler arası dengeli kalkınma”, gelir dağılımında fırsat eşitliği ve sosyal adalet sağlanması”, “toplumsal kalkınma”, “uluslararası alanda prestij elde etme” gibi ekonomik olmaktan çok, sosyal ve siyasal etkenler yatmaktadır.<sup>75</sup>

Bölgesel kalkınma politikasının ilk ilkesi, geri kalmış bölgelerde kısa vadede ekonomik olmasa bile, sosyal karlılığı yüksek ve ancak uzun vadede ekonomik olabilen yatırımların devlet tarafından yapılmasıdır. Çünkü günümüzde modern devlet anlayışı, toplumun refahını yükseltmeye yöneliktir ve dolayısı ile ulusal ekonomi açısından sosyal yarar daima özel yarara yeğlenir.<sup>76</sup>

### 1.2.2 Kalkınma Kutbu İlkesi

Bölgesel kalkınma politikasının savunulan ikinci ilkesi, “kalkınma kutbu” ilkesidir. F. Perroux, kalkınma kutbunu şu şekilde açıklamaktadır:

“Ekonomik gelişme bir ülkede aynı zamanda, her yerde birden görülmez, farklı şiddetlerde, gelişme kutup yada noktalarında görülür ve çeşitli kanallardan farklı etkiler yaratarak bütün ülke ekonomisine yayılır”<sup>77</sup>.

Geri kalmış bölgelerde oluşturulacak kalkınma kutupları sayesinde söz konusu bölgelerde kalkınma süreci başlatılabilmektedir.

Ancak bu tür bir kalkınma kutbu oluşturulması özellikle gelişmekte olan ülkelerde devlet için büyük yükler oluşturmakta zaten kıt olan kaynakların az gelişmiş bölgelere yönlendirilmesi, toplam ekonomik kalkınma hızından bir ölçüde

<sup>75</sup> Ergül Han, ( 1975) **Kalkınmada Altyapı Yatırımları**, (Eskişehir: İ.T.İ.A. Yayınları No:122/77, ), s.60

<sup>76</sup> Zeynel, Dinler **Ön.Ver.** , s.200

<sup>77</sup> Jacques Freyssinet, ( 1985), **Az gelişmişlik İktisadi**. Çeviren:Tezer Öçal, M.Ali Kılıçbay (Ankara: Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F. Yayınları No:36, s.286

özveride bulunması sonucu doğurmaktadır.<sup>78</sup> Ancak uzun vadede oluşabilecek olumlu ekonomik ve sosyal etkiler bu olumsuzluğu ortadan kaldıracaktır.

### 1.2.3 Halkın Katılımı İlkesi

Bu ilke, halkın bölgesel kalkınmaya ve bölgesel kalkınma planlarına, çeşitli aşamalarda aktif olarak katılmasını ifade eder. Bölgesel kalkınmada insan faktörünü ön plana çıkaran bu ilke demokrasinin ekonomik yaşama uygulanması ile gerçekleşebilir<sup>79</sup>.

Bölgesel kalkınmayı sağlayacak olan kalkınma politikalarının başarılı bir şekilde yürütülmesi, ancak yöre halkının, politikada söz sahibi olmasıyla, yani ekonomik ve sosyal ortamın etkin bir şekilde birlikte hareket etmesiyle gerçekleştirilebilir. Halkın çeşitli uygulamalara katılması, ekonomik yaşama uygulanan demokratik bir ilkedir. Gerçek bir bölgesel kalkınma politikasında, insanların en önde gelmektedir. Halk uygulamalara katılmadığı sürece, programlar halktan kopmuş bir yönetimin eseri olacak ve başarı büyük ölçüde rastlantılara kalacaktır. Uygulanacak programlara halkın etkin katılımı, yalnız kişinin onurunu ve her düzeyde toplum duygusunu yükseltmekle kalmayıp, aynı zamanda bölgesel kalkınma programlarına canlılık katmakta ve mahalli yörenin denetiminin kurulmasına araç olmaktadır.

Katılma deyimi ile geniş anlamda, devlet memurları da dahil olmak zere, atama ile görev başına getirilen tüm memurlardan ayrı olarak, bölge halkına mensup kişilerin, bölgesel kalkınma faaliyetlerine, karar veya uygulama aşamasında, fiilen yada danışman olarak katılmaları kastedilmektedir<sup>80</sup>. Halkın katılımının sağlanması için öncelikle, halkın kalkınma planı hakkında bilgilendirilmesi, planın yararlarının

<sup>78</sup> Erdinç Tutar, "Bölgesel Kalkınma Planı Olarak Güney Doğu Anadolu Projesinin Türkiye ve Avrupa Topluluğu Tarımlarının Uyuşturulmasına Etkisi," (Yayınlanmamış Doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1991), s. 4

<sup>79</sup> Zeynel Dinler, **Ön.Ver. s.210**

<sup>80</sup> Birleşmiş Milletler Araştırma Grubu Raporu (1967), **Yerinde Yönetim ve Kalkınma**. TODAİ Yayınları. Ankara

açıkça ifade edilmesi, söylenti halinde yayılan olumsuz düşüncelerin önlenmesi büyük bir önem taşımaktadır<sup>81</sup>.

Bir bölge halkı, bölgesel kalkınma politikasının hazırlanması ve uygulanmasına, ziraat odaları, ticaret odaları, belediye meclisi, bölgesel kalkınma komisyonu, kalkınmayı düzenleme özel komiteleri vb. gibi geleneksel ya da yeni kuruluşlar aracılığıyla bizzat katılabileceği gibi, yetkililerin seçiminde söz sahibi olarak, dolaylı yönden de katılabilir.

Özellikle, halkın yetkilerinin seçimine katılması durumunda, politikayı yürütecek olan yetkililer bölge halkını, sorunların çözüm yollarına inandırmayı başarmak için, alınabilecek en olumlu önlemleri almaya kendilerini zorunlu hissedecektir.<sup>82</sup>

### 1.3 Bölgesel Kalkınma Politikasının Amaçları

Bölgesel dengesizliklerin en belirgin göstergeleri, herhangi bir ülkedeki ekonomik faaliyetlerin ve nüfusun çoğunluğunun belirli bölgelerde yoğunlaşması ve diğer bölgelerin gerek nüfus gerekse ekonomik faaliyetler açısından yetersiz kalmasıdır.<sup>83</sup>

Bölgesel kalkınma politikasının uygulanması ile ulaşılmak istenen genel amaçları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Az gelişmiş bölgelerin ekonomik ve sosyal açıdan kalkınmalarının sağlanması,
- Az gelişmiş bölgelerin kaynaklarının en iyi şekilde değerlendirilmesi,
- Az gelişmiş bölgelerin ulusal kalkınmadan adil bir pay almasının sağlanması,

<sup>81</sup> Erdinç Tutar **Ön.Ver.** s.10

<sup>82</sup> Zeynel Dinler, **Ön.Ver.** s.202

<sup>83</sup> Zeynel Dinler, **Ön.Ver.** s.203

- Nüfusun bölgeler arasında dengeli dağılımının sağlanması,
- Bölgesel ekonomilerin entegrasyonunu sağlama,
- Sanayi'nin bölgeler arasında dengeli dağılımının gerçekleştirilmesi
- Azgelişmiş bölgelerde istihdamın artırılarak göçün engellenmesi v.b.

Bölgesel kalkınma politikasının temel amaçlarını iki başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar;

- Nüfusun bölgeler arasında dengeli dağılımının sağlanması amacı,
- Azgelişmiş bölgelerin ekonomik ve sosyal kalkınmalarının gerçekleştirilmesi amacıdır.

### **1.3.1 Nüfusun Bölgeler Arasında Dengeli Dağılımının Sağlanması Amacı**

Ülke nüfusunun gelişmiş bölgelerde yoğunlaşması, azgelişmiş bölgelerden bu bölgelere doğru bir göç hareketinin olmasının sonucudur. Bu göç hareketiyle, gelişmiş bölgeler aşırı yoğun nüfusun getirdiği sakıncayla karşılaşırken, azgelişmiş bölgelerde de azalan nüfus sonucu, temel işlevleri dahi yerine getirecek insan gücü kalmaması gibi bir durum ortaya çıkacaktır. Azgelişmiş bölgelerin kalkındırılmasıyla bu göç hareketi duracak, hatta tersine bir göç başlayabilecektir.<sup>84</sup>

Bununla birlikte, bu amacın gerçekleştirilmesi, ne bir ülkenin tüm yüzeyine nüfusun eşit şekilde dağıtılması, ne de bölgeler arasındaki her türlü nüfus hareketlerinin ortadan kaldırılması anlamını taşımaktadır. Bu amaç, daha çok nüfusu sürekli azalan azgelişmiş ve gittikçe daha da gerileyen bölgelerde, kalkınmaya elverişli bazı merkezleri seçerek, yatırım çabalarını buralarda yoğunlaştırmak ve böylece gelişmekte olan bölgelere doğru gerçekleşen göçü durdurmaaktır. Bu şekilde oluşturulan “kalkınma kutuplarına”, “denge metropolü” denilmektedir. Bu

<sup>84</sup> Frank J.B.Stilwell. (1972), **Regional Economic Policy**. (London:Anchor Press Ltd), s.12

metropoller, bölge nüfusunu cezbederken, gelişmiş bölgelere doğru yönelen göçün önündeki set rolü oynayarak, nüfusun bölgeler arasındaki dağılımını dengelerler.<sup>85</sup>

### **1.3.2 Az Gelişmiş Bölgelerin Ekonomik ve Sosyal Gelişmelerini Gerçekleştirme Amacı**

Bölgesel dengesizliği ortadan kaldırmak için uygulanacak bölgesel kalkınma politikasının ikinci amacı, geri kalmış bölgelerin ekonomik ve sosyal kalkınmalarının sağlanması olmalıdır.<sup>86</sup> Aslında, birinci amacın gerçekleşmesi bu ikinci amacın gerçekleşmesine bağlıdır. Her iki amaç da sonuçta birbirlerini bütünlemektedir.

Bölge kalkınmaları ile ilgili uygulanacak politikalar, ulusal kalkınmayı amaçlayan ve ülke bütününe ilgilendiren genel politikalarla uyumlu olmak zorundadır. Bir başka deyişle, bölgesel kalkınma politikası, ulusal kalkınma politikasınca saptanan amaçlara erişmeyi planlamalıdır.

Bu tür politikalar sonucunda, yalnızca az gelişmiş bölgeler değil, bütün ekonomi yarar sağlayacaktır. Ancak bu durumda bölgesel dengesizliklerin azaltılmasından söz etmek mümkün olacaktır. Bir ülkenin bünyesindeki az gelişmiş bölgelerin kalkındırılması, ülkenin bütününe kalkınma düzeyinin yükseltilmesi için gereklidir. Çünkü, iyi uygulanan bir bölgesel kalkınma politikası, göreceli olarak daha az gelişmiş olan bölgeleri ülke ekonomisine kazandırmakta, gelişmiş bölgelerde üretilen ürünler için de daha geniş Pazar olanakları yaratılmış olmaktadır.

### **1.4 Bölgesel Kalkınma Politikası Araçları**

Bölgesel gelişme stratejilerinin gerçekleştirilmesi için çeşitli araçlar kullanılmaktadır. Bu araçlar özde genel ekonomi politikası araçlarından fazla sapmazlar. Ancak buradaki araçlar, mekansal yapının özelliklerine bağlı olarak

<sup>85</sup> Zeynel Dinler, (1973) "Bölgesel Kalkınma Politikasının İlke, Amaç ve Vasıtaları." **B.İ.T.İ.A. Dergisi** cilt II, No: 2, s.566

<sup>86</sup> Zeynel Dinler, **Ön.Ver.** s.205

oluşan karar süreci içinde belirlenirler. Temel özellikleri açısından bölgesel gelişme politikası araçları üç grupta toplanmaktadır.<sup>87</sup>

- Emredici bölgesel politika araçları
- Bilgi verici, uyarıcı ve yönlendirici bölgesel politika araçları
- Sentezci bölgesel politika araçları

### ***Emredici Bölgesel Politika Araçları***

Bölgesel ekonomik yapının emredici bir plana bağlanmasıyla veya işletmelerin kuruluş yerlerinin devletçe belirlenmesiyle gerçekleştirilmektedir. Kuruluş yeriyle ilgili yasal düzenlemelerin getirdiği yasaklar ve zorunluluklar bu politikadaki temel araçlardır.

### ***Bilgi Verici-Uyarıcı-Yönlendirici Bölgesel Politika Araçları***

Burada kuruluş yerlerini doğrudan belirleme yerine, fonksiyonel rekabetin korunması ile ekonomik birimlerin rekabet ortamında teşvik edilmesine yönelik araçlar söz konusudur.

### ***Sentezci Bölgesel Politika Araçları***

Yukarıda sözü edilen araçların hepsini birden kapsamaktadır. Bilgi verme ve yol gösterme yanında, kuruluş ve yerleşim yerlerinin mekansal dağılımı da doğrudan etkilenip belirlenmektedir.

Bu yaklaşım içinde oluşturulan bölgesel politika araçları dört ana grup oluşturmaktadır<sup>88</sup>.

<sup>87</sup> Hüsnü Erkan, (1995) "Bölgesel Gelişme Stratejileri ve Türkiye'nin Bölgesel Kalkınma Politikası"

**Gelişme İktisadı.** (İstanbul:Beta Yayıncılık), s.236

<sup>88</sup> Aynı, s.238



*Bilgi ve Danışmanlık Politikası* : Bu araçlarla özel ekonomik karar birimleri ve çeşitli bölgelerdeki kuruluş yeri özelliklerine ilişkin bilgiler sağlanmaktadır. Böylece özel ekonomik birimlere, kuruluş yerine ilişkin bilgiler verilmekte ve danışmanlık hizmeti sunulmaktadır.

*Teşvik ve Uyarma Politikası* : Bu politikada, belirlenen bir kuruluş yerinin tercih edilmesini sağlamak amacıyla çeşitli teşvikler kullanılarak, ekonomik birimlerin bu kuruluş yerini tercih etmeleri sağlanmaktadır. Bu konuda, Kamusal teşvik ve harcamalar, vergi ve tarifeler, kredi ve subvansiyonlar, altyapı hizmetleri ve işgücü politikaları gibi çeşitli araçlar kullanılmaktadır.

*Altyapı Politikası* : Bu yaklaşımda, maddi, personel ve kurumsal altyapı donatım ve yatırım politikaları ile bölgesel gelişme uyarılmakta ve teşvik edilmektedir. Altyapıdan kaynaklanan, gelir, refah, verimlilik, teknik gelişme ve uyarma etkileri ile hizmet donatımını, işgücü akışkanlığını artırıcı etkilerden ve büyüme etkilerinden yararlanılmaktadır.

*İdari kararlar ve düzenlemeler*: idari karar, düzenleme ve yaptırımlarla belli yasaklar veya zorunluluklar getirilerek karar birimlerinin karar alanları sınırlandırılıp yetkileri belirlenmektedir. Şehir planlaması ve çevre sağlığı açısından getirilen düzenlemeler bu türdendir.

Bölgesel kalkınma politikasının araçlarını Mali Araçlar ve Kurumsal Araçlar olmak üzere iki başlık altında toplamak da mümkündür.

#### **1.4.1 Mali Araçlar**

Ülkeler, saptadıkları bölgesel kalkınma politikası araçlarını gerçekleştirebilmek için, özel girişimcileri az gelişmiş bölgelere yatırım yapmaya özendirerek bazı mali ve vergisel özendirme önlemleri öngörebilmektedir. Yatırımların maliyetini düşürmeye, başka bir deyişle karlılığı arttırmaya yönelik bu önlemler, yalnız geri kalmış bölgelerin canlandırılması amacına değil, aynı zamanda

birçok geri kalmış ülkelerde ekonomik gelişmeyi sağlamak için endüstriyel sektörün geliştirilmesi amacına da yöneliktir.

Mali ve vergisel özendirme önlemlerinin önde gelenleri olarak şu araçları saymak mümkündür:

- Geliştirme ve teşvik fonları, faizsiz yada düşük faizli krediler, devlet garantisi, devlet katılımları, gümrük muhafiyetleri, ihracata vergi iadesi, döviz tahsislerinde öncelik, yatırım indirimi, hızlandırılmış amortisman, kamu ihalelerinde öncelik, karın bölgelere göre farklı vergilendirilmesi v.b.

