

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ
ANABİLİM DALI

73732

TURİZMİN BÖLGESEL EKONOMİK ETKİLERİ
VE
KEMER ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN

Hazırlayan
Arzu KILIÇLAR

T 73732

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Ankara - 1998

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ
ANABİLİM DALI

**TURİZMİN BÖLGESEL EKONOMİK ETKİLERİ
VE
KEMER ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN

Hazırlayan
Arzu KILIÇLAR

Gör÷lmüştür
K. Ünlüöner

Ankara - 1998

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Arzu Kılıçlar'a ait "Turizmin Bölgesel Ekonomik Etkileri ve Kemer
Örneği" adlı çalışma, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Eğitimi
Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Rauf ARIKAN

.....*Rauf Arıkan*.....

Üye : Yrd. Doç. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN (Danışman)

.....*K. Ünlüönen*.....

Üye : Yrd. Doç. Dr. Melih TOPALOĞLU

.....*Melih Topaloğlu*.....

ÖNSÖZ

Turizm sektörü hizmetler sektörünün en önemli alt kollarından biri olup, kültürel, sosyal ve özellikle ekonomik alanlarda büyük etkileri vardır. Her yıl, dünyada milyonlarca insan turizm faaliyetlerine katılmakta ve milyarlarca dolar turizm harcaması yapılmaktadır.

Harcama miktarının büyüklüğü ve turist çeken ülke açısından döviz gelirlerinin önemli olması turizmin ekonomik etkilerini güncel hale getirmiştir. Sektörden alacakları payı arttırmak isteyen ülkeler arasında büyük bir rekabet ortamı meydana gelmiştir. Turizm sektörünün olumlu ekonomik etkiler meydana getirebilmesi için uygun politika ve stratejilerin belirlenmesi gerekir. Belirlenen bu politika ve stratejiler sayesinde ülkenin sektörden aldığı pay büyüyecek ve ülke ekonomisini olumlu yönde etkileyecektir.

Ekonomik açıdan önemi gittikçe artan turizmin bölgesel bazda incelendiği bu tez çalışması boyunca büyük yardım ve manevi desteğini gördüğüm danışmanım Yrd. Doç. Dr. Kurban Ünlüönen'e, literatür taramaları sırasında kütüphanesinden faydalandığım Prof. Dr. Rauf Arıkan'a, Kemer'de ilgili verilerin toplanması aşamasında yardımlarını esirgemeyen Kemer Turizm Danışma Müdürü Selma Erbil'e, çalışma boyunca beni motive eden ve yardımcı olan araştırma görevlisi arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
TABLolar VE ŞEKİLLER CETVELİ	v
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

EKONOMİK BÜYÜME VE KALKINMA İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

1.1. Ekonomik Büyüme ve Kalkınma.....	4
1.1.1. Ekonomik Büyüme	4
1.1.1.1. Büyüme Hızı	6
1.1.1.2. Büyümeyi Hızlandıran Başlıca Faktörler.....	9
1.1.1.3. Büyümeyi Yavaşlatan Başlıca Faktörler	9
1.1.2. Ekonomik Kalkınma	10
1.1.2.1. Kalkınma Hızı	12
1.1.2.2. Kalkınmayı Yavaşlatan Faktörler.....	13
1.1.3. Büyüme ve Kalkınma Arasındaki farklar.....	15
1.2. Bölgesel Kalkınma	17
1.3. Ekonomik Yapı Açısından Bölge Ayrımı	18
1.4. Ekonomik Kalkınma Düzeyleri Açısından Bölge Ayrımı	19
1.5. Kalkınma Kutupları	23
1.6. Turistik Kalkınma Kutupları	25

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

2.1. Turizmin Moneter Ekonomik Etkileri	29
2.1.1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi.....	29
2.1.2. Turizmin Gelir Etkisi	34
2.1.2.1. Turizmin Bölgesel Çarpan Etkisi	41
2.1.2.2. Turizmin Bölgesel Katma Değer Etkisi	45
2.1.3. Turizmin İç Fiyatlara Etkisi	48
2.1.3.1. Turizmin Bölgesel Enflasyonist Etkisi	53
2.1.4. Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi	54
2.1.4.1. Turizmin Devlet Gelirlerine Etkisi	54
2.1.4.2. Turizmin Devlet Harcamalarına Etkisi	56
2.2. Turizmin Reel Ekonomik Etkileri	59
2.2.1. Turizmin İstihdam Etkisi	59
2.2.1.1. Turizmin Bölgesel İstihdam Etkisi	71
2.2.2. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi	75
2.2.3. Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkisi	80
2.2.4. Turizmin Bölgelerarası Dengesizliği Giderici Etkisi ..	83

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİR TURİZM MERKEZİ OLARAK KEMER VE TURİZMİN KEMERDEKİ EKONOMİK ETKİLERİ

3.1. Kemer'in Konumu ve Sosyo-Ekonomik Özellikleri	89
3.1.1. Kemer'in Coğrafi Konumu ve İklimi	89
3.1.2. Kemer'in Tarihçesi	90
3.1.3. Kemer Bölgesinde Ekonomik ve Sosyal Yapı	91
3.1.4. Kemer'in Demografik Yapısı	92
3.2. Kemer'deki Turizm Arzı ve Talebi	93
3.2.1. Kemer'deki Turizm Arz Kaynakları	93
3.2.1.1. Tarihi Arz Kaynakları	93
3.2.1.2. Doğal Arz Kaynakları	95
3.2.1.3. Diğer Arz Kaynakları	96
3.2.1.4. Alt Yapı İmkanları	98
3.2.1.4.1. Haberleşme	98
3.2.1.4.2. Ulaşım	98
3.2.1.5. Turistik Üst – Yapı	98
3.2.2. Kemer'e Yönelik Turizm Talebi	102
3.3. Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi ve Kemer	107
3.4. Turizmin Kemer'deki Ekonomik Etkileri	114
3.4.1. Kemer'in Tahmini Turizm Geliri ve Kemer Turizm Gelirlerinin Dış Turizm Gelirleri İçindeki Payı İle İhracat Gelirlerine Oranı.....	114
3.4.2. Kemer'deki Turizm Gelirlerinin Çarpan Etkisi	120
3.4.3. Turizmin Kemer'deki Katma Değer Etkisi.....	121
3.4.4. Turizmin Kemer'deki İstihdam Etkisi	122
SONUÇ	125
KAYNAKÇA	129
ÖZET	137
ABSTRACT	138

TABLOLAR VE ŞEKİLLER CETVELİ

TABLOLAR CETVELİ

Tablo 2.1.	Dış Turizm Bilançosu	31
Tablo 2.2.	Çarpan Etkisi: Turizm Harcamalarının Ekonomi İçinde Dağılımı	42
Tablo 2.3.	Türkiye'de Bazı Sektörlerin İstihdam Yaratma Gücü	71
Tablo 3.1.	Kemer'de Aylara Göre Yağış, Nem ve Sıcaklık Ortalamaları	90
Tablo 3.2.	Kemer'de Eğitim ve Yaş Grupları.....	92
Tablo 3.3.	Kemer'de Çalışma Durumu ve Yaş Grupları.....	93
Tablo 3.4.	Kemer'de Belirli Günler	96
Tablo 3.5.	Turizm Bakanlığından İşletme Belgeli Tesislerin Yatak Kapasitesi.....	100
Tablo 3.6.	Turizm Bakanlığından Yatırım Belgeli Tesislerin Yatak Kapasitesi.....	100
Tablo 3.7.	İşletme Belgeli Yatakların Yörelere Göre Dağılımı ..	101
Tablo 3.8.	Turistik Çekiciliğe Göre Türkiye'deki 65 Turistik Merkezin Sıralanışı	103
Tablo 3.9.	1998 Yılı İlk Altı Ayında Kemer'e Gelen Turistlerin Aylara Göre Dağılımı	104
Tablo 3.10.	Yıllara Göre Kemer'e Gelen Turist Sayıları.....	104
Tablo 3.11.	Yıllar İtibariyle Turistlerin Milliyetlerine Göre Ayrımı	105
Tablo 3.12.	Yıllara Göre Yat Limanından Giriş Yapan Turist Ve Yat Sayıları	106
Tablo 3.13.	Turist Ve Yat Sayılarının Milliyetlere Göre Ayrımı ..	106
Tablo 3.14.	Kemer'de 1997 Yılı Tahmini Konaklama Geliri	115
Tablo 3.15.	Turistik Tüketim Harcamalarının Yüzde Dağılımı ..	116
Tablo 3.16.	Kemer'de Yabancı Turistlerin Harcama Dağılımı	117
Tablo 3.17.	Kemer'de Yerli Turistlerin Harcama Dağılımı	117
Tablo 3.18.	Kemer'de Turistlerin Toplam Harcama Dağılımı	118
Tablo 3.19.	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı ...	119
Tablo 3.20.	Turizm Gelirinin Meydana Getirdiği Katma Değer Oranları	121

Tablo 3.21.	1997 Yılında, Kemer'de Yabancı Turistlerin Harcamalarının Meydana Getirdiği Katma Değer ...	121
Tablo 3.22.	1997 Yılında, Kemer'de Yerli Turistlerin Harcamalarının Meydana Getirdiği Katma Değer	122
Tablo 3.23.	Kemer'deki Bakanlık Belgeli Tesislerde İstihdam Edilen Personel Sayısı	123
Tablo 3.24	Yatak Başı Personel Oranı	124

ŞEKİLLER CETVELİ

Şekil 2.1.	Bir Ekonomide Çarpan Modelinin İşleyişi	40
Şekil 2.2.	Turistik Harcamaların Bölge Ekonomisi İçinde Akışı ve Çarpan Etkisi.....	44
Şekil 2.3.	Turizmde Talep Enflasyonu	52
Şekil 2.4.	İşsizlik Türleri	66
Şekil 3.1.	2010 Yılında Antalya İli Yatak Kapasitesinin Coğrafi Dağılımı	99

GİRİŞ

Uluslararası turizm artık dünyanın birçok ülkesinde bir ihracat olayı olarak kabul edilmekte ve ülke ekonomilerinde döviz gelirleri açısından çok önemli bir rol oynamaktadır.