#### 1.4.2 Kurumsal Araçlar

Bunlar, bölgesel kalkınma ile ilgili kurumsal yapının oluşturulması ile ilgilidir. Bir ülkede mevcut yönetsel örgüt, bazı durumlarda bölgesel kalkınma politikası için yeterli olmaya bilir. Bölgesel kalkınma planlarının hazırlanması ve uygulanması için, yönetimde bölgesel örgütlenmeye gitmek ve gerektiği hallerde yetki devri, yetki genişliği ve yerinden yönetimi gerçekleştirmek gerekir.<sup>89</sup> Bu arada, biryandan yönetimin mali olanakları ve personelinin kalitesini yükseltmeye çalışmak, diğer yandan geleneksel yönetim çerçevesi dışında, özel kuruluşlarla bölgesel kalkınma politikasını uygulama yollarını aramakta fayda vardır.<sup>90</sup> Dolayısı ile maliye politikalarını, kurumsal politikalarla desteklemek gerekmektedir.

## 2 Turizm ve Bölgesel Kalkınma

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda turizm açısından en önemli gelişmelerden bir tanesi, hiç kuşkusuz ulaştırma sektöründeki gelişmeler olmuştur. Günümüzde, giderek daha çok sayıda insan daha uzak yörelere kolaylıkla seyahat etme olanağına kavuşmuştur.

<sup>89</sup> Zeynel Dinler, **Ön.Ver.** ss. 583-585

<sup>90</sup> Hüsnü Erkan, **Ön.Ver.** s.205

Turizm olayının, gelişen ve değişen iki önemli boyutu da konaklama işletmeleri ve tur organizasyonları olmaktadır. 20. yüzyılın başlarında çoğunlukla zengin ve aristokrat kişilerin zevklerine ve taleplerine uygun olan oteller, günümüzde kitle turizminin koşullarına uygun, büyük kapasiteli ve standart hizmet sunan konaklama hizmetlerine dönüşmüşlerdir. Tur organizatörlerinin gruplar için düzenlediği “Paket Tur”lar ise, günümüzde turizm olayının tipik bir yönü olmuştur.

21. yüzyılda turizm, ekonomik ve sosyal alanlardaki köklü değişimlere paralel olarak önemli gelişmeler göstermektedir. Turizm, kapsamı ve etkileri giderek artan bir sosyo-ekonomik olaya dönüşmüştür.

Turizm olayının uluslararası boyutu dikkate alındığında, gelişmiş bölgelerden gelişmekte olan bölgelere yönelik önemli bir döviz akışının söz konusu olduğu görülmektedir. Bu taze para akışı, bölgelerin ve yörelerin kalkınma süreçlerinde kullanacakları araçların sağlanmasında gereksinim duydukları finansal desteğe önemli katkılarda bulunabilmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde vurgulandığı üzere, turizmin bölgesel kalkınma sürecindeki etkileri sadece finansal boyutta değil aynı zamanda sosyal boyutlarda da olmaktadır. Bölge insanının kültürü ve yaşam biçimleri üzerinde yaratılan etkiler ve tüketim alışkanlıklarındaki değişiklikler bu etkilerden başta gelenler olarak sayılabilir.

## **2.1 Turizmin Bölgesel Kalkınma Sürecine Etkileri**

Turizm, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından, önemli bir oranda ihtiyaç duyulan yabancı döviz kazancını yaratan, istihdam olanaklarını artıran ve çağdaş bir yaşam tarzını bu ülkelere getiren bir olay olarak kabul edilmektedir. Ancak bu noktada bazı olumsuz yaklaşımlarda bulunmakta ve turizmin geleneksel yaşam biçimini yozlaştırdığı dışa bağımlılığı arttırdığı savunulmaktadır. Ancak, turizmin bu olumsuz etkilerinden kurtulmak, toplumsal eğitim ve planlı yatırımlarla mümkün olabilmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için temel şartlardan bir tanesi dışsattımın artırılmasıdır. Bu ülkelerde ekonomik gelişme ve çağdaşlaşma için geleneksel tarım ekonomisinden endüstriyel ekonomiye geçiş zorunludur. Ancak böylesine bir değişim büyük miktarda sermaye, yabancı döviz kazancı ya da büyük miktarlarda dış borçlanmayla mümkün olmaktadır. Bu durum endüstrileşme için gerekli finansman kaynaklarını yaratmak amacıyla, ülke yöneticilerini turizm sektörüne yöneltmektedir.<sup>91</sup>

Turizmin bazı ülkelerde, kalkınma sürecine olan ekonomik etkileri şu şekildedir:

### **İngiltere (Birmingham) :**

Birmingham şehri İngiltere'nin bir milyonun biraz altında nüfusa sahip ikinci büyük şehridir. Birmingham İngiltere'nin endüstri merkezlerinden birisi olmakla birlikte 1980'li yıllarda büyük bir ekonomik kriz içine girmiş ve 1991 yılında açılan uluslararası kongre merkezi bu krizden kurtulabilmesinde önemli etkenlerinden birisi olmuştur.<sup>92</sup>

1971-1984 yılları arasında tekstil sanayiinden kaynaklanan iş olanaklarının hemen hemen yarısını kaybeden şehir 1971 yılındaki 295,000 çalışana sahipken bu sayı 1984 yılında 130,000'e düşmüştür. 1985'lerde şehrin ekonomik strateji uygulayıcıları, ekonomik gelişimin sürdürülebilmesi için, tekstil sanayii ile birlikte başka yeni sektörlerin de geliştirilmesine ihtiyaç duyulduğunu görmüşler ve Bu noktada, iş turizmi ön plana çıkmış ve daha önceleri şehirde açılmış olan Ulusal Sergi Merkezinin getirilerinin ışığında bir Uluslararası Kongre Merkezi'nin açılmasına karar verilmiştir.

<sup>91</sup> Orhan İçöz, Metin Kozak, **Ön.Ver.** s.159

<sup>92</sup> Jane Lutz ve Chris Ryan, (1997), **Quality Management In Urban Tourism**, England: Johan Wiley&Sons Ltd.

İngiltere'nin ilk Uluslararası Kongre Merkezi olan bu yatırım Hyatt Regency Hotel ve bir konser salonunu, çeşitli alışveriş dükkanlarını da kapsayacak şekilde olmak üzere büyük bir kompleks olarak inşa edilmiştir. Bu yatırımların yanı sıra şehirde birde ulusal oyun parkı oluşturulmuştur.

Uluslararası Kongre Merkezinin Şehre olan ekonomik katkısı 1993 yılında 66,000,000 Sterlin çarpan katsayısı ise 0.42 olarak hesaplanmıştır. İstihdam olarak ise, 2.700 yeni iş olanağı yaratmıştır.

Birmingham'da uygulanan ekonomik politikaların başarısı, aşağıdaki prensiplerin dikkatle uygulanmasına bağlanmaktadır.<sup>93</sup>

- 1- Uygulanacak ekonomik politikalar üzerinde özenle durmak,
- 2- Özel yatırımların teşvik edilmesi,
- 3- Kamu sektörünün altyapı yatırımlarını gerçekleştirilmesi,
- 4- Müzeler ve konferans salonu gibi yatırımlarda kamu sektörünün katkıları,
- 5- Özel mülkiyetlerin geliştirilmesi
- 6- Şehir merkezine odaklanma,
- 7- Kamu-özel sektör ortaklıklarının geliştirilmesi,
- 8- Kısmi bağımsız kamu acentalarının kurulması,
- 9- Öncü projelerin oluşturulması,
- 10-Şehirle ilgili yeni bir imaj yaratılması.

**Avustralya** : Turizm, Avustralya ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. 1990'lı yıllarda turizm endüstrisinin gelişimi ile artan turist varışları, harcamaları ve turizm yatırımları Avustralya ekonomisine önemli bir canlılık getirmiştir.<sup>94</sup>

<sup>93</sup> Law c. (1993) **Urban Tourism**, London: Demos ltd. s.145

<sup>94</sup> Guy R. West, (1993) "Economic Significance of Tourism in Queensland," **Annals of Tourism Research**. USA: Vol:20 s.490

1990 yılında Avustralya Turizm Araştırmaları Bürosu tarafından yapılan araştırmada 1990 ile 2000 yılları arasında Avustralya'ya yönelik uluslararası turist sayısı 1990 yılında 2.2 milyon, 1995'de 3.3 milyon ve 2000 yılında ise 4.8 milyon olarak tahmin edilmiştir.

Avustralya'da 1990-1991 yılında turizmin ekonomik katkısı ise şu şekildedir:

Ziyaretçi sayısı (000)	6,017.4
Ziyaretçi geceleme(000)	33,741.0
Ziyaretçi harcamaları (Mil.\$)	3,006.1
Gayri safi üretim (Mil.\$)	2,105.9
İşgücü (000)	79.6
Maaş ve ücretler (Mil\$)	1,520.8
Bürüt ülke geliri (Mil\$)	1,591.5
Ülke harcamaları (Mil\$)	1,420.8
Devlet vergi ve gelirleri (Mil\$)	157.5

**Meksika:** Turizm Meksika ekonomisinin en önemli döviz kaynağı olduğu gibi aynı zamanda da gayri safi milli hasılasının temel kalemini oluşturmaktadır. Turizmin Meksika'da gelişimi 1930'lu yıllara dayanmaktadır ve ülkeye gelen turistlerin en büyük grubunu Amerikalı turistler oluşturmaktadır. Meksika'ya yönelik turist varışları 1986 yılında 4.5 milyon kişiye ulaşırken, 1993 yılında toplam oda sayısı 25,000'leri bulmuştur<sup>95</sup>.

Meksika'da 1989-1994 yılları arasında uygulanan "Ulusal Turizm Programı" ülkeye yönelik turist varışlarında önemli bir artış sağlarken ülkenin ödemeler bilançosu açısından olumlu sonuçlar vermiştir. Ülkede uygulanan "Ulusal Turizm Programı"nın ana hatları şu şekildedir:

<sup>95</sup> Matt A. Casado, (1997) "Mexico's Tourism Plan: Implications of Internal Political and Economic Instability" *Travel And Tourism Research*, ss. 44-51

İlk olarak güçlü bir uluslararası reklam ve promosyon uygulamasına geçilmiştir. Bu uygulamada;

Grup ve konferans turizminin ön plana çıkarılması, seyahat acentaları ve tur operatörleri ile ortak çalışmaların yapılması, reklam ve promosyonlar için çeşitli fonların oluşturulması ve yabancı turistlerin Meksikalıların özgün yaşam biçimlerini tanıyacakları çeşitli etkinlikler bulunmaktadır.

Bu çalışmalara ek olarak, seçilen pazar bölümlerine yönelik tanıtım ve promosyon kampanyaları düzenlenmiş ve bu kampanyalara özel ve kamu sektörünün etkin bir şekilde katılımı sağlanmıştır. Uygulanan bu tanıtım programında Maya kültürü ve eski İspanyol kolonileri üzerinde durulmuştur. Meksika’da uygulanan “Ulusal Turizm Programı” sonucu ülke turizminde önemli gelişmeler gözlenmiştir. (Tablo 2.1)

**Tablo 2.1**

**1988-94 Yılları Arasında Meksika Turizm Gelirleri ve Turist Sayıları**

<b>Yıllar</b>	<b>Gelen Turist Sayısı</b>	<b>Turizm Gelirleri \$</b>
1988	5,692,000	2,544.3
1989	6,186,000	2.954.0
1990	6,393,000	3,400.9
1991	6,371,000	3,783.7
1992	6,352,000	3,867.8
1993	6,625,000	4,019.3
1994	7,135,000	4,254.0

Kaynak: Matt A.Casado. (1997), “Mexicos 1989-94 Tourism Plan” Travel and Tourism Research. Vol.xxvi no:1

**Silovenya:** Silevonya eski Yugoslavya'nın kuzeyini oluşturan bir bölge iken bugün 2 milyon nüfusa sahip bağımsız bir ülkedir.

Ülkenin bağımsızlığına kavuşması ile ortaya çıkan pazar ekonomisine geçiş, Avrupa'ya entegrasyon, özel mülkiyetin geliştirilmesi gibi hedefler ülkede yöresel gelişme ve kırsal yeniden yapılanma adı altında bir proje oluşturulmasını sağlamıştır. Öngörülen proje iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, gelişme planının başlangıç bölümünü oluşturmaktadır. İkinci bölüm ise, birinci bölümde ortaya konulan planın geliştirilmesi için stratejiler oluşturulmasını içermektedir<sup>96</sup>.

Uygulanan planın birinci bölümünde, yerel yönetimler ile merkezi yönetimin ortak koordinasyonu altında yerel nüfusun kendi gelişimlerini sağlayacak eğitim ve cesaretlendirme uygulamalarını içeren çeşitli formülasyonlar ve stratejilerden oluşmaktadır. Projenin anahtar faktörü ise yerli halkın uygulanan aktivitelere etkin bir şekilde katılması, planın bir parçası olması ve oluşturulan çeşitli politikalarda oy hakkına sahip olmalarıdır.

Silovenya'da uygulamaya konulan kalkınma politikasının önemli bir kısmını turizm oluşturmaktadır. Ülkenin birçok bölgesindeki kırsal yörelerde ve köylerde turizmin geliştirilmesi düşüncesi hakim gelmiş ve geçmişte turizm, söz konusu yörelerde önemli bir rol oynamadığı halde gelişme stratejisi uygulamasının başlatılmasından sonra, turizm hareketlerinde önemli gelişmeler gözlenmiştir. Ülkede uygulanan ve turizmi geliştirme projesi adı altında yürütülen uygulamalar doğal ve sosyal çevre ile tarihi miraslar üzerinde yoğunlaşmış bir tanıtım ve promosyon kampanyasını içermektedir. Bu uygulamanın rehber ilkeleri ise şu şekilde olmuştur;

- Doğal ve kültürel mirasın turizm uygulamalarına dahil edilmesi,
- Temiz bir çevreye dayalı rekreasyon faaliyetleri,

<sup>96</sup> Marko Koscak, (1998). "Integral Development of Rural Areas, Tourism and Village Renovation, Slovenia" *Tourism Management*, Vol.19 ss. 81-86



- Köylerde ekonomik ve yaşam standartlarının geliştirilmesi,
- Başarılı bir reklam ve promosyon faaliyetlerinin uygulanması.

Ülkede uygulamaya konulan gelişme programının üç temel anahtarı bulunmaktadır.

**1- Çevre ve insanlar arasındaki uyumun sağlanması :** Bu ilke, turizm açısından önemli olan doğal, tarihi ve kültürel değerlere sahip bölgelere geçici yada sürekli yerleşen insanlarla mekan arasında uyumlu bir yaşam biçimi gerçekleştirme amacını taşımaktadır. Bu amaca ulaşmak için ise, köylerde yaşam standartların ve kalitesini yükseltmek gibi uygulamalarla yöre sakinlerinin neredeyse her şeyden hoşlanacakları bir ortam yaratmak çalışmaları yürütülmüştür.

**2- Farklı faktörler arasında koordinasyonun sağlanması:** Geçmişte uygulanan ve son derece katı ve merkezi yönetimin öngördüğü biçimde, yukardan aşağıya emredici bir yapıda oluşturulan, aynı zamanda komşu bölgelerle olan ilişkileri dikkate almayan ve planlanan gelişimin her düzeyini inceleme yeteneğinden yoksun olarak yapılandırılan sektörel yaklaşımların yol açtığı bir çok zarar yada kayıplar göz önünde tutulduğunda bu yaklaşımın faydaları açıkça görülebilmektedir. Yeni yaklaşım, uygulamaya koyduğu bütün plan ve uygulamaları birbirlerinden ayrı bölgelerin büyüklüklerinin dikkate almaksızın, yerel ve merkezi yönetim düzeyinde yürütmektedir. Bu yaklaşımda uygulanacak politikalar, ulusal düzeyde koordineli bir uygulama ile, devletin ve yerel yönetimlerin yönetime aktif bir biçimde katılmaları sağlanırken, oluşturulacak politikalarda yerel halkın istekleri de önemli bir biçimde dikkate alınmaktadır.

**3- Yerel halkın aktif katılımının sağlanması :** Genel olarak bilinmektedir ki, yerel halk kendi yöresi ve çevresi ile ilgili olarak bölgenin, gelecekteki gelişmeye yönelik gerçek ihtiyaçlarının neler olduğu konusunda merkezi yönetime nazaran daha gerçekçi, ilgi çekici ve daha açık, anlaşılır düşüncelere sahiptir.

Bu nedenlerden dolayı, yörenin gelecekte öngörülen gelişme düzeyine yönelik olarak oluşturulacak planlama ve politikalarda, yerel halkın arzularını, ihtiyaçlarını, görüşlerini ve potansiyelini uygulamalara dahil etmek zorunlu olmaktadır.

## **2.2 Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Yönelik Ekonomik Etkilerini Ölçme Yöntemleri**

Turizmin Ekonomik Etkilerini Ölçme Yöntemleri 1970’li yıllardan itibaren birçok ekonomi araştırmacısı ve yazarı, turizm sektörünün var olmasıyla birlikte ortaya çıkan turizmle ilişkili işlerin yöresel, bölgesel ve ulusal ekonomilerde yeni ekonomik karlılıkların yaratıldığını ifade etmektedirler<sup>97</sup>.

Söz konusu bu yeni gelirler başlangıçta miktar olarak kısıtlı olmakla birlikte, turist harcamalarının artması ile giderek çoğalarak turistik yatırımcıların hammadde satışlarını ve diğer girdilerini olumlu yönde etkiler.

Turizmin kazanç olarak görülen tipik sonuçları, ev sahibi yöreye yönelik yeni iş ve gelir yaratma özellikleridir. Turizmin bu olumlu etkileri, turizmle ilgili işlerden direkt olarak kaynaklandıkları için “doğrudan” yada “temel” etkiler olarak nitelendirilmektedir. Diğer taraftan, elde edilen bu yeni gelirlerin bölgede üretilen diğer mal ve hizmetlere yönelik harcanması yoluyla yeni gelirler yaratılır ve bu durum da genel olarak “ikincil” yada “dolaylı” etkiler olarak nitelendirilmektedir.

Turizmin bir bölgeye yönelik ekonomik faydasının miktarı, birçok faktöre bağlıdır. Bölgeye gelen turistlerin hizmetine sunulan ürünlerin aynı bölgenin kaynaklarının kullanımı ile üretilme oranlarının yüksekliği turizmin ekonomik etkilerini çoğaltırken, turistlere sunulan ürünlerin ithal edilme oranlarının yüksekliği bu etkileri olumsuz yönde etkileyecektir.

Turizmin bir bölgeye yönelik ekonomik etkileri birçok sektörü ilgilendirdiği için, oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir ve bu etkileri ölçme konusunda çok çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Ancak bu noktada seçilecek metodoloji, sonuçta araştırmanın ana amacıyla belirlenecek ve çalışma için uygun olanaklar, zaman baskısının araştırmacılar üzerindeki yanıtıcı etkisi, bölgelerin özelliğine göre veri toplama zorluğu ve sorgulanacak ekonominin yapısı gibi konuları içeren geniş bir sahayı kapsayacaktır.

Turizmin ekonomiye katkıları konusunda araştırmalar yapanlar bu konuda bilgi elde etmek için genel olarak dört değişik yöntemden yararlanırlar bu yöntemler şu şekildedir.<sup>98</sup>

**1. Turist Harcamalarının Doğrudan Gözlemlenmesi;** Turistleri gittikleri yörelerde izlemek ve onların harcamalarını kaydetmek turizmin ulusal gelir ve ekonomiye katkısını hesaplamak konusunda kesin verilerin elde edilmesini sağlayabilmektedir. Bu yöntem yerinde ya da seyahat sonrası turistler üzerinde yapılan araştırmalara (sayım yada daha çok örnekleme) dayanmaktadır. Bu araştırmalar uluslararası çıkış noktalarında, örneğin hava alanlarının çıkış kapılarında yapıldıklarından genellikle “çıkış kapısı yöntemi” olarak bilinmektedir. Ancak, bu yöntemin bütün turistlere uygulanması hemen hemen olanaksızdır ve belirli bir grup için yapılan gözlemlerin de tüm turistlere genelleştirilmesi yanlış sonuçlar verebilmektedir.

**2. Doğrudan Gözlem ve Turizm Gelirlerinin Kaydedilmesi;** Turizm ile ilgili işletmelerin tüm satış rakamlarını bir araya getirerek turizmden elde edilen toplam gelirler hesaplanabilir. Bu bilgi, doğrudan satış noktalarında satışların gözlemlenmesinden çok, vergi dairelerinden ve ticaret bakanlığı kayıtlarından elde edilebilir. Ancak bu yöntemde, turizm sektöründe seyahat ve taşımacılıkla ilgili

<sup>97</sup>William R. Eadington and Milton Redman, (1991), “Economics and Tourism”, **Annals of Tourism Research** Vol.18, s. 42

<sup>98</sup> İçöz, Kozak , **Ön.Ver.** s.276

alanlardan elde edilen verilerin doğru olarak belirlenmesine rağmen, eğlence, rekreasyon, konaklama ve benzeri alanlardan elde edilen verilerin her zaman doğru ve kesin olmayacağı kanısı bulunmaktadır. Çünkü bu işletmeler turistlere satılan ürünlerle, turist olmayanlara satılan ürünleri ayıramamaktadır.

**3. Alan Araştırmaları;** Seyahat süresince ve turistik bölge içinde örneklemeyle dayalı alan araştırmaları turizm alanında oldukça sık kullanılmaktadır. Bu araştırmalarda ülkeye/bölgeye giriş kapılarında turistlere yönelik anketler uygulanmaktadır. Bu araştırmalar özellikle uluslararası turizm alanında uygulandığında daha iyi sonuçlar alınmaktadır. Belirli guruplar yada örnekler üzerinde yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçlar daha sonra toplam turist rakamları ile genelleştirilmektedir. Ancak iç turizmle ilgili araştırmalarda bu yöntemin uygulanması oldukça zordur. Çünkü iç turistlerden elde edilen veriler, iç turist sayısının tam olarak belirlenememesi nedeni ile ancak tahmin edilerek genelleştirilmektedir.

**4. Tüketici Araştırmaları;** Genel tüketici harcamalarının bir araya getirilmesi ve turizm harcamalarının bu rakamlardan düşürülmesi ile turist gönderen bölgelerdeki kişilere yönelik araştırmalar yapılarak turistlerin harcamalarının tahmin edilmesi de kullanılan bir başka yöntemdir. Vergi kayıtlarından elde edilen iş turizmi ile ilgili harcamaların da birleştirilmesi ile turist gönderen bölgelerdeki toplam turizm harcamaları konusunda güvenilir veriler elde etmek olanaklıdır.

Bir bölgeye yönelik turizmin ekonomik etkilerinin ölçümü için kullanılan en yaygın model “girdi-çıkıtı“ analizleri olmakla birlikte 1960’lı yıllarda Johansen I. tarafından geliştirilen “genel denge hesaplamaları” (computable general equilibrium) bu modele bir alternatif oluşturmaktadır.<sup>99</sup>

<sup>99</sup>Deying Zhou, Jhon F. Yanagida ve diğerleri, (1997), “Estimating Economic Impacts From Tourism” *Annals Of Tourism Reaserch*, Vol.24 ss.76-84

### ***Girdi-Çıktı Analizleri (Input-Output Modeli)***

Girdi-çıktı analizlerinin ilk uygulayıcılarından birisi 1969 yılındaki “The Importance of 1967 Tourism to Missouri” adlı makalesinde yayınladığı çalışmasıyla F.Harmston olmakla birlikte bu yöntemin tekniklerini geliştirerek yaptığı araştırmalarla söz konusu yöntemin yaygınlaşmasını sağlayan H. Brain Archer olmuştur.<sup>100</sup>

Girdi-Çıktı Analizinde bir matris oluşturmak için aşağıdaki işlemler yapılır,<sup>101</sup>

- Ekonomideki endüstrilerin veya sektörlerin tanımlaması,
- Her sektörün toplam çıktısını, çıktıların nerelere gittiğinin (diğer sektörlere mi? yoksa tüketime mi?) ayrıntılı olarak belirlenmesi.
- Diğer sektörlerden sağlanan toplam girdinin ve özellikle çıktıda marjinal bir artış sağlamak için diğer sektörlerden hangi marjinal girdilere ihtiyaç olduğunun belirlenmesi.

Girdi-çıktı analizinde kullanılan tekniklerin diğer tekniklerle karşılaştırıldığında önemli sayıda avantajları bulunmaktadır<sup>102</sup>

İlk olarak, genel ve dengeli bir yaklaşımla planlamacılara ekonominin geniş bir görüntüsünü verir. İkincisi, ekonomide bulunan sektörler arası bağımlılıklara dikkati çekmesidir. Üçüncü önemli avantajı ise, girdi-çıktı analizinin esnekliğidir. Bu özellik araştırmacılara uyguladıkları modelin yapısının amaca uygun olarak değiştirebilme olanağını tanımaktadır. Model, varsayımlarının oluşturulmasında

<sup>100</sup> Toh Min Heng And Linda Low, (1990), “Economic Impact of Tourism In Singapore” *Annals of Tourism Research* Vol. 17 s. 255

<sup>101</sup> İçöz, Kozak, **Ön.Ver.** s.263

<sup>102</sup> John E. Fletcher, (1989), “Input-Output Analysis and Tourism Impact Studies”, *Annals of Tourism Research* , s.513-514

karşılaşılabilecek teknik zorluklarla ilgili olarak araştırmacılara başlangıçta görünürde olmayan ancak ihtiyaç duyulan bazı detayları oluşturma olanağı da tanımaktadır.

Örneğin; Turizm açısından önem taşıyan bazı sektörler, planlamacıların uyguladıkları politikaların yansımalarını ölçme aşamasında zorlanacakları oranda, birbirlerinden farklı biçimlerde ve bağımsız olarak üretim yapmaları durumunda yada üretim tarzları açısından bir küme oluşturan sektörlerde yapılan üretim tarzı, uygulanan modelin yönetilebilir olması ve gereksiz bilgilerin en aza indirilmesini olumsuz yönde etkileyecek oranda geniş detaylara sahip oldukları durumlarda girdi-çıkıtı modelinin esnek yapısı araştırmacıların bu sorunların üstesinden gelmesine olanak tanımaktadır. Turizmin bir bölgeye yönelik etkilerinin en doğru yansımaları elde edebilmek ancak bu özellikleri taşıyan bir modelin oluşturulması ile mümkün olabilmektedir.

Dördüncü özellik, girdi-çıkıtı analizinin içeriğinin, kullandığı tekniği tarafsız bir politika yapısına sahip olmasına olanak vermesidir. Son olarak girdi-çıkıtı analizi araştırmacılara, turizmin etkilerinin doğrudan, dolaylı ve uyarılmış olmak üzere üç düzeyinin incelenmesi olanağını tanıır.

### ***Genel Denge Hesaplamaları***

Genel Denge Hesaplamaları GDH, 1960'lı yılların başlarında Jhonsen tarafından geliştirilmiştir ve turizmin ekonomik etkilerinin hesaplanmasında, girdi-çıkıtı analizlerine alternatif bir uygulama aracıdır. Bu model, üretim yapıları, çeşitli gelir grupları ve talep biçimleri arasındaki ilişkileri incelemektedir.<sup>103</sup>

Bu modelin tekniği uluslar arası ticaret, ekonomik gelişme, halkın finans gücü, makro ekonomi ve gelişmekte olan ülkelerdeki doğal kaynaklar, vergilendirme gibi araçları kullanmaktadır.

<sup>103</sup> Deyin Zhou, Jhon F. Yanagida ve diğ. **Ön.Ver.**, s.76

Gelişen bilgisayar teknolojisi ve kullanılan verilerin genişliği, sosyal hesaplama matris'leri SHM olarak bilinen geniş bir veri kümesinin formilasyonunu zorunlu kılmaktadır. Sosyal hesaplama matris'leri ekonominin çeşitli ünitelerine yönelik üretim akışlarını, gelir ve harcama akışlarını özel bir şekilde hesaplayan bir süreci kapsamaktadır.

SHM, GDH tarafından ihtiyaç duyulan ana veriyi oluşturmaktadır ve bu matris'in arkasındaki temel prensip gelir ve harcamaları dengede tutacak çifte kayıt muhasebe sistemi olmaktadır.

### *Çarpan Modelleri*

John E. Fletcher turizmin ekonomik etkilerini ölçme yöntemleri ile ilgili yaklaşımları şu şekilde sıralamaktadır.<sup>104</sup>

İlk olarak basit ve kabaca bir yaklaşım, turizmle ilgili otel işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri gibi işlerden elde edilecek gelirler, işgücü sayısı, satışlar, karlar v.b. gibi verilerle gayri safi milli hasıla, ulusal istihdam vb. ekonomik göstergelerin karşılaştırılması olmaktadır. Ancak bu çeşit bir yaklaşım turizmin etkileri konusunda kısmi bir görüntü ortaya koyacaktır ve büyük bir olasılıkla planlamacıların yanlış kararlar vermesine neden olacaktır.

İkinci bir yaklaşım daha sofistike yaklaşım olan maliyet-kar analizleri gibi yöntemleri kullanmaktır. Ancak bu teknik yaklaşımla da istenilen sonuçlara ulaşma oranı sınırlıdır ve bu yöntemin kuruluş aşamasında birkaç kesin varsayım oluşturulmalıdır. Bu yöntemin sonucunda araştırmacılar turizmin ekonomik etkilerinin genişliği ve bütün ekonomi üzerindeki etkileri konusunda geniş bir bakış açısına sahip olacaklardır.

---

<sup>104</sup> Fletcher, **Ön. Ver.** s. 516

Üçüncü bir yaklaşım ise H. Brain Archer tarafından da önerilen çarpan modellerinin oluşturulmasıdır.<sup>105</sup> Bu modeli geliştirenler fayda-maliyet analizlerinin bazı araçlarını elimine ederken, yapılacak analizlere uygun olan araçları ise seçerek bir araştırma modeli oluşturmuştur ve söz konusu yöntemlerin çatısını girdi-çıkı analizleri oluşturmaktadır. Turizmle ilgili çarpanları şu şekilde sıralamak mümkündür.<sup>106</sup>

- Gelir çarpanı (income multiplier),
- İstihdam çarpanı (employment multiplier),
- İşlemler çarpanı (transaction multiplier),
- Çıktı çarpanı (output multiplier)
- Sermaye ya da varlıklar çarpanı (capital or asset multiplier)

**Gelir Çarpanı:** Gelir çarpanı, birçok tüketim kalemine yönelen turist harcamalarının miktarını ölçer.<sup>107</sup> Birçok araştırmada çeşitli ölçüm teknikleri kullanılmakla birlikte, hepsinin kullandığı metodoloji turizmden kaynaklanan gelir akışlarının rahatça belirlenmesi yada tahminlenmesi konusu ile ilgilidir.<sup>108</sup> Bu yöntem çarpan modellerinin en önemlisi olup uluslararası ve yerel turizm hareketlerinin ülke, bölge ve yöre ekonomilerine ve turist kabul eden bölge insanların gelirlerine yaptığı olumlu katkıları tahminler. Turizm sektöründen elde edilen doğrudan gelir artışının yeniden harcanması sonucu yaratılan dolaylı ve uyarılmış gelirlerin doğrudan elde edilen gelirlere oranı ise “gelir çarpanı” olarak adlandırılmaktadır.

**İstihdam Çarpanı :** Bu yöntem, bir bilgeye yönelik yerli ve yabancı turist akımlarının yarattığı yeni iş olanakları ile artan işgücü talebini ve yaratılan yeni iş olanaklarını ölçmek için geliştirilmiş ve bir çok araştırmacı tarafından birçok bölgede

<sup>105</sup> H. Brain Archer. (1982). “The Value of Multipliers and Their Policy Implications” *Tourism Management* ss.236-241

<sup>106</sup> İçöz, Kozak, **Ön. Ver.** s. 257

<sup>107</sup> Stephan Whanhill, (1994), “The Measurement of Tourist Income Multipliers” *Tourism Management*. Vol.15. s.281

<sup>108</sup> Rebecca L. Jhonson, Eric Moore, (1993), “Tourism Impact Estimating” ,*Annals of Tourism Research* Vol.20. s. 280



uygulanmıştır (Archer and Shea,1977; Baum, 1991; Archer 1995).<sup>109</sup> Çeşitli bölgelerde turizmin gelişmesiyle turizm alanında artan yatırımlar, istihdam hacmini arttıracak ve bu artış sonucu iş bulan elemanların gelirlerini tekrar harcamaları sonucu da tüketim malları sanayiindeki istihdam hacminin artmasına neden olacaktır. Bu süreç sonucu istihdamda meydana gelen toplam artışın bu artışa yol açan ilk istihdamdaki artışa olan oranına “istihdam çarpanı” adı verilmektedir.