A.B.D., Fransa, İtalya, İspanya gibi gelişmiş ülkelerin turizm hareketlerinden çok büyük bir pay aldıkları yadsınamayacak bir gerçektir. Oysa gelişmekte olan ülkelerin turizm gelirlerinden aldıkları pay oldukça düşüktür. Dış borç oranları yüksek olan bu ülkelerin, büyüme ve kalkınma süreçlerini tamamlamak için turizm sektöründen elde edilecek döviz gelirlerine büyük oranda ihtiyaçları vardır. Çünkü turizm sektöründe başka hiçbir üretim sektörü için hammadde niteliği taşımayan faktörlerin pazarlanması ve satışı söz konusudur.

Diğer üretim sektörlerinin birçoğu ile yoğun bağlantıları olan turizm sektörünün, ülke ekonomisine moneter ve reel anlamda birçok önemli etkileri vardır. Ülke bazındaki etkilerine benzer şekilde bölgesel bazda da önemli ekonomik etkileri olan (istihdam etkisi, katma değer etkisi, çarpan etkisi ve enflasyonist etki gibi) turizmin gelişmiş ve altyapı sorunu kalmamış ülkelerde bölgelerarası dengesizlikleri çözebilmek için de bir çıkış yolu olduğu düşünülmektedir.

Türkiye ekonomisindeki önemi gittikçe artan turizm sektörü bu çalışmada genel olarak ülke düzeyinde, spesifik olarak da bölge düzeyindeki ekonomik etkileri ile incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın bölge bazındaki etkilerini somut bir şekilde ortaya koyabilmek amacıyla bir uygulama bölgesi seçilmiş ve turizmin bir bölgeye olan ekonomik etkileri hesaplanmaya çalışılmıştır.

Uygulama bölgesi olarak Kemer'in seçilmesinin sebepleri şunlardır:

Kemer planlama çalışmaları 1974 yılında başlayan, 1/25000 ölçekli master planı ve bu plana uygun fizibilite çalışmaları 1976 yılında tamamlanarak, aynı yıl içinde Dünya Bankasından 26 milyon dolarlık kredi temin edilen "Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi"nin bölgesel merkezidir. Bu proje sayesinde Kemer, ilk Organize Turizm Alanı içinde yer almaktadır.

Projenin amacına uygun ve mümkün olan en kısa sürede gerçekleşmesini sağlayabilmek amacıyla devletçe;

- Yapılacak turistik tesislere 2634 sayılı Yasa ve diğer Yasal düzenlemelerle getirilen öncelikli ve etkin teşvik tedbirleri sağlanması (Yerli-yabancı yatırımcılara 49 yıl süre ve ucuz bedelle arazi tahsisi, yatırım indirimi, gümrük muafiyeti, kredi vb.),
- Her türlü yüksek kaliteli alt yapı yatırımlarının öncelikle yapılması ve desteklenmesi (İçme suyu, Kemer Yat Limanının alt ve üst yapıları, Kemer'in alt yapı çalışmaları, Pis su arıtma tesisinin ana kollektörü inşası, Marina-Otem ve Eğitim Otelinin çevre düzenlemeleri, elektrik şebekesi, orman yolları ve orman gözetleme tesislerinin inşası, Kınalı Çeşme Kamping alanı düzenlemesi, Phaselis antik şehrinin müze ve servis binaları ile alt yapı yatırımları, Karayollarında otoban ve ikinci yol çalışmaları, Kepez A.Ş.'nin çalışmaları, PTT hizmetlerinin geliştirilmesi, DSI'nin çalışmaları ve benzerleri),
- Milli park ve antik şehirlerin, bağımlı olarak doğal, kültürel değerlerin korunması için aktivitelere yönelik gerekli önlemlerin alınması,

▪ Gerekli sosyal tesislerin gerçekleşmesinin sağlanması (sağlık merkezi, turizm eğitim merkezi, eğitim oteli, turizm bürosu, belediye binası, kamu kurumlarında çalışanların lojmanları, PTT vb.) bu sosyal tesislerin özellikle destek ile niteliğinde olan Kemer’de yer alması gibi etkenler dikkate alınarak, turizmin ekonomik etkilerinin kısa sürede, planlara uygun olarak geliştirilen turistik tesislerin kurulduğu bir yerde ölçülmesinin ilginç olacağı düşünülmüştür. Çünkü alt ve üst yapı çalışmalarının tamamlandığı yeni ve yüksek nitelikli hizmet sunan modern işletmelerin bulunduğu Kemer’de doğal olarak turizm talebi de artmış ve böylece ölçülen ekonomik etkiler daha üst seviyelere ulaşmıştır.

Turizmin Bölgesel Ekonomik Etkileri ve Kemer  rneği adlı bu çalışma üç bölümden meydana gelmiştir.

Birinci bölümde büyüme, kalkınma ve bölgesel kalkınma ile ilgili temel kavramlar incelenmiştir.

 kinci bölümde, gerek ülke gerekse bölge bazında turizmin ekonomik etkileri incelenmiştir.

  nc  bölümde ise uygulama alanı olarak seçilen Kemer’in turistik arz yapısı, Güney Antalya Turizm Gelişim Projesinde Kemer’in yeri araştırılmış ve Kemer’deki turizm gelirleri, istihdam sayıları, çarpan ve katma değer etkileri tahmin edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

EKONOMİK BÜYÜME VE KALKINMA İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

1.1. Ekonomik Büyüme ve Kalkınma

1.1.1. Ekonomik Büyüme

Kalkınma ve büyüme, modern ekonomi teorilerinin gelişimine kadar aynı anlamda kullanılmış iki kavramdır. Ancak, modern teorilerin gelişimiyle aralarındaki farklar ortaya çıkmıştır. Kalkınma ve büyüme birbirini tamamlamakta ve etkilemekte, ancak farklı anlamlara gelmektedir.

Pek çok kavramda olduğu gibi ekonomik büyüme kavramı ile ilgili olarak da farklı tanımlar yapılmıştır. Bu tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

"Büyüme ekonomik yapıda nicelik ve nitelik itibariyle değişme ve gelişme anlamına gelir" (İşgüden, 1985: 251).

"Ekonomik büyüme, uzun dönemde üretim hacminde kaydedilen artış olup yatırım gücü ile ülkenin ve işletmelerin üretken potansiyellerindeki artışa dayanmaktadır" (Lecaillon, 141).

"Ekonomik büyümenin en temel tanımlamasının ekonominin mal ve hizmetler üretme potansiyeli cinsinden yapılması gerekirse de, bu yeterli bir tanım değildir. Üretim kapasitesinin ekonomik büyüme için önemi gözardı edilemeyecek bir gerçektir. Fakat gerçek büyüme yalnız ekonominin üretim potansiyelindeki değişikliklere değil, aynı zamanda bu kapasitenin ne ölçüde

kullanıldığına bağlıdır. Başka bir deyişle, ekonomik büyüme zaman içinde mal ve hizmet çıktısındaki fiili artışı olduğu kadar ekonominin mal ve hizmet üretme gücündeki bir artışı da içerir" (Peterson, 1994: 480).

Demirci ve diğerleri ise (1992, 361) ekonomik büyümeyi şu şekilde tanımlamaktadır: "Ekonominin bir dönemden diğer bir döneme (sözü geçen dönem genelde bir yıllık süreyi kapsar) fert başına daha yüksek reel gelir temin edecek şekilde temel verilerindeki (işgücü, tabii kaynaklar, teçhizat) devamlı artışlara büyüme denir."

Yukarıda verilen tanımlardan da anlaşılacağı üzere büyüme temel olarak bir ekonominin mal ve hizmet üretme kapasitesindeki artışı ifade eder. Üretim kapasitesindeki artış mevcut üretim faktörlerinin miktarındaki bir artıştan ya da üretim faktörlerinin niteliklerindeki iyileştirmeden kaynaklanabileceği gibi bu iki şartın her ikisi birden de geçerli olabilir.

Bu tanımlardan hareketle ekonomik büyümenin kaynakları şu şekilde sıralanabilir (Lobley, 1995: 247).

a) Emek: Çalışan nüfusun büyüklüğü ve nüfusun yaş gruplarına dağılımıyla ilgilidir. Çalışan nüfus grubundaki artışlar doğal olarak emek miktarının artması demektir. Ancak nicelikteki artıştan daha önemlisi nitelikli çalışan nüfus oranının artmasıdır.

b) Sermaye: Sermayenin kullanımındaki değişmeler ekonomiye iki şekilde katkı sağlayabilir. Birincisi mevcut sermaye formlarının miktarının artırılmasıdır. Örneğin bir operatörün kullanmakta olduğu kamyonların aynısından bir tane daha alıp bir şoför istihdam etmesi gibi. Sermayenin genişlemesi olarak bilinen bu durumda her ne kadar üretim miktarı artmaktaysa da sermayenin emeğe oranı aynı kalır. İkinci durumda operatör

mevcut kamyonlarını aynı sayıda daha büyük araçlarla değiştirebilir. Sermayenin derinleşmesi olarak bilinen bu durumda ise üretim miktarındaki artışla birlikte işçi başına düşen sermaye miktarı da artar, böylece işçinin üretkenliği artırılır.

c) Teknoloji: Teknolojideki değişimler ekonomik büyümenin önemli bir kaynağıdır.

d) Doğal Kaynaklar: Ekonomi daha önce bilinmeyen doğal kaynakların keşfinden ve gelişmesinden mutlak yarar sağlar. Denizlerdeki petrol ve gaz kaynakları bu konuda önemli bir örnektir.

e) Diğer Faktörler: Ekonomik büyümede ölçülebilir olmayan sosyolojik ve psikolojik etmenler de önemlidir. Tutumlar, eğitim ve iş motivasyonu, esneklik ve emeğin dolaşımı, siyasi istikrar düzeyi gibi faktörlerin ekonomiye etki derecelerini kesin olarak hesaplamak çok zor olsa da hem bir ekonominin hem de bir şirketin performansını etkilerler.

1.1.1.1. Büyüme Hızı

Nüfus, işgücü, kaynaklar, sermaye vb. unsurlar her ülkede farklı oranlarda büyürler. Üstelik büyüme ekonomik unsurlardaki değişikliklerin yanında, toplumsal olayların ve sorunların görünüşünü de değiştirmektedir (Alkin, 1987: 2). Burada ekonomistlerin karşısına çıkan sorun şudur; büyümenin ölçülmesi, fert başına gelir, zaman süresi ve büyüme hızının rakamlarla ortaya konması gerekmektedir. Ancak büyüme politik düzen, eğitim sistemi, halkın yenilik ve değişiklikleri benimseme derecesi gibi rakamlarla ifade edilemeyen unsurları da bünyesinde taşımaktadır. Öyleyse büyüme hangi ölçütlerle, ne şekilde ölçülecektir?