***İşlemler Çarpanı*** : Turizm harcamalarıyla birlikte satış gelirlerinin artması ile canlanan iş faaliyetlerinin hacmi arasındaki ilişkiyi analiz eder. Bu çarpan işletmelerin elde ettikleri net gelirle değil satışlarla ilgilidir. Bu nedenden dolayı da ekonomide artan işlem hacmini gösterir.

***Çıktı Çarpanı*** : Bu yöntemde işlemler çarpanına benzemektedir. Ancak bu çarpanın farkı, çıktı çarpanının tüm mal ve hizmetlerin satış değerinden çok üretim değerini kapsamasıdır ve dolayısıyla ekonomideki stoklara yapılan net katkıları hesaplar. Bu çarpan aynı zamanda marjinal turistik tüketim harcamasının ekonomideki çıktı düzeyinde yarattığı artışı ölçmek için kullanılır.

***Sermaye Yada Varlıklar Çarpanı*** : Bu çarpan hem turizm yatırımları hem de turizm harcamalarıyla ilişkili olabilmektedir. Bu yöntemde ekonominin tüm varlık stoklarındaki artışların değerlendirilmesi söz konusu olabilmektedir. Eğer bir ekonomideki bütün tasarruflar çok iyi işleyen bir sermaye piyasası sayesinde yatırımlara dönüşüyorsa, marjinal tasarruf eğilimi gelir artışında ve çarpan katsayısının belirlenmesinde en önemli unsur durumuna gelmektedir.

### ***Bölgesel Harcama Modeli***

Çalışmanın önceki bölümlerde vurgulandığı üzere turizmin ekonomik etkilerinin tahminlenmesinde kullanılan birçok yöntem bulunmaktadır ve bu yöntemlerin kullanılması ise yüksek maliyetler gerektirmektedir. Bu noktada yöresel

<sup>109</sup> Stephen Wanhill. **Ön.Ver.** ss281283.

kuruluşlara yada araştırmacılara daha düşük maliyetlere neden olacak ve turizmin etkileri konusunda temel bilgiler aktaracak bir yöntem ihtiyacı bulunmaktadır. İşte bu yöntemlerden bir tanesi 1974 ve 1981 yıllarında sırasıyla Frechtling ve Wassenaar tarafından geliştirilen teknikler üzerine kurulu “bölgesel harcama modeli” dir.<sup>110</sup>

Yöresel harcama modelinin çeşitli versiyonları birçok şehir yada yerleşim biriminde kullanılmaktadır. Söz konusu model turistlere uygulanan anketler sonucu elde edilen verilerle konaklama işletmelerinden toplanan veriler üzerine kurulmuştur. Bu durumun iki nedeni bulunmaktadır. Birincisi, turist harcamalarının en büyük dilimini oluşturan kitlenin konaklama işletmelerini kullanan kişiler olması, ikincisi ise, konaklama işletmelerinin turist olup olmadıkları en az tartışılan kitleye hizmet veriyor olmasından kaynaklanan özelliklerinden dolayı, bu işletmelerden elde edilecek verilerin en az şüpheli ama en fazla güvenli ve uygulanabilir bir teknik olmasıdır.

Ancak, bölgesel harcama modeli yaklaşımının da bazı sorunları bulunmaktadır. Örneğin; günübirlikçi ziyaretçilerin yaptıkları harcamalar dikkate alınmamaktadır. Bu sorunu giderme yöntemi ise, ana turist kitlesinin yaptığı harcama miktarını tahmin eden ve bu kitle içindeki günübirlikçi turistlerin yüzdesini belirleyen uygun bir araştırma yapılmasıdır. Diğer bir sorun ise araştırmada sadece konaklama işletmelerinin verilerini kullanmak ve akraba yada arkadaş yanında kalmayı tercih eden ziyaretçilerin dikkate alınmamasıdır. Bu sorun da ancak, uygun bir araştırma ile akraba ve arkadaş yanında kalan ziyaretçilerin yüzdesinin belirlenmesi ile aşılabilecektir.

Bu yöntem, sadece turist kabul eden varış noktası niteliğindeki yörelerde yapılan turist harcamalarını tahmin etmektedir. Hava yolları, kara araçları gibi ulaşımaya yönelik yapılan harcamalar dikkate alınmamaktadır. Ancak bu durum bir eksiklik olarak nitelendirilmemelidir. Çünkü bu yöntem, sadece turist varış

<sup>110</sup> Brain H. Archer, (1995 ), *Tourism Analysis: A Handbook Impact and Evaluation Methods*, ss.274-280

noktalarına uygulanmak için şekillendirilmiştir. Ancak, bu noktada turistlerin toplam harcamalarının değerinin varış noktasında yaptıkları harcamalardan çok daha yüksek olduğu unutulmamalıdır.

Sonuç olarak yöresel harcama modeli brüt doğrudan geliri, turizmin doğrudan gelir etkisini tahmin etmektedir.



## **BÖLÜM III**

### **TURİZMİN BÖLGESEL EKONOMİK ETKİLERİNİN ÖLÇÜLMESİ VE ALANYADA BİR UYGULAMA**

#### **1 Çalışmanın Amacı ve Kapsamı**

Bu çalışmanın temel amacı, turizm olayının ekonomik boyutlarını vurgulayarak ülkelerin, bölgelerin ve yörelerin ekonomik açıdan gelişmelerine verdiği katkıyı incelemektir. Bu temel amacın yanında mevcut durumun tespitinin yapılarak turizmin, dünyadaki çeşitli yörelerde ölçülmüş etkileri incelenerek özellikle gelişmekte olan ülkelerin bütçe açıklarını kapatma çabalarında ihtiyaç duyduğu döviz girdileri ile sürekli artan nüfuslarına yeni iş olanakları yaratma konusunda yaptığı etkiler incelenmiştir.

Bu amaç kapsamında ülkemizde, özellikle 80'li yılların ikinci yarısından sonra önemli gelişmeler yaşayan turizm sektörünün Türkiye ekonomisine yaptığı olası katkıları vurgulamak amacıyla seçilen bir turistik yörede yapılan araştırma sonucu elde edilen veriler değerlendirilerek, turizmin o yöre ekonomisine yaptığı etkiler ölçülmüştür. Bu noktada, turistlerin tatilleri süresince konakladıkları yöre sınırları içinde yaptıkları harcamaların boyutları, bu harcamalarının yönlendiği sektörler, sektörlere göre harcama oranları değerlendirilmiştir.

#### **2 Çalışmanın Varsayım ve Sınırları**

Çalışmamızda uygulanacak ölçüm yöntemi sonucu belirlenen turizmin ekonomik katkılarının yörelerin ekonomik gelişime sürecindeki etkileri vurgulanarak, ülkemizde turizm kaynaklarına sahip yörelerin doğal ve kültürel değerlerinin korunması şartıyla geliştirilecek turizm yatırımları ile, ekonomik ve

sosyal açıdan çağın gerektirdiği düzeye ulaşmalarının mümkün olduğu varsayımı desteklenecektir.

Ancak bu noktada, Türkiye’de verilere ulaşma güçlüğü ve ekonomik kısıtlılıklar çalışmamızın kapsamını sınırlandırmıştır. Örneğin, turist harcamalarının olası istihdam etkilerini ölçmek için, harcamaların yönlendiği sektörlerdeki satış/ücret oranlarına ihtiyaç duyulmaktadır ancak bu mümkün olmamıştır.

### 3 Çalışmanın Yöntemi

Çalışma; kuramsal analiz, mevcut durumun incelenmesi, bir model uygulaması ve sonuçları içeren toplam üç bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci ve ikinci bölümleri, kütüphane ve dokümantasyon çalışmalarına dayanmaktadır. Bu bölümlerde, turizmin ekonomik boyutları incelenmiş daha sonra bölgesel kalkınma teorileri ve yöntemleri incelenerek turizmin yöresel ekonomik etkileri üzerinde durulmuştur.

Çalışma, Antalya ilinin Alanya ilçesi belediye sınırları içinde faaliyet gösteren her kategorideki konaklama işletmesi (tatil köyü, otel, pansiyon vb.) ile, bu işletmelerde konaklayan turistleri temsil edecek sayıda konaklama işletmesi ile ziyaretçileri kapsamaktadır. Yapılan çalışma Mayıs, Haziran, Temmuz ayları olmak üzere üç ayı içermektedir. Bu kapsam içinde turist harcamalarının yönlendiği kategoriler ile bu harcamaların yol açtığı üç aylık ekonomik faydalar (gelirler) ölçülmüştür. Araştırma sonuçlarını değerlendirmek için gerekli olan diğer veriler (Yörenin turistik envanteri) yetkili resmi kuruluşların , (Alanya Sanayi Odası) kayıtlarından elde edilmiştir.

Çalışmada kullanılan modelin ( Bölgesel Harcama Modeli ) Aşamaları şu şekildedir;

i- İncelenen coğrafi bölgenin (Alanya) sınırları belirlenerek, bölgede bulunan bütün konaklama tesislerinin envanteri çıkarılmıştır. Bu envanterde, bölgedeki tüm konaklama tesisleri yer almaktadır.

ii- Söz konusu bölgede, örnekleme yöntemiyle seçilen konaklama tesislerine yönelik yapılan anket uygulamasında aşağıdaki bilgiler toplanmıştır:

- a. Ortalama oda sayısı
- b. Oda başına düşen ortalama müşteri sayısı
- c. Ortalama doluluk oranları
- d. Ortalama kalış süresi
- e. Ortalama oda fiyatı

iii- Elde edilen veriler sonucunda aşağıdaki hesaplamalar yapılmıştır:

a. Üç aylık toplam oda sayısını elde etmek için, her bir kategorideki toplam oda kapasitesi ortalama doluluk oranı ile çarpılmıştır. Bu hesaplamada, tesisin faaliyette olduğu süre dikkate alınmıştır. (90 gün)

b. Her kategoride üç aylık ortalama oda sayıları ile oda fiyatları çarpılarak, müşterilerden elde edilen üç aylık gelirler belirlenmiştir.

c. Üç aylık toplam oda sayısı ile oda başına düşen ortalama kişi sayısı çarpılarak, toplam geceleme sayısı elde edilecektir.

d. Geceleme sayıları ortalama kalış sürelerine bölünerek, her bir kategorideki üç aylık toplam ziyaretçi sayısı elde edilecektir.

iv- Böylelikle aşağıdaki bilgilere ulaşılmış olacaktır:

- a. Çeşitli tesis türlerinde kalan toplam ziyaretçi sayısı,

b. Konaklama türü dikkate alınmaksızın, geceleyen ziyaretçilerin, toplam sayısı,

c. Konaklamaya yapılan toplam harcama.

v-Tesislerde konaklayan müşterilere harcama kalemlerini ve miktarını belirlemek amacıyla turistlere yönelik bir anket uygulanmıştır. Belirlenen harcama kategorileri ise şunlardır:

- Konaklama
- Yiyecek-içecek
- Rekreasyon-Animasyon (Eğlence)
- Yöresel Ulaşım (taksi, dolmuş, oto kiralama, v.b.)
- Giyim
- Diğer (hediyelik, bakkaliye, v.b.)

Uygulanan anket sonucu belirlene her bir kategoriye yönelik harcama miktarı kullanılarak, toplam harcamalarla konaklama harcamalarının oranları (rasyolar) belirlenmiştir. Elde edilen oranlar kullanılarak, toplam konaklama harcaması ile her bir harcama kategorisi çarpılarak Alanya ilçesinde, turistlerin 90 gün süresince yaptıkları harcamaların harcama kalemlerine dağılımları ve sektörün bütünündeki doksan günlük toplam turist harcamalarına ulaşılmıştır.

Çalışma sonucu elde edilen veriler Alanya ilçesinde bulunan konaklama işletmelerinin bütün kategorilerinde ayrı ayrı değerlendirilmiş ve sonuç olarak turistlerin Alanya ilçesinde hangi harcama kategorisine ne kadar para harcadıkları tahmini olarak ölçülmüştür.

#### **4 Alanya İlçesi Hakkında Elde Edilen Veriler**

Alanya ilçesine yönelik yapılan araştırma sonucu elde edilen veriler ve bu verilerin değerlendirilmesi şu şekildedir;

#### 4.1 Alanya İlçesi'nin Coğrafi Özellikleri ve Tarihi

Alanya, Akdeniz Bölgesi'nin Antalya ili sınırları içinde ve aynı adı taşıyan körfezin doğu kısmında, 36 derece 33 dakika kuzey enlemi ve 32.01 derece doğu boylamı üzerinde bulunmaktadır.

**İklim** : Alanya ilçesinde tipik bir Akdeniz iklimi hüküm sürmektedir. Bu iklimin özelliği, kışlarının yağışlı ve nemli, yazlarının ise sıcak ve kurak olmasıdır. ayrıca bulunduğu yer itibarıyla da diğer yörelerden farklı bir özellik taşımaktadır. Alanya'nın doğu, kuzey ve batısının yüksek dağlarla çevrili olması ve bu üç ana yönden gelen rüzgarların bu dağlar tarafından engellenmesi, bir çok bitki türünün bu yörede yaşamasına olanak sağlamaktadır.

Alanya ilçesinin yıllık ortalama sıcaklık derecesi 19 'dur. Yılın en sıcak ayı ortalama 27 derece ile ağustos ayı olurken, en soğuk ayı ise ortalama 12 derece ile Ocak ayıdır. Deniz suyu sıcaklığı ortalamaları ise aylara göre şöyledir: Ocak 17, Şubat 16.1, Mart 16.3, Nisan 17.9, Mayıs 21.1, Haziran 24.2, Temmuz 27.1, Ağustos 28.2, Eylül 26.9, Ekim 24.4, Kasım 21.3, Aralık 18.4 derecedir.

Alanya, ülkenin en fazla yağış alan yörelerinden birisidir. Kış mevsiminde şiddetli yağmurların görüldüğü yörede ortalaması yüksek yağmurlu günlerin sayısı 3-3.5 ayı bulmaktadır. Yaz ayları ise oldukça kurak geçer ve Ağustos ayında genellikle hiç yağmur görülmez.

**Tarihçe** : Alanya'da ilk yerleşim izlerinin 1957 yılında Prof.Dr. Kılıç Kökten'in bu günkü adıyla Kadı İni Mağarasında yaptığı araştırma sonuçlarına göre tarih öncesi devirlere kadar uzandığı bilinmektedir. M.Ö. XIV. Yüzyılın ilk yarısında, Hititlerin bu bölgeye kadar gelerek Kilikia ve Pamphliya'yı kendilerine bağladıkları görülür.

M.Ö. 224-188 yılları arasında bütün Kilikia Büyük Antiochus tarafından istila edildiği halde, Alanya'nın kuşatılması ve alınmasının zorluğu nedeniyle



bağımsızlığını korur. M.Ö. 103 yılında Antonius tarafından ele geçirilen yöre Romalıların hakimiyetine geçer. Romalılar, Cesar'ın ölümünden sonra Kilikia yöresinin yönetimini Antonius'a verirler. Antonius'da Coracesium'u (Alanya) Mısır Kraliçesi Kilopatra'ya evlilik hediyesi olarak verir. M.S. VII. yüzyıla kadar önemini koruyan Coracesium Bizanslılar döneminde "güzel dağ" anlamına gelen Kolonoros adını alır. Daha sonra selçuklu yönetimine geçen Kolonoros Alaiye adını alır. Fatih döneminde Osmanlı hakimiyetine geçen Alaiye'nin adı Cumhuriyet döneminde Mustafa Kemal Atatürk tarafından Alanya olarak değiştirilir.

#### 4.2 Alanya İlçesinin Turistik Değerleri

Yaklaşık 1600 kilometre karelik Alanya ilçesi sınırları içinde turizm açısından değerlendirilebilecek ve yerli ve yabancı turistlere iklimi ve kumsalları dışında çekici gelebilecek birçok antik kent ve mağara bulunmaktadır.

*Leatres-Learti* : Alanya ilçe merkezine yirmi iki km. uzaklıkta Cebeli Reis Dağı'nın 900 metre yüksekliğinde doğu, batı ve güney yönleri büyük uçurumlarla çevrili bir tepe üzerine kurulmuştur. Bugün bu antik şehirle ilgili olarak Trayan ve İmparatoriçe Herennia Etruscill adlarına paralar basıldığı bilinmektedir. M.S. I. yüzyıla III. yüzyıl arasında en parlak devrini yaşayan kent, Zeus-Megistos, Apollon ve Caesar'a ait tapınaklara sahiptir.

*Syedra* : Syedra Kenti bugünkü Kargacık ve Seki köylertinin sınır teşkil ettiği bir tepede kurulmuştur. Alanya merkezine uzaklığı 20 kilometredir. Bu kentin, M.S. 138-161 yılları arasında Marcus Aurelius ve Antonius adlarına basılan paralardan ve gerekse bu yörede karşılaşılan yazıtlardan bir roma devri kalıntısı olduğu bilinmektedir.

*Iotape* : Halk arasında aytap olarak bilinen Iotape şehri Alanya'nın 30 km. doğusundadır. Bugünkü Akdeniz sahil yolu bu roma devri kent kalıntısının tam ortasından geçmektedir. Kral Antichus'un karısı Iotape'nin anısına kente bu adın verildiği bilinmektedir. İlerleyen yıllarda, özellikle Roma imparatoru Traianus (M.S.

98-117) zamanında kendi adına çeşitli paralar bastırmıştır. Kentin 50-100 metre ebatlarında doğal bir limanı vardır.

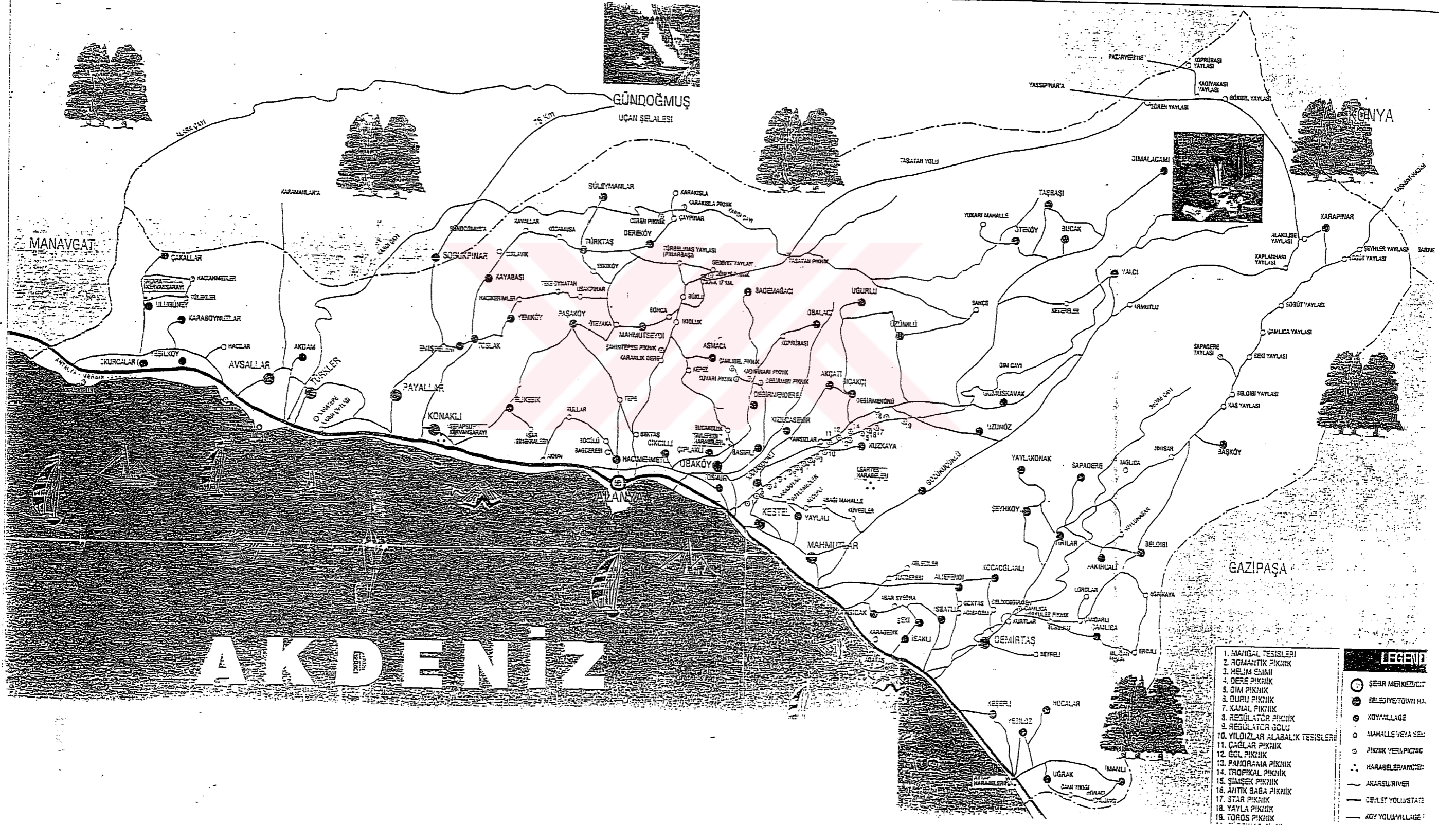
***Damlataş Mağarası*** : Birinci zamanda permien devrine ait yarı-kristalize kalker içinde bulunan, sarkıt ve dikitleriyle ünlü olan mağara'nın atmosferinin astım hastalarına iyi geldiği söylenmektedir. Birçok yerli ve yabancı turistin ilgisini çeken mağaranın bir başka özelliği, Alanya'ya yönelik ilk turistik hareketlerin başlamasını sağlamasıdır.

***Has bahçe Mağarası***: Şehre 4 kilometre uzaklıkta bulunan mağara henüz turizm amaçlı kullanılmamakla birlikte ilginç sarkıt ve dikitleri ve büyüklüğü ile ilgi çekicidir.

***Kadı ini Mağarası***: İlçe merkezinin 15 km. kadar kuzey doğu yönünde bulunan mağara, tarih öncesi çağlara ait kalıntılar bulunan çok eski bir yerleşim yeridir.

***Dim Mağarası*** : İlçe merkezinin 12 km. doğusunda bulunan 1649 metre yüksekliğindeki Cebelireis Dağı'nın Alanya'ya bakan yamacında bulunmaktadır. Turizm açısından önem taşıyan bu mağaranın batıya bakan çok büyük ve geniş bir ağzı vardır. Bu giriş içinde bulunan küçük bir delik mağaranın 350-400 metreye varan uzunluğundaki ana bölümüne geçmeyi sağlamaktadır. Gerek içindeki sarkıt, dikit ve sütunların, gerek havasındaki serinliğin ve gerekse son bölümünü oluşturan gölün varlığı, mağaranın çekiciliğini artırmaktadır.

Şekil 3ol  
Alanya İlçe Haritası



### 4.3 Alanya İlçesinde Yöresel Turist Harcamaları Modelinin Uygulanması

Alanya ilçesinde konaklama işletmeleri yöneticilerine ve konaklama işletmelerinde konaklayan turistlere ayrı ayrı uygulanan anket çalışması sonucunda elde edilen birincil veriler ve Alanya Sanayi ve Ticaret Odasından sağlanan ikincil veriler aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 3.1'de Alanya ilçesinde bulunan konaklama işletmelerinin bir listesi verilmiştir.

**Tablo 3.1**  
**Mayıs 2000 Tarihi İtibarı İle Alanya İlçesi Konaklama Tesisi Sayısı**

TESİS TÜRÜ	MEVCUT KAPASİTE		KAPALI TESİS		TOPLAM ODA
	TESİS	ODA	TESİS	ODA	
TATİL KÖYÜ	4	1457	----	----	1457
OTEL*****	7	1612	1	217	1395
OTEL****	38	8440	2	464	7976
OTEL***	98	10392	6	687	9705
OTEL**	43	2012	11	612	1400
OTEL*	9	249	1	32	217
B.B.OTEL	74	3032	10	412	2620
APART OTEL	27	1696	4	278	1418
B.B.AP.OTEL	189	10252	39	2224	8028
PANSİYON	35	542	---	----	542
<b>TOPLAM</b>	<b>524</b>	<b>39,684</b>	<b>74</b>	<b>4,926</b>	<b>34,758</b>

Kaynak: Alanya Ticaret ve Sanayi Odası

Anket uygulaması 2 Tatil köyü, 4 ; 5 yıldızlı otel, 15; 4 yıldızlı otel, 20; 3 yıldızlı otel, 10; 2 yıldızlı otel, 5; 1 yıldızlı Otel, 10 belediye belgeli otel, 20 apart otel, 15 belediye belgeli apart otel, 10 pansiyon olmak üzere toplam 91 konaklama işletmesi ile 1039 kişiyi kapsamaktadır. (Tablo 3.2 )

**Tablo 3.2**  
**Alanya İlçesi Sınırları İçinde Bulunan ve Araştırmanın Uygulandığı Otellerin Envanteri**

Konaklama kategorisi ve sayıları	Oda sayısı	Toplam oda sayısına oranı %	Ortalama doluluk oranı %	Ortalama oda Ücreti ABD \$	Ortalama oda/kişi sayısı	Ortalama kalış süresi (gün)
2Tatil Köyü	812	8,2	60.7	46.77	2..3	10.01
***** *4 Otel	979	9,7	59.6	44.03	2.1	7.3
**** * 15 Otel	3217	32,2	55.6	28.00	2.1	10.03
*** * 20 Otel	2132	21,2	47.6	24.31	2.0	10.00
** * 10 Otel	483	4,8	52.3	20.43	2.2	9.00
* * 5 Otel	142	1,4	50.2	20.00	2.1	8.05
** 10Otel B.B	383	3,8	35.3	12.45	2.0	3.02
20 Apart Otel	917	9,2	55.4	19.35	2.1	12.00
** 15Apart Otel B.B.	815	8,2	48.6	15.60	2.2	11.07
10 Pansiyon	132	1,3	3.4	5.16	3.1	7.06
<b>Toplam</b>	<b>10.012</b>	<b>100.0</b>	<b>46.87</b>			

\* Her bir(\*) işareti otelin sahip olduğu yıldız sayısını temsil eder.

\*\* B.B. Belediye Belgeli konaklama tesisi.

Tablo 3.2' de verilen ve örnekleme yöntemi ile seçilen konaklama işletmelerinden elde edilen veriler, Alanya ilçesinde bulunan ve halen faaliyetlerini sürdüren konaklama işletmelerine (Tablo 3.1), konaklama kategorilerine göre ayrı ayrı uygulanarak aşağıdaki işlemler yapılacaktır.

1. oda sayısı x doluluk oranı x işletmenin açık olduğu süre = geceleme sayısı işlemi ile, üç aylık geceleme sayısı,
2. geceleme sayısı x üç aylık ortalama oda fiyatı = oda fiyatı işlemi ile, üç aylık oda geliri,
3. geceleme sayısı x Oda başına düşen kişi sayısı = toplam ziyaretçi geceleme işlemi ile, toplam ziyaretçi geceleme,
4. toplam ziyaretçi geceleme / ortalama kalış süresi = toplam ziyaretçi sayısı işlemi ile toplam ziyaretçi sayısı. (Tablo 3.3)

**Tablo 3.3**

**Konaklama Kategorilerine Göre, Geceleme Sayıları, Oda Gelirleri, Ziyaretçi Gecelemeleri ve Toplam Ziyaretçi Sayısı Hesaplamaları**

**Tatil Köyleri:**

1457 oda x 60.7% doluluk oranı x 90 geceleme = 79,596 üç aylık geceleme.  
 79,596 geceleme x 46.77 \$ ortalama oda fiyatı = 3,722,705 \$ üç aylık gelir.  
 79,596 geceleme x 2.3 ortalama oda/kişi sayısı = 183,071 turist geceleme.  
 183,071 turist geceleme / 10.01 kalış süresi = 18,126 turist

**Beş Yıldız Oteller**

1395 Oda x %59.6 doluluk oranı x 90 geceleme = 74,828 üç aylık geceleme.  
 74,828 geceleme x 44,3 \$ ortalama oda fiyatı = 3,314,880 \$ üç aylık gelir.  
 74,828 geceleme x 2.1 ortalama oda/kişi sayısı = 157,139 turist geceleme.  
 157,139 turist geceleme / 7.3 kalış süresi = 21,525 turist.

**Tablo 3.3 devam****Dört Yıldız Oteller**

7976 oda x %55.6 ortalama doluluk oranı x 90 geceleme = **399,119** üç aylık geceleme.

399,119 geceleme x 28 \$ ortalama oda fiyatı = **11,175,332 \$** üç aylık gelir.

399,119 geceleme x 2.1 ortalama oda/kişi sayısı = **838,150** turist geceleme.

838,150 turist geceleme / 10.03 kalış süresi = **81,373** turist.

**Üç Yıldız Oteller**

9705 oda x % 47.6 ortalama doluluk oranı x 90 geceleme = **415.762** üç aylık geceleme. 415,762 geceleme x 24.31 \$ ortalama oda fiyatı = **10,107,174\$** üç aylık gelir.

415,762 geceleme x 2.0 ortalama oda/kişi sayısı = **831,524** turist geceleme

831,524 turist geceleme / 10.00 kalış süresi = **83,152** turist.

**İki Yıldızlı Oteller**

1400 oda x % 52.3 ortalama doluluk oranı x 90 geceleme = **65,898** üç aylık geceleme.

65,898 geceleme x 20.43 \$ ortalama oda fiyatı = **1,346,296 \$** üç aylık gelir.

65,898 geceleme x 2.2 ortalama oda/kişi sayısı = **144,975** turist geceleme.

144,975 turist geceleme / 9 gün, ortalama kalış süresi = **16.108** turist.

**Tek Yıldızlı Oteller**

217 oda x %50.2 ortalama doluluk oranı x 90 geceleme = **9,804** üç aylık geceleme.

9.804 geceleme x 20 \$ ortalama oda fiyatı = **196.080 \$** üç aylık gelir.

9.804 geceleme x 2.1 ortalama oda/kişi sayısı = **20.588** turist geceleme.

20,588 turist geceleme / 8.05 gün ortalama kalış süresi = **2,557** turist.

**Tablo 3.3 Devam.****Belediye Belgeli Oteller**

2620 oda x %35.3 ortalama doluluk oranı x 90 geceleme = 83,237 üç aylık geceleme.

83.237 geceleme x 12.45 \$ ortalama oda fiyatı = 1,036.300 \$ üç aylık gelir.

83,237 geceleme x 2 ortalama oda/kişi sayısı = 166,474 turist geceleme.

166,474 turist geceleme / 3.02 gün ortalama kalış süresi = 55,124 turist.

**Apart Oteller :**

1418 oda x %55.4 ortalama doluluk oranı x 90 geceleme = 40.701 üç aylık geceleme.

70,701 geceleme x 19.35 \$ ortalama oda fiyatı = 1,368.064 \$ üç aylık gelir.

70,701 geceleme x 2.1 ortalama oda/kişi sayısı = 148.472 turist geceleme

148,472 turist geceleme / 12 gün ortalama kalış süresi = 12,373 turist.

**Belediye Belgeli Apart Oteller :**

8,028 oda x %48.6 ortalama doluluk oranı x 90 geceleme = 351.145 üç aylık geceleme

351,145 geceleme x 15.60 \$ ortalama oda fiyatı = 5,477.862 \$ üç aylık gelir.

351,145 geceleme x 2.2 ortalama oda/kişi sayısı = 772.519 turist geceleme.

772,519 turist geceleme / 11.07 ortalama kalış süresi = 69,785 turist.

**Pansiyonlar :**

542 oda x %3.4 ortalama doluluk oranı x 90 geceleme = 1,658 üç aylık geceleme.

1,658 geceleme x 5.16 \$ ortalama oda fiyatı = 8,555 \$ üç aylık gelir.

1,658 geceleme x 3.1 ortalama oda/kişi sayısı = 5140 turist geceleme.

5140 turist geceleme / 7.06 ortalama kalış süresi = 728 turist.