Ekonomistlerin bir bölümü büyüme hızını hesaplarken herhangi bir yılı baz olarak seçerler ve bu yılı 100 olarak kabul ederler. Sonraki yıllarda üretilen miktarları, ya da değerleri baz aldıkları bu yıla oranlayarak bir sonuca ulaşırlar. Baz alınan yılın aşılması bir büyümeyi, gerisinde kalınması ise bir çöküşü gösterir (Ajam ve diğ, 1988: 69).

Seyidoğlu'na göre (1992, 106) büyüme ülkenin toplam reel milli gelirinde sağlanan yıllık artış oranıdır. Dolayısıyla büyüme hızı GSMH'daki artışın GSMH'ya oranlanmasıyla bulunabilir.

$$\text{Büyüme Oranı} = \frac{\text{GSMH'daki artış } (\Delta Y)}{\text{GSMH } (Y)} \times 100$$

Ancak büyüme hızı hesaplanırken gözden kaçırılmaması gereken başka faktörler de mevcuttur. Bunlardan birincisi nüfus artış hızıdır (Alkin, 1987, 3). Hızlı bir nüfus artışı büyüme hızı ne olursa olsun, kişi başına düşen milli gelirin artmasına engel teşkil eder. Dolayısıyla büyüme hızını nüfus artış oranını dikkate alıp almamasına göre iki başlık altında incelemek mümkündür (Seyidoğlu, 1992: 106).

1. Brüt Büyüme Hızı (BH_B)
2. Net Büyüme Hızı (BH_N)

Brüt büyüme hızı yalnızca milli gelirin ne kadar arttığıyla ilgilenirken net büyüme hızı, nüfus artış oranını da dikkate alır.

$$BH_N = BH_B - N \text{ ' dir.}$$

$$N = \text{Nüfus artış hızı}$$

Örneğin bir ülkenin milli geliri belli bir dönemde 100 milyardan 107 milyara çıkmış ise o ülkenin büyüme hızı %7'dir.

$$\text{Büyüme Hızı} = \frac{(\Delta Y)}{(Y)} \times 100 = \frac{7}{100} \times 100 = \%7$$

Aynı ülkede o dönem için nüfus artış oranının %2 oranında gerçekleştiği varsayılırsa

$$BH_N = \%7 - \%2 = \%5 \text{ dir.}$$

Nüfus artış hızı gibi enflasyon da büyüme hızının hesaplanmasında dikkate alınması gereken diğer bir faktördür (Demirci ve diğ, 1992: 361).

Örneğin brüt büyüme hızı %9 iken, dönem başı fiyatlar genel seviyesi 100, dönem sonu fiyatlar genel seviyesi 104 olsun, fiyatlar

$$\left[\frac{104-100}{100} \times 100 = \frac{4}{100} \times 100 \right] \% 4 \text{ oranında arttığı için büyüme hızı}$$

(%9 - %4 = %5) gerçekte %5 oranındadır.

Nüfus artış hızı ve enflasyon dışında, boş zamanın artışı, dış alem net geliri (ihracat ve ithalat miktarları arasındaki fark), üretimde kullanılan makine ve teçhizatın aşınma payları da (amortisman) büyüme hızı hesaplanırken gözönünde bulundurulması gereken diğer faktörlerdir.

Bütün bu bilgilerin ışığında büyümenin ülke ekonomileri için çok önemli bir kavram olduğu açıktır. Öyleyse yapılması gereken genel ve özel anlamda büyümeyi artıracak ve azaltacak faktörleri tespit ederek yapılması ve yapılmaması gereken ekonomik faaliyetleri ortaya koymaktır.

1.1.1.2. Büyümeyi Hızlandıran Başlıca Faktörler

Özgüven'e göre (1983, 177) büyümeyi hızlandıran faktörlerin başlıcaları şunlardır:

1. Nüfus artışı: Bir ülkede nüfus arttığı zaman emek arzı ve böylece toplam üretim hacmi genişler. Diğer yandan, çoğalan nüfusun içinde daha genç daha dinamik bir sınıf ortaya çıkabilir.

2. Doğal kaynakların artışı: Nüfusun ihtiyaçlarının karşılanması ve üretim tesislerinin çalıştırılabilmesi için yeni kaynakların ve yeni hammaddelerin bulunması zorunludur. Kaynaklar azalırsa büyüme sınırlanır.

3. Sermaye artışı: Sermaye ve yatırım malları üretim için gereklidir. Bu bakımdan, sermaye ve yatırım malları veya üretimi artıracak her türlü araçlar ne kadar çok olursa büyüme de o derece hızlanır. Az gelişmiş ülkelerde milli gelirin düşük düzeyde kalmasının en önemli sebebi büyümeye hız verecek tasarruf ve sermaye yetersizliğidir.

4. Teknik gelişme: Teknik gelişmeler daha az hammadde kullanarak daha iyi kalitede mal üretme imkanı verir. Böylece, üretim faktörlerinin bir kısmı farklı bir üretim alanında kullanılabilir. Diğer taraftan, teknik gelişmeler maliyetleri de indirerek büyümeyi hızlandırır.

1.1.1.3. Büyümeyi Yavaşlatan Başlıca Faktörler

Özgüvene göre büyümeyi yavaşlatan başlıca faktörler şunlardır (1983:178):

1. Sosyal dengenin bozulması: Sosyal dengenin bozulmasında ifade edilmek istenen, milli gelir dağılırken sosyal sınıflar arasında başgösteren

çıkar çatışmalarıdır. Örneğin, işçi sınıfı ile işveren sınıfının grev ve lokavt haklarını kullanmaları sınıf çatışmasından başka bir şey değildir.

2. Dış ülkelerle ekonomik ve sosyal anlamda her türlü ilişkilerin kesilmesi.

3. Doğal kaynakların israfı.

4. Verimsiz veya vasıfsız işçiler ve işsizlik yüzünden üretimin kaybolması.

5. Uluslararası iktisadi ve siyasi istikrarın bozulması.

1.1.2. Ekonomik Kalkınma

Ekonomik kalkınma kavramında da büyüme kavramında olduğu gibi bir tanım üzerinde birleşilememiştir. Bu yüzden kalkınma kavramı için yapılan tanımlardan bazıları aşağıda verilmiştir.

"Kalkınma, ülkenin tüm toplumsal-ekonomik yapısının dönüşümüdür" (İşgüden, 1985: 251).

"Kalkınma, gelişmenin sağladığı nimetlerden bütün halkın yararlanacağı bir ortam doğuran bünyesel bir değişmedir" (Demirci ve diğ, 1992: 339).

"Kalkınma, uygulandığı toplumu, bütün bilim araçları yardımı ile yükselten, bütün bilim kollarından faydalanan bir ekonomik sistem ve uygulama laboratuvarıdır" (Çataloğlu, 1977: 13).

"Kalkınma, fert başına üretimin sürekli genişleyerek ve hızlı olarak artırılması, bir başka deyişle çalışan nüfusun veriminin yükseltilmesidir". Tanımda geçen verimin artması, sadece insanın becerisinin artması değil; emeğin, doğal (tabii) ve insansal (beşeri) kaynakları işleyerek yarattığı birikmiş becerinin yükselmesi demektir. Birikmiş beceri içine sermaye malları, teknoloji, geliştirilmiş çevre koşulları ve ekonomik kurum ve kurallar da dahildir. O halde kalkınma tanımını şu şekilde genişletmek mümkündür: Malların ve hizmetlerin üretiminde, ulaştırılmasında, dağıtımında, bütün bunların boyutlarında ve örgütlenmesinde, üretim girdi (input) ve çıktı (output)'larının yeni nicelikler, nitelikler ve türölülükler kazanmasında, üretim faktörlerinin çeşitli sektörler arasındaki dağılımında ve genellikle ekonominin bütünleşmesinde, birey başına düşen reel gelirin artmasında (beslenme, konut, su, elektrik, sosyal güvenlik, giyim, eğlence ve kültürel olanaklar vb.), tüketim kalıplarının değişip giriftleşmesinde ve fiili çalışma saatlerinin kısılmasında, dış ticaretin ve genellikle dış ilişkilerin önemli artışlar ve yapı değişiklikleri göstermesinde köklü ve hızlı değişmelerin ve dönüşümlerin meydana getirilmesi sürecine kalkınma denmektedir (MGK, 1993: 28).

Ekonomik kalkınmayı belirleyen özellikler şu şekilde sıralanabilir (Özgüven, 1988: 20):

1. Ekonomik kalkınma; bir yapı değişikliğidir.
2. Ekonomik kalkınma; kişi başına düşük gelir düzeyinden daha yüksek bir gelir düzeyine veya negatif (yada düşük) bir büyüme hızından daha yüksek bir büyüme hızına geçiştir.
3. Ekonomik kalkınma; üretim faktörlerinin yeni bir bileşimi veya yeni bir üretim fonksiyonu ile emeğin verimini artırmaktır.
4. Ekonomik kalkınma; alışkanlıklarda, inançlarda, davranışlarda ve zihniyette bir değişmedir.
5. Ekonomik kalkınma; eğitim anlayışındaki değişmedir.
6. Ekonomik kalkınma; reel gelirdeki artıştır.

1.1.2.1. Kalkınma Hızı

Ekonomik kalkınma da ekonomik büyüme gibi bazı temellere dayanarak ölçülmesi gereken bir kavramdır. Bazı ekonomistler kalkınmanın ölçüsünün milli gelir olduğu görüşünü ortaya atmışlardır. Ancak tek başına milli gelirin bir ölçüt olarak kabul edilmesi yanlış çıkarımlara neden olabilir. Aynı milli gelire sahip iki ülkeden birinin nüfusu diğerinin iki katıysa bunların kalkınma açısından aynı noktada bulunduklarını düşünmek çok doğru bir sonuç olmayacaktır. Bu açıdan kişi başına düşen milli gelir miktarı daha objektif bir ölçü olarak kabul edilebilir. Her ne kadar kişi başına düşen milli gelir miktarı hesaplanırken düşük gelir grupları yok sayıldığından kişi başına düşen milli gelir miktarı yükselse de, kişi başına düşen milli gelir miktarı, toplam milli gelirden daha uygun bir ölçüdür. Ancak yine de ekonomik kalkınma gibi girift bir olayı bir tek ölçüyle açıklamak mümkün değildir. Bu yüzden ülkedeki gelir dağılımı, okur-yazar bireylerin sayısı, çalışan nüfusun sektörlere dağılımı (tarım, sanayi, hizmetler sektörü gibi), çeşitli malların kişi başına tüketim miktarı (özellikle lüks tüketim grubuna girenler, elektrikli eşyalar vb. gibi), doğum ve bebek ölüm oranları da kalkınma ölçüsü olarak kullanılabilir.

Kişi başına düşen milli gelir miktarına göre dünya ülkeleri 3 ana grupta toplanmaktadır (Çataloğlu, 1977:18):

1. Çok gelişmiş ülkeler.
2. Orta gelişmiş ülkeler.
3. Gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkeler.

Ekonomik kalkınma farklı şartlar altında farklı modellere göre gelişmektedir. Bu kalkınma modelleri dört grup altında toplanabilir (Çataloğlu, 1977: 15-16).

1. Spontane kalkınma: Batı ülkelerindeki ekonomik kalkınma devlet müdahalesi olmadan, piyasa mekanizmasının işleyişi içinde gerçekleşmiştir. Ancak bu kalkınma türünde strüktürel işsizlik, üretim krizleri ve gelir dağılımı eşitsizlikleri görülmüştür.

2. Uyarılmış kalkınma: Bu kalkınma türü devletin yaptırımıyla oluşmuştur. Devlet tarafından hazırlanmış, uygulanmış ve finanse edilmiştir. Müteşebbis sınıfı devlet tarafından oluşturulmuştur. Böylece kalkınmanın yükü işçi ve köylü sınıfına yüklenmiştir.

3. Zorlanmış kalkınma: Devlet eliyle, merkezi otoritenin zorlamasıyla oluşmuş bir kalkınma türüdür. Müteşebbis sınıfının yerini merkezi otorite almıştır. Toplumun yapısı ve ekonomi zorlayarak süratle değiştirilmiştir.

4. Demokratik kalkınma modeli: Hızlı gelişmek isteyip spontane kalkınma modelini yavaş bulan uyarılmış kalkınma ve zorlanmış kalkınma modelini benimsemeyen ülkeler yeni bir kalkınma modeli ortaya koymuşlardır. Bu modelde devlet ve özel teşebbüs güçlerini birleştirecek böylece hem devletçe düzenlenen hızlı bir kalkınma sağlanırken hem de baskıcı ve totaliter metodlar bertaraf edilecektir. Kalkınmanın yükü her sınıfa eşit dağıtılacaktır. Mülkiyet hakkı özel teşebbüse de verilmekle birlikte halkın yararı gözönünde bulundurularak sınırlandırılacaktır. Bu tür bir politikanın başarılı olması için uzun vadeli kalkınma planları düzenlenmelidir.

1.1.2.2. Kalkınmayı Yavaşlatan Faktörler

Ülkeler kalkınma hızlarını artırmak için, genellikle az gelişmiş ülkelerde rastlanan, aynı zamanda büyüme hızlarını da olumsuz yönde etkileyen faktörleri kontrol altına almalıdırlar. Bu faktörlerin en önemlileri aşağıda sıralanmıştır (Uluatam, 1984: 318-319):

1. Hızlı nüfus artışı: Nüfus yoğunluğunun yüksek olduğu ülkelerde kalkınma için gerekli sermaye teçhizatı ihtiyacı çok artmaktadır. Bunun yanı sıra nüfusun eğitim düzeyi de düşmekte, eğitimin buna bağlı olarak da verimin artması için gerekli eğitim olanaklarının sağlanması da ülkenin sınırlı kaynaklarını yüksek oranda sağlayan yatırım miktarları gerektirmektedir.

Nüfus artış hızı ise, büyük çabalarla ulaşılan kalkınma hızlarının nüfus başına üretim artışı haline dönüşmesini engelleyen bir unsur olmaktadır. Ciddi bir kalkınma politikasıyla G.S.M.H.'nin yılda 0,03 artırabilen bir az gelişmiş ülke, aynı oranda yıllık nüfus artışı nedeniyle kişi başına GSMH artışının sıfıra düştüğünü gözlemleyebilmektedir.

2. Sermaye teçhizatı ve doğal kaynak yetersizliği: Sermaye teçhizatındaki yetersizlik az gelişmiş ülkelerin pek çoğunda bulunan ortak bir özelliktir. Bazı ülkelerde buna ek olarak doğal kaynakların yetersizliği de söz konusudur. Bu unsurların her ikisi de işgücünün verimliliğini düşüren sebeplerdir.

3. Tasarruf yetersizliği: Az gelişmiş ülkelerde kişi başına gelir seviyesi düşük olduğundan eksik sermaye teçhizatını artırmak için gerekli yatırımlara destek sağlayacak önemli kaynaklardan birisi büyük oranlarda artış gösterememektedir.

4. Teknolojik gerilik: Kısmen sermaye teçhizatının yetersizliği, kısmen de eğitimdeki gerilik nedeniyle, az gelişmiş ülkelerin büyük bir kısmı pek çok alanda modası geçmiş ya da ilkel yöntemlerle üretim yapma durumunda kalmaktadır. Teknolojik gerilik, aynen sermaye teçhizatındaki yetersizlik gibi işgücünün marjinal verimliliğini düşürmektedir.

5. Toplumsal-kültürel çevrenin elverişsizliği: Yukarda bahsi geçen somut faktörler yanında, daha az somut fakat aynı derecede önemli bir başka engel de, toplumun ekonomik gelişmeye, bu gelişmenin gerekli kıldığı düşünüş, davranış biçimine karşı olan tutumundan kaynaklanmaktadır. Toplumsal kültürel çevrenin elverişsiz koşulları değiştirilmedikçe, yatırımları artırma türünden çabaların kalkınmayı gerçekleştirmede başarıya ulaşması çok zor olmaktadır.

1.1.3. Büyüme ve Kalkınma Arasındaki Farklar

Verilen tanımlardan da anlaşılacağı üzere kalkınma da hem nicelik hem nitelik açısından bir artış söz konusudur. Kalkınma kavramı, ekonomik büyüme kavramını da içine alan daha geniş bir kavramdır. Ekonomik büyüme konusu daha önce de açıklandığı gibi ülke ekonomisindeki temel göstergelerin sayı ve hacim itibariyle yıldan yıla genişlemesidir. Oysa ekonomik kalkınmada, ekonominin tümünde bir yapı değişikliği söz konusudur ve bu yapı değişikliğinin boyutu sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal konuları da içermektedir (Şahin, 1990: 3).

Savaş (Çataloğlu, 1977: 18) ise, ekonomik kalkınma ile ekonomik büyüme teorileri arasındaki farkı şu şekilde ortaya koymaktadır: "Ekonomik kalkınma teorisi, ekonomik faktörler yanında sosyolojik, psikolojik, kültürel, teknik ve politik faktörleri de dikkate almak zorundadır. Çünkü ekonomik kalkınma, ekonomi dışı faktörler yerine, ekonomik faktörlerin ikamesini gerektirir. Yani ekonomik olaylar üzerinde rol almayan siyasi ve dini, geleneksel faktörler yerine rasyonel ve maddi refaha dayanan karar ve davranışlar ön plana geçer. Bunların yanında mevcut ilkel üretim tekniği de modern makine ve teçhizat haline döndürülmelidir. Bütün bu değişimler ekonomik olduğu kadar sosyal ve politik karakterdedir. Bu sebepten ekonomik kalkınma çözümü çok güç bir problemler yumağı halindedir.

Büyüme ile kalkınma arasındaki farkları maddeler halinde sıralamak mümkündür (MGK, 1993: 31-32):

1. Büyüme bir ekonomide bazı sınıfların, bazı bölgelerin veya tüm ülkenin gelir artışıdır. Büyümede önemli olan herkesin ve her faaliyet kesiminin gelirlerinde kesinlikle bir artışın olmasının söz konusu olmamasıdır. Kalkınma ise, bir ülkede herkesin belli bir refah seviyesinden daha yüksek bir refah seviyesine yükselmesi ve dengeli bir verim artışı sağlanmasıdır.

2. Büyüme, bir miktar artışı olduğuna göre, bu miktarı daha fazla artırabilmek için ekonomik ve sosyal yapılarda önemli değişimler gerekemeyebilir. Kalkınma ise ekonomik ve sosyal yapılarda değişmeyi zorunlu kılmaktadır. Kalkınmada üretim ve gelir dağılımı yöntemlerinde yenilikler beklemektedir. Çünkü kalkınma yapısal bir olaydır. Eğer bu değişimler, gelir dağılımını ve tüketimi etkilemiyorsa kalkınmadan söz edilemeyecektir. Gelir dağılımını ve refah seviyesini olumlu yönde etkiliyorsa o zaman daha düşük kişisel gelirlerden, daha yüksek kişisel gelirlere geçilmiş ve kalkınma başlamış olacaktır.

3. Büyüme kantitatif, kalkınma ise daha çok kalitatif bir değişmedir.

4. Büyüme daha çok endojen (iç), kalkınma ise genellikle egzogen (dış) faktörlere bağlıdır. Çünkü kalkınmada teknoloji transferine ve bu teknolojiyi uygulayacak teknisyenlere ihtiyaç vardır. Ayrıca kalkınmada dış ülkelerin talebi, işbirliği ve dayanışma anlayışı önemli dış faktörlerdir.

5. Kalkınma makro bir olaydır ve makro bir değişmedir. Büyüme ise hem makrodur, hem de mikrodur; yani belli bir bölgede veya belli bir faaliyet alanında olabilir. Bir firmanın büyümesinden söz edilebilir ama bir firma kalkındı denemez.