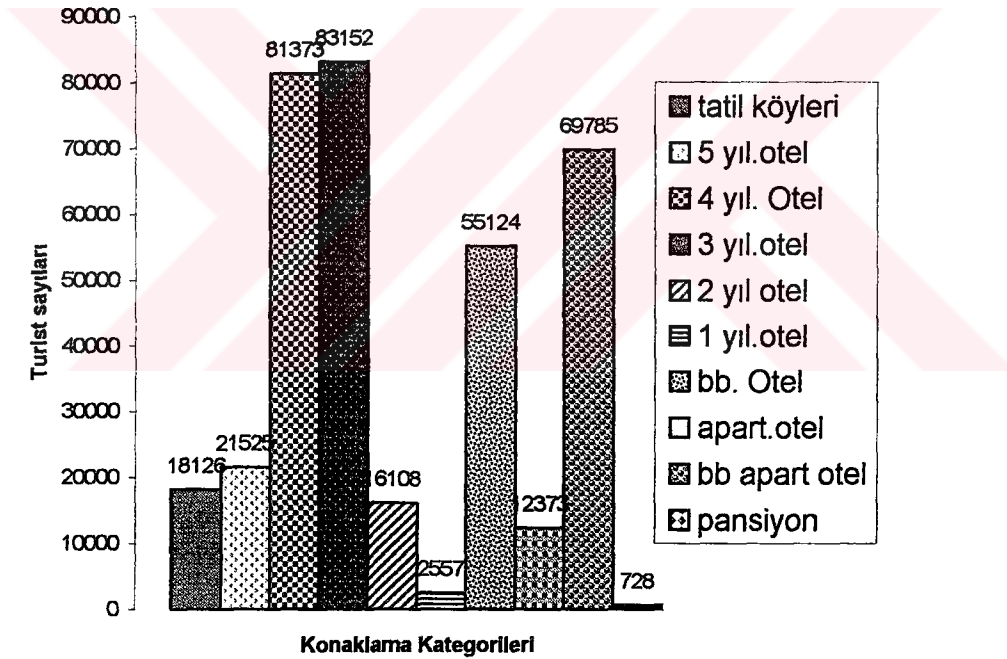


Tablo 3.3' e göre; bütün kategorilerdeki konaklama işletmelerinde toplam olarak;

$18,126 + 21,525 + 81,373 + 83,152 + 16,108 + 2,557 + 55,124 + 12,373 + 69,785 + 728 = \underline{360,851}$  kişi üç aylık dönemde konaklama işletmelerini kullanan toplam turist sayısı olarak hesaplanmıştır.

Şekil 3.2 ' de turistlerin konaklama kategorilerine göre dağılımı verilmiştir

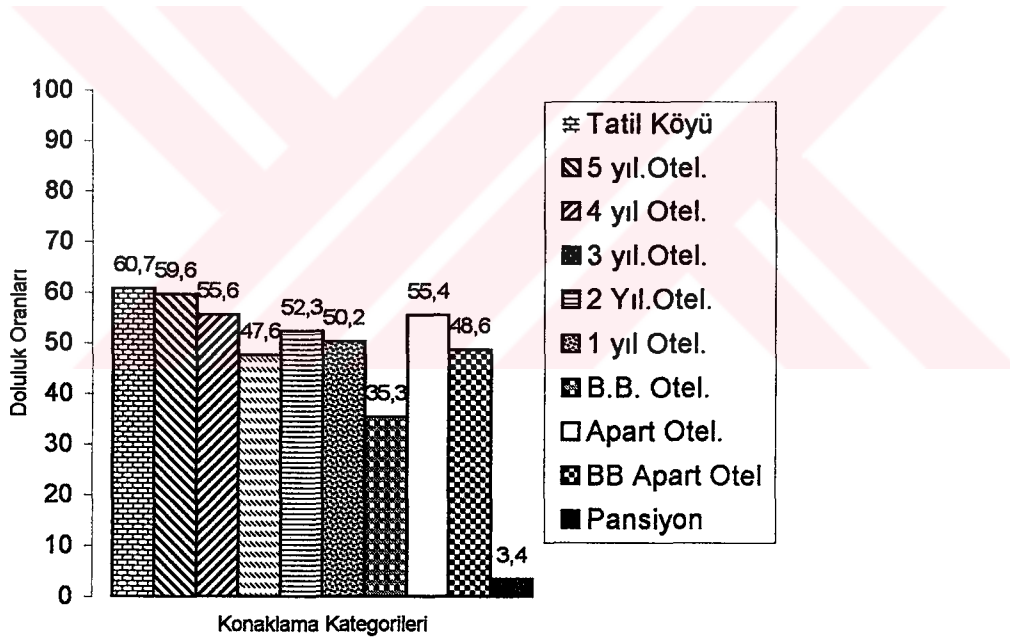
**Şekil 3.2**  
**Toplam Turist Sayısının Konaklama İşletmeleri Kategorilerine Göre Dağılımı**



Şekil 3.7' de görüldüğü üzere üç aylık dönemde ( Mayıs,Haziran, Temmuz 2000) Alanya'da **83,152** kişiyle 3 yıldızlı oteller en fazla turist konakladığı konaklama işletmesi olurken onu sırasıyla, **81,373** kişiyle 4 yıldızlı oteller, **69,785** kişiyle belediye belgeli apart oteller, **55,124** kişiyle belediye belgeli oteller, **21,525**

kişiyile beş yıldızlı oteller, 18,126 kişiyile tatil köyleri, 16,108 kişiyile iki yıldızlı oteller, 12,373 kişiyile apart oteller, 2,557 kişiyile tek yıldızlı oteller ve 728 kişiyile pansiyonlar takip etmektedir. Konaklama İşletmelerinin doluluk oranları dikkate alındığında (Şekil 3.8), 7 aylık sezonun ilk üç ayında, turist sayısı açısından, turizmin istenilen boyutlara ulaşmadığı gözlenmektedir. Alanya ilçesinde temmuz 2000 yılı itibarıyla konaklama işletmelerinin ortalama doluluk oranı %46.87 olarak hesaplanmıştır.

**Şekil 3.3**  
**Alanya İlçesinde Konaklama İşletmelerinin Doluluk Oranları**



Tablo 3.4' de yapılan araştırma sonucu elde edilen verilere göre, çeşitli konaklama işletmelerinde konaklayan turistlerin yaptıkları harcamaların, harcama kategorilerine göre dağılımı verilmiştir.

**Tablo 3.4**  
**Kişi Başına Düşen Ziyaretçi Harcamalarının Konaklama ve**  
**Harcama Kategorilerine Göre dağılımı**

Harcama Kategorileri	Tatil Köyleri ABD \$	***** Oteller ABD \$	**** Oteller ABD \$	*** Oteller ABD \$	** Oteller ABD \$	* Oteller ABD \$	B.B. Oteller ABD \$	Apart Oteller ABD \$	B.B. Apart Oteller ABD \$	Pansiyonlar ABD \$
<b>Konaklama</b>	468	462	280	243	184	161	37	232	173	36
<b>Yiyecek İçecek</b>	169	175	150	130	100	121	118	226	185	98
<b>Yöresel Taşımacılık (Taksi, Oto Kiralama vb.)</b>	33	58	43	37	21	19	17	19	21	12
<b>Eğlence</b>	31	48	37	22	25	20	8	53	33	40
<b>Giyim</b>	123	178	132	128	139	117	7	147	112	32
<b>Diğer (hediyelik, Bakkalıye, Filan, v.b.)</b>	163	210	180	100	105	103	42	124	120	63

Tablo 3.4 'de verilen turist başına düşen her bir harcama kalemi, konaklama harcaması kalemine bölünerek her bir harcama kategorisinin, konaklama harcamasına olan oranı (Rasyo' su) elde edilecektir. (Tablo 3.5)

Örneğin;

Yiyecek- içecek harcaması / konaklama harcaması = yiy.- iç. Oranı (rasyosu)

$$169 / 468 = 0.36$$

Olarak bulunur.



Tablo 3.5  
Harcama Kategorilerinin Konaklama Harcamalarına  
Oranları (Rasyoları)

Harcama Kategorileri	Tatil Köyleri ABD \$	**** Oteller ABD \$	**** Oteller ABD \$	*** Oteller ABD \$	** Oteller ABD \$	* Oteller ABD \$	B.B. Oteller ABD \$	Apart Oteller ABD \$	B.B. Apart Oteller ABD \$	Pansiyonlar ABD \$
Konaklama	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Yiyecek İçecek	0,36	0,38	0,53	0,53	0,54	0,75	3,18	0,97	1,06	2,72
Yöresel Taşınacılık (Taksi, Oto Kiralama vb.)	0,07	0,12	0,15	0,15	0,11	0,11	0,46	0,08	0,12	0,33
Eğlence	0,06	0,10	0,13	0,09	0,13	0,12	0,21	0,22	0,19	1,11
Giyim	0,26	0,38	0,47	0,52	0,75	0,72	0,19	0,63	0,64	0,88
Diğer (hediyelik, Bakaliye, film, v.b.)	0,35	0,45	0,64	0,41	0,57	0,63	1,13	0,53	0,69	1,75

Tablo 3.5' de verilen harcama oranları ile, her bir konaklama işletmesinde elde edilen konaklama gelirleri (Tablo 3.3) çarpılarak, çeşitli konaklama işletmelerinde kalan turistlerin çeşitli harcama kategorilerine yönelik yaptıkları harcamalar tahmin edilecektir. Örneğin;

Tatil Köylerinde üç aylık toplam konaklama gelirleri (Tablo 3.3) = 3,722,705 \$ dır.

Tatil Köylerinde konaklayan turistlerin işletme dışında yaptıkları yiyecek-içecek harcamalarının konaklama harcamalarına oranı (Tablo 3.5) = 0.66 ise?,

Tatil köylerinde üç ay süresince konaklayan bütün turistlerin, yiyecek-içecek sektörüne yönelik üç aylık toplam harcamaları yaklaşık ;

Üç aylık konaklama gelirleri x yiy.-iç.oranı = üç aylık yiy-iç geliri

$$3,722,705 \times 0.66 = \underline{2,456,985 \$} ,$$

olarak tahmin edilmektedir.(Tablo 3.6)

Tablo 3.6' da çeşitli konaklama kategorilerinde kalan turistlerin, çeşitli harcama kategorilerine yönelik üç aylık toplam tahmini harcamaları gösterilmektedir.

Tablo 3.6

## Sektörlere Göre Turist Harcamalarının Tahminlenmesi

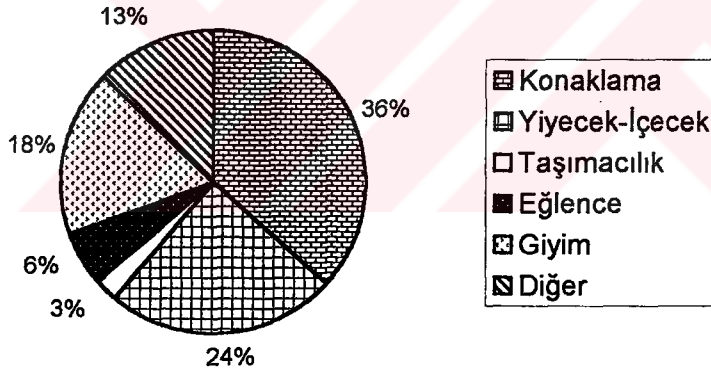
Harcama Kategorileri	Tatil Köyleri ABD \$	***** Oteller ABD \$	**** Oteller ABD \$	*** Oteller ABD \$	** Oteller ABD \$	* Oteller ABD \$	B.B. Oteller ABD \$	Apart Oteller ABD \$	B.B. Apart Oteller ABD \$	Pansiyonlar ABD \$	TOPLAM ABD \$
Konaklama	3,722,705	3,314,880	11,175,332	10,107,174	1,346,296	196,080	1,036,300	1,368,064	5,477,862	8,555	37,753,248
Yiyecek İçecek	1,340,174	1,259,654	5,922,926	5,356,802	726,999	147,060	3,295,543	1,327,022	5,806,533	9,068	25,191,781
Yöresel Taşımacılık (Taksi, Oto Kiralama vb.)	260,589	397,785	1,676,299	1,516,076	148,092	14,113	476,698	109,445	657,343	2,823	5,259,263
Eğlence	223,362	331,488	1,452,819	909,645	175,080	17,647	217,623	300,974	1,040,793	9,499	4,678,930
Giyim	969,903	1,259,654	5,252,406	5,255,730	1,009,722	41,177	196,897	861,880	3,505,831	7,528	18,360,728
Diğer (hediyelik, Bakkalıye, film, v.b.)	1,302,946	1,491,696	7,152,212	4,143,941	767,388	123,530	1,171,019	725,074	3,779,724	14,971	20,672,501
<b>TOPLAM</b>	<b>7,819,679</b>	<b>8,055,157</b>	<b>32,631,994</b>	<b>27,289,368</b>	<b>4,174,577</b>	<b>539,607</b>	<b>6,394,080</b>	<b>4,692,459</b>	<b>20,268,086</b>	<b>52,344</b>	<b>111,916,645</b>

Alanya ilçesinde, çeşitli konaklama kategorilerinde konaklayan turistlerin tatilleri süresince yaptıkları harcamaların, belirlenen harcama kategorilerine göre dağılımları şu şekildedir;

### 1-Tatil Köyleri

Tatil köylerinde konaklayan turistler, tatilleri süresince en fazla harcamayı %36 ile konaklama kategorisine yaparken, harcamalarının %24'lik oranını, yiyecek içecek, %18'i giyim, %13'ü "diğer" başlığı altında toplanan bakkaliye, hediyelik eşya vb. , %6'sı eğlence, ve en az harcamayı da yaklaşık %3' lük bir oranla ulaşım kategorisine yapmışlardır. (şekil 3.4)

**Şekil 3.4**  
**Tatil Köylerinde Konaklayan Turistlerin**  
**Harcama Dağılımları**

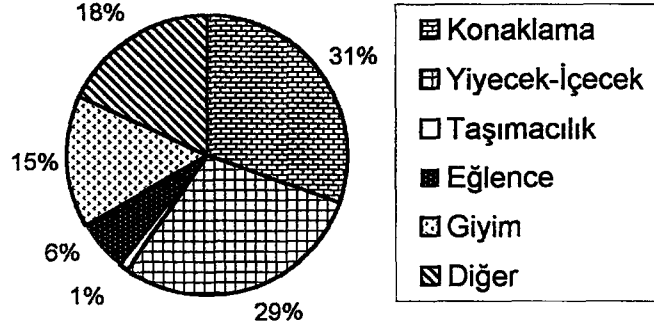


### 2- Beş Yıldızlı Oteller

Beş yıldızlı otellerde konaklayan turistler tatilleri süresince, en fazla harcamayı %31'lik bir oranla konaklama kategorisine yaparken, harcamalarının %29'u yiyecek-içecek, %18'i "Diğer" başlığı altındaki hediyelik eşya ve bakkaliye kategorisine, %15'i giyim, %6'sı eğlence, %4'ü ise taşımacılık kategorisine yönelik olmuştur.(Şekil 3.5)



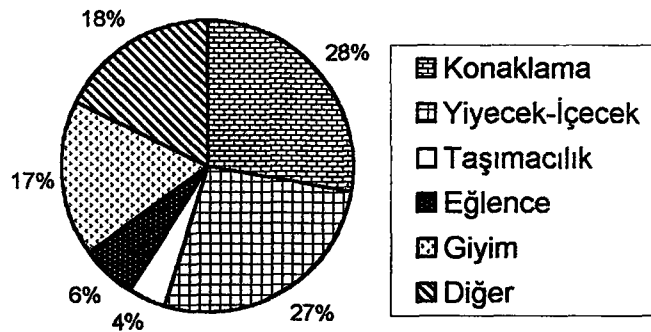
**Şekil 3.5**  
**Beş Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin**  
**Harcama Dağılımları**



### 3- Dört Yıldızlı Oteller

Dört yıldızlı otellerde, turist harcamalarının %28'i konaklamaya giderken, diğer harcamaların sırasıyla, %27'si yiyecek-içecek, %18'i Diğer, %17'si giyim, %6'sı eğlence, %4'ü ise, taşımacılık kalemlerine yönelik olmuştur.(Şekil 3.6)

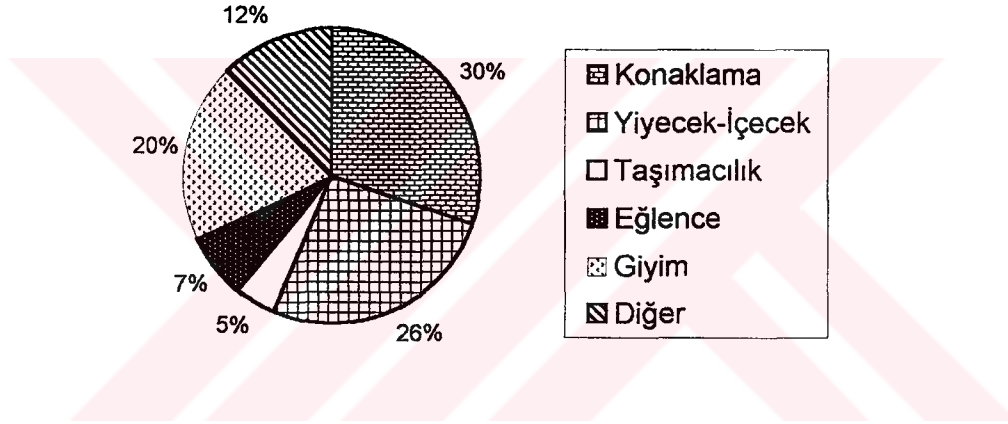
**Şekil 3.6**  
**4 Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin**  
**Harcama Dağılımları**



#### 4 – Üç Yıldızlı Oteller

Üç Yıldızlı otellerde konaklayan turistlerin harcamalarının %30'u konaklamaya giderken, %26'sı yiyecek-içecek , %20'si giyim, %12'si diğer, %7'si eğlence, %5'i ise, taşımacılık kategorilerine yönelik olmuştur. (şekil 3.7)

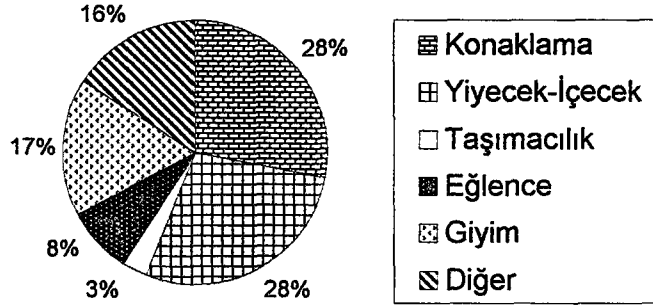
**Şekil 3.7**  
**Üç Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin**  
**Harcama Dağılımları**



#### 5 – İki Yıldızlı Oteller

İki yıldızlı otellerde konaklayan turistlerin yaptıkları harcamaların %28'i konaklama ve yiyecek-içecek kategorilerine aynı düzeyde giderken, %17'si giyim, %16'sı diğer, %8'i eğlence ve %3'ü ise taşımacılık kategorisine yönelik olmuştur. (şekil 3.8)

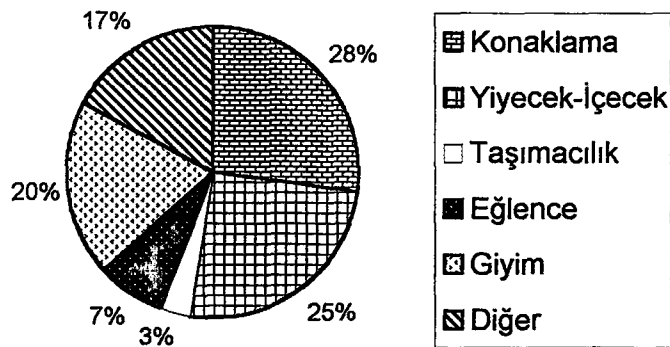
**Şekil 3.8**  
**İki Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin**  
**Harcama Dağılımları**



#### 6- Tek Yıldızlı Oteller

Tek yıldızlı otellerde konaklayan turistlerin toplam harcamalarının %28'i konaklamaya giderken, %25'i yiyecek-İçecek, %20'si giyim, %17'si diğer, %7'si eğlence ve %3'ü ise taşımacılık kategorisine yönelmiştir.(Şekil 3.9)

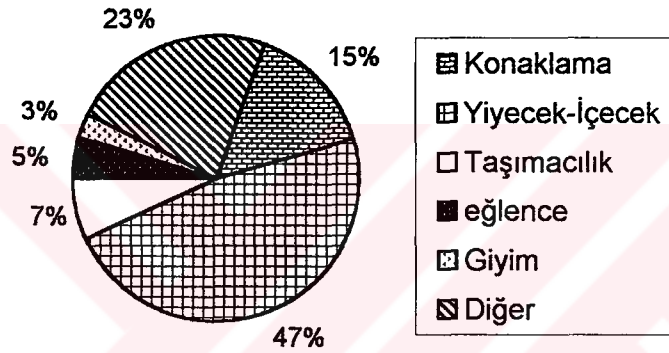
**Şekil 3.9**  
**Tek Yıldızlı Otellerde Konaklayan Turistlerin**  
**Harcama Dağılımları**



### 7 – Belediye Belgeli Oteller

Belediye belgeli otellerde konaklayan turistlerin toplam harcamalarının %47'si yiyecek-ıcecek harcamalarına yönelirken, %23'ü diğer, %15'i konaklama, %7'si taşımacılık, %5'i eğlence, %3'ü ise, giyim kategorisine yönelik olmuştur.(Şekil 3.10)

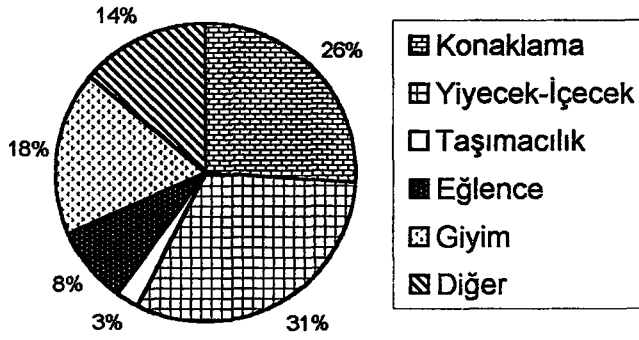
**Şekil 3.10**  
**Belediye Belgeli Otellerde Konaklayan Turistlerin**  
**Harcama Dağılımları**



### 8- Apart Oteller

Apart otellerde konaklayan turistlerin harcamalarının %31'i yiyecek-ıcecek kategorisine yönelik olurken, % 26'sı konaklama, %18'i giyim, %14'ü diğer, %8'i eğlence ve %3'ü taşımacılık kategorilerine yönelik olmuştur.(Şekil 3.11)

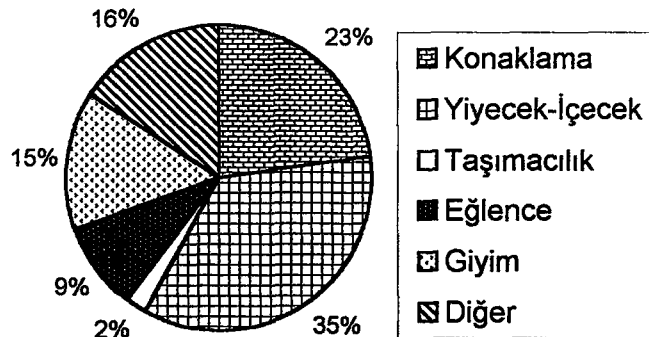
**Şekil 3.11**  
**Apert Otellerde Konaklayan Turistlerin**  
**Harcama Dağılımları**



### 9- Belediye Belgeli Apart Oteller

Belediye belgeli apart otellerde konaklayan turistlerin harcamalarının %35'i yiyecek-içecek kategorisine yönelikken, %23'ü konaklama, %16'sı diğer, %15'i giyim, %9'u eğlence, %2'si ise taşımacılık kategorisine yönelmiştir.(Şekil 3.12)

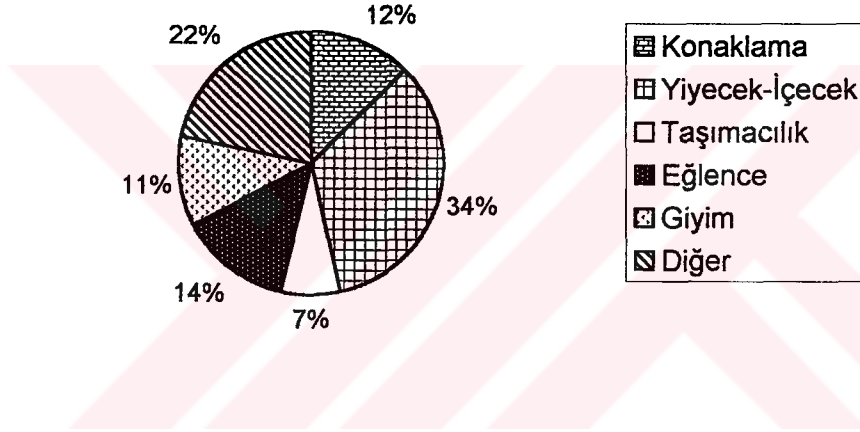
**Şekil 3.12**  
**Belediye Belgeli Apart Otellerde Konaklayan**  
**Turistlerin Harcama Dağılımları**



### 10- Pansiyonlar

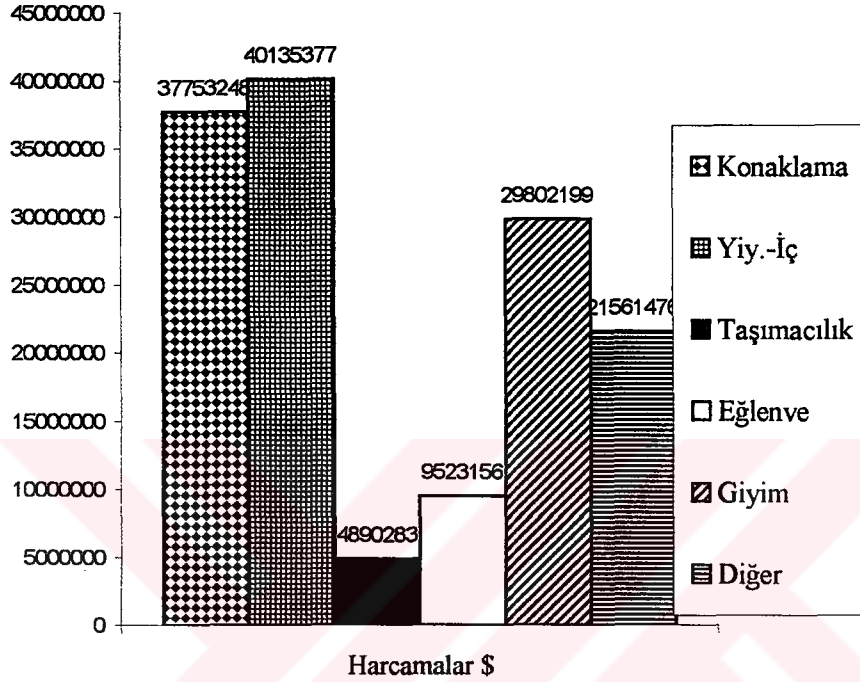
Pansiyonlarda konaklayan turistlerin toplam harcamalarının %34'ü yiyecek-içecek kategorisine yönelirken, %22'si diğer, %14'ü eğlence, %12'si konaklama, %11'i giyim, %7'si ise taşımacılık kategorisine yönelmiştir.(Şekil 3.13)

**Şekil 3.13**  
**Pansiyonlarda Konaklayan Turistlerin Harcama Dağılımları**



Şekil 3.14' de konaklama işletmelerinde kalan ziyaretçilerin tatilleri süresince çeşitli tüketim kategorilerine yönelik tahmini harcama miktarları gösterilmektedir.

**Şekil 3.14**  
**Toplam Ziyaretçi Harcamaları'nın Harcama Kategorilerine Göre Dağılımı**



Şekil 3.14’de görüldüğü üzere Alanya ilçesinde 2000 yılı Mayıs, Haziran, Temmuz ayları içinde, konaklama işletmelerinde kalan 360,851 ziyaretçi, tatilleri süresince **40,135,377 \$**’la en fazla, yiyecek-içecek kategorisine yönelik harcama yaparken daha sonra, harcama miktarlarına göre sırasıyla, **37,753,248 \$** konaklama kategorisine, **29,802,199 \$** giyim, **21,561,467 \$** “diğer” olarak adlandırılan (bakkaliye hediyelik eşya vb) harcama kategorisine, **9,523,156 \$** eğlence ve **4,890,283 \$** taşımacılık kategorisine yönelik harcamalarda bulunmuşlardır.

Bu sonuçlara göre, Alanya ilçesinde bulunan konaklama işletmelerinde kalan ziyaretçiler, konaklama işletmeleri dışında yaptıkları harcamaların önemli bir bölümünü yiyecek-içecek sektörüne yönelik yapmaktadırlar.

İkinci önemli harcama kategorisi tekstil sektörüne yönelik olmaktadır. Bu durum, özellikle yabancı turistlerin tekstil ürünlerine yönelik ilgilerinin bir göstergesi olmaktadır.

Bir diğer önemli harcama kategorisi ise hediyelik eşya ve bakkaliye harcamaları olmaktadır. Yapılan alan çalışması sırasında, Alanya ilçesinde bulunan konaklama işletmelerinin önemli bir bölümünün, özellikle, “Apart Oteller” ve “Belediye Belgeli Apart Oteller” ‘in ilçenin arka mahallelerine ve konutların arasına yayılacak biçimde konuşlandıkları gözlemlenmiştir. Bakkaliye harcamalarının yüksekliği bu durumdan kaynaklanmaktadır.

Turist harcamalarının yoğunlaştığı kategoriler dikkate alındığında eğlence sektörünün oldukça düşük bir gelir yüzdesine sahip olduğu gözlenmektedir. Bu durumun nedeni ise, yöredeki animasyon faaliyetlerinin oldukça yetersiz olmasıdır.

Alanya ilçesi açısından turizm sezonu beklenen düzeyin çok altında başlamıştır. İlçede bulunan toplam yatak kapasitesinin sadece %46.87’sinin dolu olması bunun bir göstergesi olmaktadır. Birçok işletme, başa baş noktasını yakalama çabası gösterirken tatil köyleri ve beş yıldızlı oteller bu konuda en fazla doluluk oranına sahip işletmeler olarak daha avantajlı durumdadırlar.



## SONUÇ

Bir çok gelişmiş yada gelişmekte olan ülkede bazı yörelerin ekonomik ve sosyal açıdan çeşitli nedenlerden dolayı gelişmişlik düzeylerini tamamlayamadığı ve birçok açıdan geri kaldıkları bilinmektedir.

Bir ülkede, birbirlerinden farklı düzeylerde gelişen yöreler, beraberlerinde istihdam, gelir, vb. gibi, ekonomik sorunlar getirirken, göç gibi önemli bir sosyolojik sorunu da önemli ölçüde ortaya çıkarmaktadır.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki yetersiz bilgi birikimi, yatırım sermayesi eksiklikleri, hızla artan nüfus gibi nedenlerle üretim yatırımlarının yetersizliği sonucu, yapılan üretim tüketim ihtiyaçlarını karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Söz konusu ülkeler, dış borç alma yöntemine başvurarak ödemeler bilançolarındaki açıkları ister istemez büyütmektedirler.

Gelişmekte olan ülkelerin de istihdam konusunda önemli sorunları bulunmaktadır ve kendi ülkelerinde hizmet sektörünü geliştirme çabaları göstermektedirler.

İşte bu noktada turizm sektörünün önemi ortaya çıkmaktadır. XX. yüzyılın en hızlı büyüme gösteren ve en büyük sektörlerinden birisi durumuna gelen turizm sektörü, elde edilen verilere ve tahminlere göre XXI. yüzyılın da en önde gelen sektörlerinden birisi olmaya adaydır.

Her yıl sayıları giderek artan milyonlarca insanın milyonlarca dolar harcayarak yaptıkları seyahatler sonucu doğan ekonomik ve sosyal ilişkiler ülkelerin, bölgelerin ve yörelerin birçok açıdan gelişmelerini sağlarken, söz konusu yörelerin öncelikle;

1. İstihdam sorunlarını,
2. Gelir yetersizliklerini,
3. Göç nedeniyle nüfus kayıplarını,

gidermelerinde önemli katkılarda bulunmaktadır.