6. Kalkınma daha geniş anlamda olup büyümeyi kapsar.

7. Büyüme; ekonomi teorisi, kalkınma ise daha çok ekonomi politikası alanına girmektedir. Bu sebeple büyüme politikası değil, kalkınma politikası denilmektedir. Kalkınma politikası siyasal iktidarlara göre değişiklik arzedebilir. Büyüme üzerinde ise genellikle doğal kanunlar, fizik kanunları ve iklim rol oynadığı için büyüme politikası ifadesi kullanılmamaktadır.

1.2. Bölgesel Kalkınma

18. yüzyıla kadar bölgelerarası dengesizlik söz konusu değilken, bu yüzyıldan sonra sanayi ihtilali yaşama tarzını ve hayat seviyesini geniş çapta etkisi altına alarak ülkelerin gelişme seviyesi ne olursa olsun bölgelerarası sosyo-ekonomik farklılıkları, iki yüzyıl gibi bir süre içinde uçurum haline getirmiştir (Akkaya, 1986: 205).

Bölgesel ekonomiye olan ilginin 1930'larda yoğunlaşmasına karşın, bölgesel ekonomik gelişmeye yönelik çalışmaların 1950'lerin sonuna doğru ortaya çıktığı görülmektedir. 1960-1970'li yıllardan beri öncelikle toplumsal süreçler ve sosyal faktörler gittikçe artan ölçülerde tartışmalara konu edilmiş, bölgesel ekonomik kalkınma çeşitli açılardan analiz konusu olmuştur.

Genel olarak bölge, belli kriterler bakımından homojen mekan parçası şeklinde tarif edilebilir. Bölge, halkın teşkil ettiği farklı topluluklar içinde karşılıklı münasebetleri ve içten bağılılıkları organize eden belirli sahadır.

Bölge kavramının ekonomik analizlerle incelenmeye başlaması ihtiyaçtan doğmuştur. Ekonomik olaylar incelenirken ortaya çıkan boşluk bölgesel ekonomik analizlerle tamamlanmıştır. Bölge kavramının ele alınmasının sebebi; gerek nitelik, gerekse nicelik yönünden değerlendirilmesi

halinde bölgenin, mekanda ortaya çıkan dengesizliklere konu olması ölçek görevi görmesidir.

1.3. Ekonomik Yapı Açısından Bölge Ayrımı

Ekonomik yapı açısından, bölgeleri özelliklerine göre üç başlık altında toplamak mümkündür (MGK, 1993: 17-19).

1. Homojen bölge: Homojen bölge, seçilmiş bir veya daha çok kritere göre, aynı düzeyde olan ve birbirini takip eden kesimlerin meydana getirdiği bütündür. Kriterler; ekonomik faaliyetin şekli, coğrafi durum, gelir seviyesi, üretilen mal ve hizmetlerin cinsi, nüfusun sosyal ve ekonomik özellikleri olabilir.

2. Polarize bölge: Polarize bölge "bir iç yapısı olan, bir merkez ve merkezlere bağlı çevreyi içine alan, çevreyi merkeze bağlayan bağların, sosyal ve ekonomik ilişkilerin kaybolması ya da başka bir merkez lehine zayıflaması özelliği ile sınırlanmış bir birimdir."

Polarize bölgeler, çevreye oranla ekonomik gelişme merkezi niteliği taşırlar. Bir bölgede bu tip merkezlere birden fazla rastlanabilir. Bir bölge, önem dereceleri birbirinden farklı çok sayıda ekonomik gelişme merkezlerine sahip olabilir. Her gelişme merkezinin etrafında bir polarize bölge bulunacağı düşünüldüğü takdirde, gelişme merkezi sayısı kadar da polarize bölge mevcut olacaktır.

3. Plan bölge: Plan bölge, homojen bölge ve polarize bölge ile ekonomik kalkınma meselelerinin halledilmesinde ele alınmakta ve neticede bölge planlama çalışmalarına ışık tutucu, yol gösterici olmaktadır.

Plan bölge, bölge ve milli kaynakları en iyi şekilde kullanarak ahenkli bir büyüme sağlama gayretinde olan planlama otoritelerinin kullandıkları bir araçtır.

1.4. Ekonomik Kalkınma Düzeyleri Açısından Bölge Ayrımı

Ekonomik kalkınma düzeyleri açısından bölgeleri (ya da şehirleri) gelişmiş bölge (ya da şehir), az gelişmiş bölge (ya da şehir) ayrımına tabi tutmak mümkündür. Bu ayrımın yapılmasındaki ölçüt, o ülkenin ortalama gelir seviyesidir. Ülke ortalamasına eşit ya da üstünde gelir seviyesine sahip olanlar gelişmiş bölge, ülke ortalamasının altında gelir seviyesine sahip olanlar ise azgelişmiş bölge olarak adlandırılmaktadır.

Dinler ise (1991, 140) ekonomik kalkınma düzeyleri açısından problemlili bölge türlerini üç başlık altında incelemiştir:

A. Az Gelişmiş Bölgeler: Az gelişmiş bölgelerin, sosyo-ekonomik gelişmişlik kıstasları ülke ortalamasının altındadır. Az gelişmiş bölgelerin ülkelerin içinde bulunduğu ekonomik konjonktürden ne yönde etkileneceğini tahmin edebilmek için öncelikle bölgenin özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir. Az gelişmiş bölgelerin genel özellikleri şöyle sıralanabilir:

1. Şehirleşme oranı, ülke şehirleşme oranının altındadır.
2. Tarımsal nüfus oranı, ülke ortalamasından yüksektir, ancak hakim sektör niteliğinde olan tarım geridir.
3. Doğurganlık oranı ve çocuk ölümleri oranı ile genç nüfus (0-14) oranı, ülke ortalamasının üzerindedir.
4. Bölge'de modern endüstriler gelişmemiştir, geleneksel faaliyetler varlığını sürdürmektedir.
5. İşsizlik oranı ülke ortalamasının üstündedir.

6. Fert başına düşen milli gelir, ülke ortalamasının altındadır ve adaletsiz gelir dağılımı söz konusudur.

7. Alt-yapı (yol, su, elektrik, haberleşme, sağlık ve eğitim hizmetleri) tesis ve hizmetleri, ülke genelinden daha kötüdür.

Bunlara ek olarak bu bölgelerdeki marjinal tüketim eğilimi yüksektir, okur-yazar birey sayısı düşüktür. Sosyo-kültürel yapı gelenekseldir ve feodal niteliklere sahiptir. Genellikle mal ya da hizmet üretiminin tamamı tüketilir. Bu bölgelerin aynı zamanda içinde bulunduğu durumdan kaynaklanan ve gelişmelerini önleyici bazı etkenler şöyle sıralanabilir (Şanlı, 1977:141):

1. Azgelişmiş bölgeden gelişmiş bölgeye doğru olan göç, az gelişmiş bölgenin gelişmesinde sürükleyici motor görevi yapacak olan nüfusun bölgeyi terk etmesine yol açmaktadır.

2. Gelişmiş bölgenin çekiciliği, daha fazla kâr sağlaması, az gelişmiş yöredeki sermayenin gelişmiş bölgelere transferine yol açmaktadır. Bu durumda az gelişmiş bölgede yatırımlar için gerekli olan sermaye kaynakları azaltmaktadır.

3. Gelişmiş bölgede büyük bir verimlilik düzeyine erişmiş olan işletmeler karşısında, az gelişmiş bölgedeki düşük verimli işletmeler ve el zanaatlarındaki faaliyetler mutlak olarak azalacak, ticaret geri kalmış bölgenin aleyhine gelişecektir.

4. Sanayileşme, gelişmenin dinamik gücünü teşkil ettiği halde, az gelişmiş bölgelerin karakteristik vasfını, tarımsal bünyeye sahip olmaları oluşturmaktadır. Ancak en önemli fark, üretim faaliyetlerindeki verimlilik seviyelerinden kaynaklanmaktadır. Az gelişmiş bölgenin tarım verimliliği gelişmiş bölgeye göre daha düşüktür.

5. Az gelişmiş bölgenin iyi bir yol şebekesine sahip olmaması ve kamu hizmetlerindeki yetersizlik gelişmeyi önleyici faktörlerdendir.

Her ülkenin sınırları içinde yer alan bölge ya da alanlarda ekonomik ve sosyal bakımdan farklılıklar olabilir. Farklılıklar ülkeden ülkeye değişmekle birlikte azgelişmiş ülkelerde daha fazladır (Erdoğan, 1993: 459). Türkiye'de Doğu Anadolu, Batıya göre; İtalya'da Kuzey, Güney'e göre az gelişmiştir. ABD'de yoksul Güney sorunu vardır. Ülkeler bu farklılıkları bölgesel kalkınma projeleriyle çözmeye çalışırlar.

B. Duraklamış Bölgeler: Duraklamış bölgeler, gelişmiş ülkelerde karşılaşılan bir problemlili bölge türüdür. Sanayi devriminden itibaren gelişme sağlayarak nüfus yoğunluğu artan bir sanayileşmiş bölge, zamanla herhangi bir nedenle eski canlılığını kaybetmeye başlayabilir. Bölgede işsiz sayısı artar, fert başına düşen gelir gerilemeye başlar. Daha önce hareketliken canlılığını kaybeder. Bu bölgelerin duraklamasının sebepleri 2'ye ayrılabilir. Birincisi, bu bölgelerdeki sanayiler, ekonomik gelişme ile birlikte gerileyen sanayiler niteliğine bürünmüş olabilirler. İkincisi, bölge gelişen ulaşım teknolojisine göre pazara olan yakınlık üstünlüğünü, başka merkezlere kaptırmış olabilir (Dinler, 1994: 142).

C. Aşırı Kalabalık Bölgeler: Ekonomik gelişmenin başladığı, kalkınma kutbunun bulunduğu bölgeler giderek kalabalıklaşırlar. İlk safhalarda ülkenin gelişmesi açısından uygun görülen bu bölgeler, daha sonra diğer bölgelerden göç akınına uğradıkları için çözümü güç sorunlarla karşı karşıya kalırlar. İşletmelerin üretim maliyetini artıran eksi dışsal ekonomiler ortaya çıkar, bölgede yaşayan insanlara belirli hizmetlerin götürülmesindeki güçlükler artar. İnsanların işe gidiş-gelişlerindeki ulaşım giderleri ve çevresel sorunlar artar. Büyük kentlerin ve dolayısıyla aşırı kalabalık bölgelerin, çözümü giderek güçleşen sorunlarının aşılması çabaları, bu kalabalık merkezlerin daha da

büyümelerinin durdurulmasını ve en uygun kent ölçeğinin ne kadar olması gerektiği sorunlarının tartışmasını gündeme getirmektedir (Dinler, 1994: 143).