Turizmin en önemli olumlu etkilerinden birisi ise, turist harcamalarının birbirinden çok farklı ve turizmle doğrudan ilişkisi bulunmayan sektörlerle yönelik olmasıdır. Örneğin; Alanya ilçesinde yapılan araştırma sonucu elde edilen bulgular, turist harcamalarının, konaklama işletmeleri dışında, yiyecek-içecek, giyim, bakkaliye, hediyelik eşya, ulaşım vb. birçok tüketim kalemini doğrudan etkilediği ve söz konusu bu sektörleri canlandırdığını ortaya koymaktadır.

Alanya ilçesinde yapılan araştırma ile şu sonuçlara varılmıştır.

1- Alanya ilçesinde turist harcamalarının harcama kategorilerine göre dağılımı şu şekilde olmuştur;

		<u>%</u>
Konaklama	37,753,248\$	26
Yiyecek-İçecek	40,135,377\$	28
Diğer (bakkaliye,hediyelik eşya v.b.)	21,561,467\$	15
Giyim	29,802,199\$	21
Taşımacılık	4,890,283\$	3
Eğlence	9,523,156\$	7

Bu durum, turist harcamalarının turistlerin tatile gittikleri yörelerde bir çok sektöre yöneldiğinin bir göstergesi olmaktadır.

2- Alanya ilçesinde turistlerin ziyaret edebileceği ören yerlerinin azlığı, yöredeki turizmin büyük ölçüde deniz turizmine yönelik olduğunu göstermektedir.

3- Turistlerin Eğlence kalemine yönelik yaptıkları harcama oranlarının düşüklüğü, yöredeki animasyon ve rekreasyon faaliyetlerinin yetersizliğinin bir göstergesi olmaktadır. Oysa turistlerin gittikleri yörelerde daha fazla harcama yapmalarını sağlayan uygulamaların başında bu tip uygulamalar gelmektedir.

Turistlerin tatilleri süresince konaklama ve yeme-içme harcamalarının yanı sıra başka harcamalar yapmalarının sağlanmasının ve dolayısıyla kaldıkları yörenin daha fazla gelir elde etmesinin en etkin yöntemlerinden bir tanesi, animasyon ve rekreasyon faaliyetlerinin düzeyi ile doğrudan ilişkilidir. Bu açıdan yörede bu tür uygulamaların geliştirilmesi gerekmektedir.

4- Alanya ilçesinde konaklama işletmelerinin şehrin iç mahallelerine kadar yayılmış olması turistlerin bakkaliye harcamalarının yüksek olmasının en önemli nedeni olmaktadır. Bu durum turist harcamalarının yöre halkını doğrudan etkilemesi açısından olumludur.

5- Konaklama türünün kalitesine göre turist harcamalarının farklılık göstermesi gerekirken, Alanya ilçesinde bulunan tatil köyleri ve yüksek yıldızlı otellerde konaklayan turistlerin harcama oranları ile daha düşük yıldızlı işletmelerde konaklayan turistlerin harcama oranları arasında önemli farklılıklar olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu durum, yöredeki doluluk oranlarının düşüklüğü nedeniyle işletmecilerin konaklama fiyatlarını oldukça düşürdükleri ve bu nedenle yöreye gelen turistlerin ekonomik açıdan düşük gelir grubuna dahil olan turistlerden oluşmasına neden olduklarını göstermektedir.

6- Yörede bulunan konaklama işletmelerinin sezonun ilk üç ayındaki doluluk oranlarının düşük olması, yöredeki pazarlama ve promosyon çalışmalarının yetersizliğini göstermektedir.

7- Yörede, büyük ölçüde deniz turizmine dayalı yatırımların bulunması gelecekteki turistik tüketim eğilimlerine cevap verebilme yeteneği açısından olumsuz bir yapılanma olduğunu göstermektedir. Bu açıdan yörede yeni yatırımların

yapılması yerine mevcut yatırımların iyileştirilmesi ve mevcut kapasitenin tam kullanımını sağlamak amacıyla etkin tanıtım ve promosyon faaliyetlerine önem verilmesi gerekmektedir.

Bu sonuçlara göre; turistik harcamalar turizm işletmeleri dışında bir çok sektörü de olumlu olarak etkilemektedir. Ancak, turizm yatırımları yönlendirilirken, mümkün olduğunca bir çok turistik tüketim eğilimi de dikkate alınmak zorundadır. Aksi takdirde oluşacak bir pazar bağımlılığı değişen turistik tüketim biçimlerine karşı esnek yapılanma yeteneğini olumsuz olarak etkileye bilecek ve doluluk oranlarının düşmesine neden olarak, yüksek miktarlarda sermaye harcanarak yapılan yatırımların atıl kapasitede çalışmasına neden olacaktır. Bu durum nedeniyle düşen fiyatlar ise, yüksek kalite düzeyinde oluşturulan turistik arzın sunulacağı turist profilinin, düşük ekonomik gelir seviyesinde olmasına neden olacaktır.

Ek-1

**TURİSTLERE UYGULANAN ANKET FORMU****1. İşletme Türü**

a)Tatil Köyü..... b)Otel..... c)Pansiyon..... d)Diğer .....

**2. İşletmenin Belge Durumu, Yıldız Sayısı.....**

Lütfen sizin yada aileniz fertlerinin Alanya'da geçirdiğiniz tatil süresince yaptığı harcama miktarlarını aşağıdaki harcama kategorilerinin karşısına yazınız. Eğer kategorilerden bazılarında harcama yapmadıysanız karşılığında (0) yazınız. Teşekkürler.

Harcama kategorileri

Bölgedeki Harcama Miktarı

Konaklama

.....

**Konaklama İşletmesi Dışında**

Yiyecek-içecek

.....

Rekreasyon-Animasyon(eğlence)

.....

Yöresel ulaşım (Dolmuş Taksi, Oto Kiralama)

.....

Giyim

.....

Diğer (Hediyelik Eşya, Bakkaliye vb.)

.....

Ek-2

## KONAKLAMA İŞLETMESİNE YÖNELİK ANKET FORMU

1. İşletme Türü

a) Tatil Köyü..... b) Otel ..... c) Pansiyon..... d) Diğer .....

2. İşletmenin Belge Durumu, Yıldız sayısı .....

3. Oda sayınız .....

4. Ortalama oda fiyatınız .....

5. Ortalama oda başına müşteri sayısı .....

6. Ortalama doluluk oranınız .....

7. Ortalama kalış süresi .....

8. Faaliyet Süresi

a) Yıllık..... b) Sezonluk.....

## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

Akat, Ömer. (1997), **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**. Bursa: Ekin Kitapevi.

Alkin, Erdoğan. (1990), **Uluslararası Ekonomik İlişkiler**. İstanbul: Filiz Kitabevi.

Allan M. Willams, Desmond A. Gillmor, (1995) **Tourism and Regional Development.**, England: John Willey and Sons Ltd.

Berberoğlu, Nejat. (1992 ) **Genel Ekonomi I**. Eskişehir: Birlik Ofset Yayıncılık

Büyükerşen, Yılmaz. (1992), “İktisada Giriş”, **Paranın Kıymeti ve Fiyatlar Genel Seviyesi**. Eskişehir : Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

C. Law, (1993), **Urban Tourism**, London: Demos Ltd.

Dinler, Zeynel. (1973), “Bölgesel Kalkınma Politikasının İlke, Amaç ve Vasıtaları.” **B.İ.T.İ.A. Dergisi**.

Dinler, Zeynel. (1991), **Bölgesel İktisat** Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları.

Dirimtekin, Halil. (1976), **Genel İktisat Teorisi II**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi yayınları.

Doğan, Hasan Zafer. (1987), **Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri.** İzmir:Uğur Ofset.

Düğer, İ.Hakkı. (1978), **Makro İktisat.** Kütahya:

Eralp, Ziya. (1974), **Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi,** Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler fakültesi Yayınları

Erkan, Hüsnü. (1995), “Bölgesel Gelişme Stratejileri ve Türkiye'nin Bölgesel Kalkınma Politikası” **Gelişme İktisadı.** İstanbul:Beta Yayıncılık.

Freyssinet, Jacques. ( 1985), **Az gelişmişlik İktisadı.** Çeviren:Tezer Öçal, M.Ali Kılıçbay. Ankara: Gazi Üniversitesi.

Göksan, Ergün. (1985) , **Turizmoloji.** İzmir: Uğur Ofset Matbaası.

Gürkan, İlhan. (1996), **Turizmin Sosyal Yapı Üzerine Etkileri.**

Han, Ergül. ( 1975), **Kalkınmada Altyapı Yatırımları.** Eskişehir: İ.T.İ.A. Yayınları

Hançerlioğlu, Orhan. (1986), **Ekonomi Sözlüğü.** İstanbul: Remzi Kitabevi.

Huges, L. Howard, Thornes Stanley, (1983), **Economics for Hotel and Catering Students.** London:Stanley Thornes Ltd.

İşgüden, Tamer, Hüsnü Erkan, ve diğerleri. (1995). **Bölgesel İktisat.** İstanbul:Beta Yayıncılık.

Karlık, Rıdvan, (1987), **Uluslararası Ekonomi,** İstanbul: Bilim teknik yayınevi



Kepenek, Yakup. (1990), **Türkiye Ekonomisi**. Ankara: Verso Yayıncılık.

K.F., Schadler. (1979) , **Tourism: Passport to Development..** Oxford: Oxford University Press.

Kozak, Nazmi ,Meryem Akoğlan ve Metin Kozak. (1994), **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**. Ankara: Anatolia Yayıncılık

Lutz, Jane, Chris Ryan, (1997) **Quality Management in Urban Tourism** England: Johan Willey&Sons Ltd.

Olalı, Hasan (1982)**Turizm Politikası ve Planlaması**. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.

Olalı, Hasan ve Alp Timur. (1998), **Turizm Ekonomisi**. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık

Orhan İçöz, Metin Kozak. (1998) , **Turizm Ekonomisi**. Ankara : Turhan Kitabevi.

Orhan, Z. Osman. (1984) **Başlıca Enflasyon Teorileri Gelişmekte Olan Ülkelerde ve Türkiye’de Enflasyon** . İstanbul: Okan Yayıncılık.

Özdemir, Mehmet. (1977), **Turizmin Türkiye’nin Sosyal Yapısına Etkileri** . Ankara:T.C. Turizm Bankası A.Ş. Yayınları.

Parasız, M. İlker. (1995), **İktisada Giriş**. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.

R.W., Mc Intosh ve R. Geldner. (1984), **Turizm:İlkeler,Uygulamalar, Felsefeler**. Çeviren:Fatma Aylin Mutlu,

Savaş, Vural. (1973), **Kalkınma Ekonomisi**. Bursa: Beta basım Yayım.

Stilwell, Frank J.B. (1972), **Regional Economic Policy**. London:Anchor Press Ltd.

Şahin, Hüseyin (1997), **İktisat İlkelerine Bakış**. Bursa: Ezgi Kitapevi Yayınları.

Toskay, Tunca. (1983), **Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım**. İstanbul: Der Yayınları.

### **SÜRELİ YAYINLAR**

Archer, H. Brain. (1982). "The Value of Multipliers and Their Policy Implications" **Tourism Management**.

Archer, H. Brain. (1995), "Importance of Tourism For Economy of Bermuda" **Annals of Tourism Research**, Vol 22 No:4.

Archer, H. Brain . (1995 ) , **Tourism Analysis:A Handbook Impact and Evaluatinon Methods**.

Birleşmiş Milletler Araştırma Grubu Raporu (1967), **Yerinde Yönetim ve Kalkınma**. ODAİ Yayınları. Ankara

Cleverdon, R. (1982), " International Tourism to 1990 " **Abt Books, EIU Special Series**.

Cohen, Erik. (1993), "Sociology of Tourism" , **Wr's Encyclopedia Of Hospitality And Tourism**. Newyork: Van Nostrand Reinhold.

Casado, Matt A. (1997), "Mexico's Tourism Plan: Implications of Internal Political and Economic Instability" **Travel and Tourism Research**.

Dünya Turizm Örgütü Raporları (2000) . Tourism Highlights Mart 2000

Eadington, William R. and Milton Redman, (1991), "Economics and Tourism" **Annals of Tourism Research**.

Erkan, Hüsnü. (1988), "Entegre Bölgesel Gelişme Yaklaşımı içinde Urfa-Harran Yöresi İçin Kalkınma Stratejisi" , 1. Urfa-Harran kalkınma sempozyumu. Ankara:T.Z.D.K. Yayınları No:49

Espino, Maria Dolares . (1987), " International Tourism in Cuba An Economic Development Strategy", **Cuba in Transition** (<http://lanic.utexas.edu/cuba1/epinol.>),

Francois, Belisle J. (1984), "Tourism and Food Imports: The case of Jamaica" **Economic Development and Cultural Change**.

Fletcher, Jhon E. (1989),"Input-Output Analysis and Tourism Impact Studies", **Annals of Tourism Research**,

Heng, Toh Min, ve Linda Low. (1990), "Economic Impact Of Tourism In Singapore" **Annals of Tourism Research** Vol. 17.

Inter American Avel Congress Parmanent Secretariat Report. (1977), **Sustaining Tourism Financial and Human Resource By Managing**. San Jose' Costo Rica

İyidiker, Hikmet. "Türkiye'de Turizmin Ekonomik Gelişmeye Katkısı ve Sosyo-Kültürel Etkileri."I.Ulusal Turizm Kongresi.

Jafari, Jafari. (1979), "Tourism and Social Sciences, A Bibliography", **Annals of Tourism Research**, Vol 6, No:2.

Jhonson Rebecca L. and Eric Moore, ( 1993), "Tourism Impact Estimation", **Annals of Tourism Research**.

Koscak, Marco. (1998, "Integral Development of Rural Areas, Tourism and Village Renovation, Slovenia." **Tourism Management**.

Mun Heng,,Tho and Linda Low. (1990) , "Economic Impact of Tourism In Singapore," **Annals Of Tourism Research**.

S., Rajasundram, Sathiendrakumar, Clem Tisdell. (1989), "Tourism and The Economic Development of The Maldives" **Annals of Tourism Research**, Vol, 16.

Simon Milne (1992) "Tourism and Development In South Pacific Microstates" **Annals of Tourism Research**. Vol.19

Timur, Alp. (1980), " Son Alınan Ekonomik Kararların Türk Turizmi Açısından Değerlendirilmesi" **AIESEC, Türkiye'de Turizm Sempozyumu**. İzmir

Uysal, Alpaslan. "Turizmin Sosyo Kültürel Etkileri ve Ege Bölgesi Örneği" **I. Ulusal Turizm Kongresi**.

Van den Berghe, Pierre L. (1993), "Cultural Impact of Tourism", **World's Ansiclopedia Of Hospitality And Tourism** , Newyork.

West, Guy R. (1993), "Economic Significance of Tourism in Queensland" **Annals of Tourism Research**

Whanhill, Stephan(1994), "The Measurement of Tourist Income Multipliers" **Tourism Management**.

Zhou, Deying, Jhon F. Yanagida ve diğlerleri. (1997), "Estimating Economic Impacts From Tourism" , **Annals Of Tourism Reaserch**, .

## TEZLER

Tutar, Erdiñ. ( 1991 ), "Bölgesel Kalkınma Planı Olarak Güneydoğú Anadolu Projesinin Türkúye ve Avrupa Topluluğú Tarımlarının Uyuşturulmasına Etkisi" Yayınlanmamış Doktora Tezi .Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

## INTERNET

**Policy, Distributive Trades, Tourism and Cooperatives.**,The European Commission Report Enterprise, 1999, ([www.library.cqu.au/crousage.html](http://www.library.cqu.au/crousage.html)),

Schaller, David T. **The Ecocenter as Tourist Attraction: Ely and The International Wolf Center**, ([www.eduweb.com/schaller/](http://www.eduweb.com/schaller/))

Torres, Rebecca. (1996), **The Linkages Between Tourism And Agriculture In Quintana Roo, Mexico**, Kalifornia Üniversitesi, Ağustos 15, (<http://www.trnet/dissert.htm>.)

Opinion of The Comittee of Regions ,Urban Cultural Tourism and It's Employment Impact., Brussels, 1998. ([www.cor.eu.int/pressinf](http://www.cor.eu.int/pressinf).)