Günümüzde hemen hemen bütün ülkelerin bölgelerarası dengesizlikleri gidermek için müdahalede bulundukları görülmektedir. Kapitalist ve sosyalist ülkelerin dengesizlikleri gidermedeki politikaları farklılık arzetsse de amaçlar büyük benzerlikler gösterirler. Fransa, İngiltere ve İtalya gibi kapitalist ülkeler aşırı derecede büyüyen başkentlerinin yükünü hafifletmek için önlemler alırken, Rusya, Çin, Küba gibi ülkeler de büyük kentler dışında gelişmeyi özendirmek ve bölgesel dengesizlikleri gidermek için önemli ilerlemeler kaydetmişlerdir. Bu ülkelerin müdahalesi ekonomik, parasal, toplumsal ve yönetsel önlemleri kapsamaktadır.

Başta yatırım politikası olmak üzere, çeşitli politikalardan yararlanarak, bölgelerin gelişmesini sağlayan stratejileri başlıca üç grupta toplamak mümkündür (MGK, 1993: 37):

A. Birinci strateji eldeki kaynakları ülkenin her yanına eşit olarak dağıtmaktır ki bunun adına yerelleştirme (Adem-i merkeziyet / Decentralization) denmektedir. Ekonomik etkinliklerin merkezde toplanmasının sağladığı ekonomik üstünlükler ve altyapı üstünlükleri, bu eşit dağıtım politikasının ekonomistlerce eleştirilmesine, savurganlık sayılmasına yol açmaktadır.

B. İkincisi, yatırımların belirli büyüme kutuplarında, ya da çekici merkezlerde yoğunlaştırılmasıdır. Bu büyüme kutuplarının, geri kalmış bölgeler içinde seçilmesiyle, hem yığılmanın yararlarını elde etme, hem de bölgesel dengesizlikleri, giderme imkanı vardır.

C. Üçüncü tür strateji, geri kalmış bölgelere, bazı yatırımlar açısından öncelik tanınmasını öngörür. Bunlar ya kamu hizmeti yatırımları, ya kalkınmaya dolaysız bir biçimde etki yapan ekonomik yatırımlar, ya da her ikisinin bir karışımı niteliğini taşıyabilir.

Bu strateji türlerinden son ikisi hem ekonomik gelişmeyi, hem de toplumsal adaleti her ikisinden de büyük özveride bulunmaya gerek kalmadan gerçekleştirdiği için daha çok tercih edilmektedir.

1.5. Kalkınma Kutupları

Kutuplaşma teorisi İsveçli iktisatçı Gunnar Myrdal tarafından ortaya atılmıştır. Bu teoriye göre gelişmiş ülkelerle az gelişmiş bir ülke arasında, serbest ticarete dayanan bir ortaklık kurulunca, zengin ülkeler daha zengin, yoksul ülke ise daha yoksul duruma gelir. Bunun nedeni, az gelişmiş ülkedeki vasıflı emek ve sermaye gibi üretim faktörlerinin, sağlayacağı yüksek gelirler dolayısıyla, gelişmiş yörelere göç etmesi ve az gelişmiş ülke sanayinin gelişmiş ülkelerin rekabeti karşısında korumasız durumda kalmasıdır. Dolayısıyla az gelişmiş ülkeler hem faktör akımları, hem de kurulu ve kurulacak endüstrilerin dış rekabete dayanamaması dolayısıyla, serbest ticaretten zarara uğrarlar (Gümrük birliği vb. entegrasyon hareketlerinde örnekleri görülebilir). Teori yalnız ülke bazında değil, bir ülkenin içinde bulunan çeşitli bölgeler bazında da kendini gösterir (Seyidoğlu, 1992:513).

Az gelişmiş ülkelerde kalkınma kutbu olarak adlandırılan iktisadi faaliyetlerin toplandığı ya da yoğunlaştığı bölge ya da merkez şu şekilde ortaya çıkmaktadır (Erdoğan, 1993: 460): Az gelişmiş ülkelerde gelişmeyi başlatmak, gelişmiş ülkelerde ise, bir tarihi olgu olarak ortaya çıkan bölgesel dengesizliği ortadan kaldırmak amacıyla durgun bölgelerin yapısındaki belli yörelerde, gelişme merkezleri (kalkınma kutupları) oluşturmaya

alışılmaktadır. Kalkınma kutbu az gelişmiş bir bölgenin yapısında gelişmeye hazır bir yörede kalkınma hamlelerinin başlaması ve hızla verimlilik kazandıktan sonra bütün bölgeye yayılması şeklinde de tanımlanabilmektedir. Böylece ekonomik gelişmeyi başlatmak ya da başlamış olan gelişmeyi tüm ülkeye yaymak mümkün olacaktır.

Kalkınma kutuplarının ortaya çıkmasında hareket noktası sürükleyici ya da motor denilen birimlerdir. Kutup ekonomik gelişmeyi başlatacak böyle bir birimin varlığıyla oluşabilir. Sürükleyici birim bir işletme gibi basit bir birimde, birçok birimin içiçe birarada bulunmasıyla ortaya çıkan endüstriyel kompleks de olabilir (Dinler, 1994: 402).

Az gelişmiş bir bölgede, sürükleyicilik özelliğı taşıyacak olan işletme ya da endüstrinin sahip olması gereken özellikler şunlardır (Dinler, 1994: 403-404):

A) Sürükleyici endüstrinin istihdam imkanları sağlayan genç bir endüstri olması gerekir.

B) Sürükleyici endüstrinin kendisi gelişirken, mümkün olduğu kadar çok sektörü de, beraberinde geliştirmesi gerekir ki bu da diğer sektörlerle önsel ve gerisel bağıllık katsayılarının yüksek olmasını ve bu endüstri çıktılarına yönelen talebin, gelir ve fiyat esnekliklerinin büyük olmasını gerektirir.

C) Sürükleyici sektörün, ortalamanın üstünde önemli bir büyüme hızına sahip olması gerekir.

D) Sürükleyici sektörün, diğer sektörler üzerinde kesin hakimiyeti bulunmalıdır.

Sürükleyici sektör bu özelliğini (sürükleyicilik özelliği) ancak belirli bir süre devam ettirebilir ve bu özellik sektörün faaliyette bulunduğu yöre ile bağlantılıdır, yani bir sektör bir yörede sürükleyici iken, bir başka yerde bu niteliğe sahip olmayabilir. Ayrıca belirli bir yörede kurulan endüstriyel faaliyetin otomatik olarak kutup oluşturacağı düşünülemez. Kutbun oluşması için, sürükleyici birimin faaliyette bulunduğu yöredeki tüm faaliyetlere egemen olabilecek bir üretim hacminde olması gerekir.

1.6. Turistik Kalkınma Kutupları

Ekonomik kalkınma, yatırımların, tüm ülke yüzeyine ya da ekonomik alana serpiştirilmesi şeklinde bir politika ile sağlanamaz. Ekonomik kalkınmanın başlangıcındaki bütün ülkeler, ekonomik faaliyetleri belirli sayıdaki ayrıcalıklı bölgelere yığmak zorundadır. Ancak bu şekilde bir hareketle, kalkınma hamlesini başarmak mümkün olacaktır. Fransız ekonomist François Perroux'un "Ekonomik gelişme, her yerde birden görülmez, farklı şiddetlerde çeşitli nokta ya da kutuplarda oluşur, çeşitli yollardan değişen nihai etkilerle tüm ekonomiye yayılır" şeklinde açıkladığı bu görüş, bir çok ekonomist tarafından da kabul edilmektedir (Dinler, 1994:401).

Bu görüşlerin benimsenmesi durumunda cevap bulunması gereken iki soru vardır:

1) Birinci soru, dengesiz kalkınma durumunda hangi sektörlerle öncelik verileceği,

2) İkinci soru ise, öncelik verilecek sektör ya da sektörlerin hangi yöre yada yörelerde faaliyette bulunacaklarıdır.

Öncelik verilecek sektörün diğer sektörlerle yoğun bir bağlantıya sahip olması gerekmektedir. Böylece öncü sektörde yaşanan gelişme diğer sektörlerle de yansıtılacak, yani gelişme kutbu kendisiyle birlikte diğer girdi aldığı sektörleri de etkileyecek ve kalkınma hamlesini başarmak mümkün olacaktır.

İşte turizm sektörü içinde değerlendirilen işletmeler (konaklama, yeme-içme, eğlence, ulaşım vb.) hem yatırım, hem de işletme dönemlerinde bir çok sektörden (tarım, sanayi vb.) önemli miktarda girdi almak durumundadır. Bundan dolayı turizm sektörüne olan talebin yüksekliği bu sektörlerin üretim hacimlerini de arttıracak ve kalkınma kutuptan çevreye doğru yayılacaktır.

Ülkelerin turizm politikası saptamasının sebeplerine bakılacak olursa (Olalı, 1980:33) :

1. Turizmin kamu sektörü tarafından yönetilmesi gereken büyük bir ekonomik ve sosyal faaliyet olması,
2. Sektörün büyük bir alt yapı ihtiyacı meydana getirmesi,
3. Gelişmekte olan ülkelerde özel teşebbüsün yeterli düzeyde gelişmemiş olması,
4. Dış ödemeler dengesindeki açıkların kapatılmasında dış aktif ve pasif turizmin önemli rolü,
5. Turizmin konjonktürel dalgalanmalara aşırı duyarlı bir sektör olması gibi faktörlerin yanı sıra, turizm sektörünün diğer sektörlerle olan yoğun ilişkisi ve turistik kalkınma kutuplarıyla dışsal ekonomiler açısından tümüyle

uygun bir çevre oluşturma isteği de devlet müdahalesinin en önemli sebeplerindendir.

Bir ülkede turizm sektörünün gelişmesi, ekonomi politikalarında turizm sektörünün öncelikli sektör olarak kabul edilmesi, sektörün yaralanabileceği ekonomik göstergelerdeki değişiklikler ve benzeri dışsal ekonomi oluşturabilecek faktörler konaklama işletmelerinin bunlardan yararlanmasına neden olmaktadır. Mümkün olduğu kadar dışsal ekonomi sağlamaya yönelmiş konaklama işletmeleri, kuruluşlarını ve gelişmelerini, kendilerinin faaliyetleri ile dışsal ekonomi sağlayan diğer işletmelerin bulundukları ve devletin faaliyetleri sonucu işletmelerin maliyetlerini düşürücü bir takım hizmetlerin sağlandığı öncelikli yörelerde gerçekleştirirler. O halde işletmeler dışsal ekonomilerden yararlanmak için alt ve üst yapının tamamlandığı, ekonomik canlılığın başladığı, ekonomi plan ve politikalarında bir takım teşviklerle desteklenen yerlerde toplanırlar (Timur, 1990:116).

Turizm Bakanlığı turistik kalkınma kutupları oluşturabilmek amacıyla, Antalya, Muğla ve Kapadokya için üç farklı turizm gelişim planı hazırlamıştır (Küçüktopuzlu, 1990:99).

Bu üç turizm gelişim planından biri olan Güney Antalya Turizm Gelişim Projesinin temel amaçları (TMMOB , 1996:108):

1. Bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimine turizmin katkısının sağlanması ve arttırılması,

2. Dengeli bir bölgesel kalkınmayı gerçekleştirebilmek için, turizmin bölgenin diğer sektörleriyle bütünleşen bir biçimde ele alınmasıdır.

Bölgesel turizm gelişme merkezi Kemer olan ve turistik kalkınma kutbu oluşturmak amacıyla hazırlanan Güney Antalya Turizm Gelişim Projesinde, işletmelere dışsal ekonomi sağlayabilmek amacıyla çeşitli kolaylıklar da getirilmiştir. Bu kolaylıklar (Ministry of Tourism, 1991:2) :

- 1) Ek finansman ve teşvik imkanları,
- 2) Her türlü alt yapısı hazır, uzun vadeli (49 yıllık) arazi tahsisleri,
- 3) Eğitimli işgücü,
- 4) İşletmelerin mal ve hizmet ihtiyaçlarını karşılayabilecek iyi organize olmuş üretim sistemleri ve
- 5) Güvenli, bakımlı ve sağlıklı çevre olarak özetlenebilir.



İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

2.1. Turizmin Moneter Ekonomik Etkileri

Turizmin ülke ekonomilerindeki moneter etkileri turizmin dış ödemeler dengesine etkisi, gelir etkisi, iç fiyatlara etkisi ve devlet gelir ve harcamalarına etkisidir.

2.1.1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Ödemeler dengesi, bir ülkenin bir yıl içinde diğer ülkelere çeşitli nedenlerle yaptığı ödemelerle diğer ülkelerden sağladığı dövizleri (ya da döviz karşılığı milli parayı) gösteren bir tür bilançodur (Alkin, 1978: 7).

Uluslararası turizm sebebi ile elde edilen dövizler, döviz arzı ve talebini etkilemektedir. Bu etki, turist kabul eden ülkede döviz arzını, turist gönderen ülkede ise, döviz talebini uyarıcı ve artırıcı rol oynamaktadır. Neticede turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi karşımıza çıkmaktadır (Şahin, 1990: 36).

Görünmeyen ithalat olarak isimlendirilen dış pasif turizm hareketleri ile görünmeyen ihracat olarak adlandırılan dış aktif turizm gelirleri ödemeler dengesinde yer alırlar, diğer etkenler yanında ülkenin turizm sektörünün gelişme seviyesine bağlı olarak olumlu veya olumsuz etki gösterirler.

Ekonomik yönden bir ülkeye turist gelmesiyle o ülkeye mal ihracı veya vatandaşların turist olarak dış ülkelere gitmesi ile mal ithali arasında hiçbir fark sözkonusu değildir. İşte bu sebepten dolayı turizme görünmeyen ithalat

veya ihracat olarak bakılmaktadır. Ayrıca turizm görünmez ihracat şeklinin en önemli kaynağıdır. Çünkü turizmde bir ülkenin mal ve hizmetlerini müşterinin memleketine kadar götürmesi zorunluluğu yoktur (turizmde dağıtım kanalının ters işlemesinden dolayı). Müşteri mal ve hizmetin üretildiği ülkeye gelmekte, böylece ihracı mümkün olmayan (iklim, doğal güzellikler vb.) servet ve hizmetler dahi bir döviz kaynağı haline gelebilmektedir. Buna ilaveten turizm sektöründe, diğer sektörlerde olduğu gibi mal ve hizmetlerin yurtdışına çıkışından kaynaklanan, devletin diğer sektörlerle eşdeğer anlamda bir mâli yük altına girişinden de söz etmek gerekmez (Dinçer, 1993: 59).

Turizm sektörü aynı zamanda diğer dışsatım endüstrilerini tamamlamakta ve döviz akımını kararlılığa kavuşturmaktadır. Sektör yabancı sermaye bağımlılığını azaltmak isteyen ülkeler için de bir şanstır. Çünkü, müteşebbisler için sözkonusu olan teknolojik girdi ihtiyacı turizmde diğer sektörlerle göre en alt düzeydedir.

Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkilerini 2 ana grupta incelemek mümkündür (Şahin, 1990: 37):

1. Ülke vatandaşlarının yurt dışına çıkması sonucu meydana gelen etkiler
2. Ülkeye yurt dışından giriş yapanların meydana getirdiği etkiler.

Her iki etkinin birlikte ele alınması halinde ülkenin dış turizm bilançosunu hazırlamak gerekir. Tablo 2.1., bir ülkenin dış turizm bilançosunun aktif ve pasifinde yer alabilecek kalemler hakkında fikir verebilmek amacıyla seçilmiştir.

Tablo 2.1. Dış Turizm Bilançosu

AKTİF		PASİF	
1. Turistik Gelirler (Dış Turistlerin Harcamaları)	DEĞER	1. Turistik giderler (Vatandaşların dış ülkedeki turistik harcamaları)	DEĞER
2. Turistik özel tüketim malları ihracı (içki- özel yiyecek)		2. Turistik özel tüketim malları ithali (içki-özel yiyecek)	
3. Dış turistlerin ülkelerarası ulaştırma teşebbüslerine ödedikleri ücret		3. Turist vatandaşların ülkelerarası ulaştırma teşebbüslerine ödedikleri ücret	
4. Ülkede yapılan yabancı turistik yatırımların kapitalinin ithali		4. Dış ülkelerde yapılan turistik yatırım kapitalinin ihracı	
5. Dış ülkelerdeki turistik yatırımların ülkeye transfer edilen yıllık kârları		5. Ülkede yapılan yabancı turistik yatırımların dış ülkelere transfer edilen yıllık kârları	
6. Milli turistik el emeği gelirlerinden ülkeye vaki döviz transferleri		6. Yabancı turistik ele emeğinin gelirlerinden yabancı ülkelere vaki transferler	
7. Yabancılar kiralanan turistik tesisler için alınan kira bedelleri		7. Dış ülkelerde kiralanan turistik tesislere ödenen yıllık kira bedelleri	
8. Dış ülkelerin, ülkede yaptıkları turistik reklam ve tanıtma giderleri		8. Ülkenin dış ülkelerde yaptığı turistik tanıtma ve reklam giderleri	
9. Dış ülkelerin, ülkedeki seyahat büroları giderleri		9. Ülkenin dış ülkelerdeki seyahat büroları giderleri	
10. Dış ülkelerin milli seyahat acentalarına ödedikleri komisyon		10. Milli seyahat acentalarının dış ülkelerdeki seyahat acentalarına ödedikleri komisyon	
11. Diğer turistik gelir transferleri		11. Diğer turistik gider transferleri	
TOPLAM		TOPLAM	
Borç bakiyesi		Alacak Bakiyesi	
TOPLAM		TOPLAM	

Kaynak : Şahin, 1990:38

Bir ülkenin dış turizm bilançosu yıllık olarak düzenlendiğinde üç durum söz konusu olabilir (Olalı, Timur, 1988: 94).

1) Denk dış turizm bilançosu: Dış turizm bilançosunun denk olması, bir yıl içinde turistik hareketlerden doğan döviz giriş-çıkışının eşit olmasıdır. Bu durumda turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi nötrdür.

2) Aktif dış turizm bilançosu: Aktif dış turizm bilançosu, turistik hareketler sonucu ülkeye giren dövizin, çıkan dövizden fazla olduğunu

gösterir. Bu durumda turizm gelirleri ödemeler dengesinin açıklarının kapatılmasında kullanılabilir.

3) Pasif dış turizm bilançosu: Turistik hareketlerin meydana getirdiği döviz çıkışının, döviz girişinden fazla olmasıdır. İstenmeyen bu durumun giderilmesi, diğer bir ifade ile turistik döviz talebinin azalması amacıyla dış seyahatlerin kısıtlanması, dış seyahat vergilerinin artırılması, kişi başına turistik döviz miktarının sınırlandırılması gibi tedbirler getirilebilir.

Bir ülkede döviz getirisi sağlayarak ödemeler dengesi açıklarını kapatmak amacıyla turizm endüstrisini geliştirmenin hesaba katılması gereken bazı maliyetleri de bulunmaktadır (Barutçugil, 1986: 45).

1) Ziyaretçiler tarafından tüketilen mal ve hizmetlerin dışalım maliyeti: Bunlar yalnızca doğrudan mal ve hizmetlerin dışalımını değil, turiste satılacak malların üretimi için gereken malzeme ve makine dışalımını da kapsar.

2) Konaklama, ulaştırma ve altyapı gibi turizm arzı unsurlarının oluşturulması için dışalım yapılan sermaye mallarının maliyeti.

3) Dışarıdan getirilen üretim faktörlerine yapılan döviz ödemeleri (turizm endüstrisinde yatırım yapan yabancı sermayeye yapılan faiz, kira ve kâr ödemeleri yabancı acenta ve tur düzenleyicilerine ödenen komisyonlar, istihdam edilen yabancı yönetici ve nitelikli işgörenlere ödenen ücretler)

4) Ülke dışındaki hizmetlere, reklam ve tanıtım çalışmalarına ve personel eğitim programlarına yapılan ödemeler.

Bunlar birlikte turizm endüstrisi kurmanın ve geliştirmenin döviz maliyetini ifade ederler.

Bütün bunlara ilaveten turizmin ödemeler dengesi açıklarını kapatmadaki rolü araştırılırken veya ölçölmeye çalışılırken dikkat edilmesi gereken birkaç husus daha vardır (şahin, 1990: 58).

Birinci olarak; turistik dövizleri elde etmek için katlanılan giderler (döviz giderleri) ile döviz gelirleri arasındaki oran 1'in altında olmalıdır.

İkinci olarak; kazanılan bir birimlik dövizin milli para olarak fiyatının 1'den büyük olması gereklidir. Yani net döviz kazancının, bu kazancı elde etmek için yapılan ve milli para ile belirtilen toplam giderlerden fazla olması gereklidir.

Üçüncü olarak da; turizm sektörünün döviz kazancı payının, söz konusu ölkede turizm sektörü bulunmaması durumunda getireceği dövizden fazla olması gerekmektedir ki bu durumda:

Turizm sektörünün değişim oranının ihracat sektörlerinden yüksek olması veya bir mahalli ürünün turistlere satılması sonucu sağlanacak dövizin, fiilen ihracında getireceği dövizden fazla olması,

Turizm sektöründe elde edilen net döviz gelirlerinin diğer sektörlerde kazanılan ya da ithal ikamesi etkisi meydana getiren sektörlerde sağlanan döviz tasarruflarından fazla olması halinde söz konusu olabilir.

2.1.2. Turizmin Gelir Etkisi

Uluslararası turizm hareketleri turist çeken ülkeler açısından büyük miktarlarda döviz kazançlarına neden olur. Turizmin neden olduğu bu gelir etkisinin büyüklüğü, turist çeken ülkenin turizm sektörü açısından dışa bağımlılık oranıyla ilgili olup üç temel faktöre bağlıdır (İçöz, 1987: 32):

1) Turist kabul eden ülkenin ithal mallarına olan bağımlılığı; bu bağımlılık, turizm sektöründe doğrudan kullanılan veya turistler tarafından tüketilen mal ve hizmetlerin doğrudan ithali ile ya da turistik üretim için hammadde, yarı mamul madde ithali nedeniyle ortaya çıkar.

2) Turizm sektörünün ihtiyacı olan kalifiye personelin yurtdışından temin edilmesi ya da personelin eğitiminin yurtdışında yapılması ile ortaya çıkan bağımlılık.

3) Kapital yatırımları ve turistik yatırımlardaki yabancı sermaye oranı ki turizm sektöründe yabancı sermaye iki nedenle tercih edilmektedir;

a) Turizmin gelişmesinin hızlandırılması için, yabancı sermayenin teşvik edilmesi zorunlu olarak görülmektedir (Özellikle sabit alt-yapı ve üst-yapı tesislerinde).

b) Çokuluslu firmaların ülkeye çekilmesi; özellikle otelcilik, tur operatörlüğü, restoran zincirlerinin sektöre girmesi ile bu eğilim artmıştır. Böylece yabancı sermaye kendi talebini de yaratacak ve ülkeye turist girişi artacaktır.

İşte bütün bu faktörler ülkeye giren turistik kazançların geri dönüşünü (sızıntıları) artıran ve turizmin gelir oluşturunca etkisini azaltan sebeplerdir.

Ülkeye gelen turistlerin ve iç turizme katılan ülke vatandaşlarının yapmış oldukları tüketim harcamalarıyla oluşan turizmin gelir etkisinin büyüklüğü, turizm gelirlerinin gayri safi milli hasılaya ya da milli gelire oranlanması sonucu bulunur.

Turizmin GSMH'ya katkısı, çoğunlukla yabancı ziyaretçi harcamalarını cari fiyatlarla tahmin ederek ve bundan turizm sektörü tarafından satın alınan mal ve hizmetlerin maliyetini çıkararak hesaplanır. Diğer bir ifadeyle, yabancı turist harcamaları ile yaratılan GSMH miktarı, turistler tarafından yapılan harcamaların döviz geliri olarak kaydedilmesi ve bu gelirden sözkonusu turistlere yapılan hizmetin maliyetinin çıkarılmasıyla bulunur. Böyle bir hesaplama, turizm gelirlerinin yalnızca yabancı turistlerin ülke içinde yaptıkları turistik tüketim harcamalarından doğan gelir yani turizmden doğan döviz geliri olarak anlaşılmasının sonucudur. İç turizm endüstrisinin henüz yeterince önem taşımadığı ve uluslararası turizmden ekonomik anlamda beklentilerin büyük olduğu azgelişmiş ve gelişen ülkelerde bu hesaplama anlamlı olabilir. Ancak turizm gelirlerini yalnızca dış aktif turizmle elde edilen gelirlerle sınırlamak doğru değildir. Özellikle gelişmiş ülkelerin çoğunda iç turizm harcamaları toplam turizm gelirlerinin çok önemli bir kısmını oluşturduğundan hesaplamaların iç ve dış turizm birlikte yapılması daha doğru ve anlamlıdır (Barutçugil, 1986: 51-52).

Ekonomide turizmin gelir etkisi çarpan kavramı ile açıklanmaktadır (Şahin, 1990, 41). Çarpan; "marjinal harcamaların, ihracatın ve tüketim eğiliminin gelirler üzerindeki teorik ve kantitatif etkisini tayin eden katsayı" veya "harcamalardaki değişmelerin milli gelirde neden olduğu değişmelere oranı" şeklinde tanımlanmaktadır (Lipseý ve diğ. 1987:517).

Keynesçi ekonomiye göre, bir ulusal ekonomide yatırım harcamaları, tüketim harcamaları ve ihracat gibi harcama kalemlerinin biri veya

birkaçındaki artış, milli geliri birkaç kat daha fazla artırır. Buna çarpan mekanizması ve milli gelirin kaç misli fazla artacağını gösteren katsayıya da çarpan katsayısı denir (Seyidoğlu, 1992: 122).

Çarpan mekanizmasının reel anlamda işleyebilmesi için toplam arz fonksiyonunun sonsuz elastikliğe sahip olması gerekir. Bunun için (Demirci ve diğ, 1992: 284):

a)Mekanizmanın her safhasında atıl işgücü ve kapasitenin bulunması,

b)Ekonomide hammadde ve yardımcı malların elde edilmesinde güçlüklerin bulunmaması gereklidir.

Bu şartlar sağlanmadığında toplam arz fonksiyonu elastikliğini kaybetmekte böylece harcama-gelir akımı sadece fiyatları dolayısıyla da nakdi geliri artırıcı yönde işlemektedir (Dinçer, 1993: 63).

Keynes'e göre yatırımdaki büyüme, geliri her zaman kendisinin belirli bir katı kadar artırmaktadır. Yatırım bir kat büyüdüğünde, gelirdeki büyüme yatırımdaki büyümenin iki, üç, dört kat fazlası olacaktır. Yatırım iki kat büyürken, gelir dört kat büyüyorsa çarpan iki demektir (Ajam ve diğerleri, 1988: 78).

Çarpan mekanizmasının işleyişi Seyidoğlu tarafından şöyle açıklanmıştır (1992, 128): Talep yetersizliğinden kaynaklanan işsizlik içinde bulunan bir ekonomide, firmalar yatırım harcamalarını herhangi bir nedenle arttırmış olsunlar. Bu durumda, milli gelir ilk aşamada bu miktar kadar artmış olur. Yatırım harcamaları, yatırım malları endüstrilerinde çalıştırılan faktörlere ücret, maaş, kâr şeklinde ödenmiştir. Dolayısıyla bu gelirlerin sahipleri, kazandıkları gelirin bir kısmını tasarruf edecek (marjinal tasarruf eğilimine

bağlı olarak) geri kalan kısmını ise mal ve hizmet alımlarına harcayacaklardır. Bu ikinci aşamada milli gelirdeki toplam artış, yatırım harcamalarındaki ilk artış ve bu gelirlerin harcanan kısmının toplamı olacaktır. Ondan sonraki aşamalarda da yaratılan her yeni gelirin bir kısmı tasarruf edilip kalan kısmı harcanacak ve toplam harcamalardaki artışlar, adeta suya atılan bir taşın doğurduğu dalgalar şeklinde giderek genişleyecek ve zayıflayacaktır.

Çarpan mekanizması turizm sektöründe de aynen işlemektedir. Çünkü turizm harcamalarının bir bölge üzerindeki direkt etkilerinin yanısıra çarpan gibi dolaylı etkileri de bulunmaktadır.

Turizm hem milli gelir yapısı içinde yer almakta hem de çarpan mekanizmasıyla ekonomi içinde bir gelir etkisi göstermektedir. Şöyle ki (Dinçer, 1993:62):

Turistlerin çeşitli ihtiyaçlarını (konaklama, yeme-içme, ulaşım vb.) karşılamak için harcadıkları döviz kendi toplamı kadar gelir yaratır. Birinci aşamada bu geliri elde edenler bir kısmını tasarruf eder geriye kalan kısmını da mal ve hizmet alımında kullanırlar. Bir kısmı da ithal giderlerine ve yabancı kuruluşlara olan kredi borcu veya faizi gibi ödemelere gider. Böylece milli ekonominin dışına çıkar.

İkinci aşamada birinci aşamadaki gelir sahiplerine mal ve hizmetlerini satarak gelir elde edenler de bu paranın bir kısmını tasarruf edip kalanını harcarlar. Böylece sektörde yeni istihdam olanakları ve buna bağlı olarak da kişisel gelirler artar. Her aşama böyle sürer. Bu süreç ilk elde edilen gelirin giderek azalan etkisi sıfır oluncaya kadar devam eder.

Başlangıçtaki bir turist harcamasının belirli bir zaman süresi sonundaki toplam kümülatif gelir etkisini sağlayabilmesi için çarpılması gereken sayı turizm çarpanı katsayısı olarak tanımlanır (Barutçugil, 1986: 56).

Çarpan katsayısı konusunda klasik model, 1939 yılında kapalı ekonomiler için Keynes tarafından geliştirilmiştir (Timur, 1986: 190).

$$k_t = \frac{1}{1 - mpc}$$

Formülde;

k_t çarpan katsayısını

mpc marjinal tüketim eğilimini ifade etmektedir.

Açık ekonomi modelinde ise dış ticaret de sözkonusu olduğu için ithalat giderlerinin de formüle eklenmesi gerekmektedir. Ancak bu durum doğal olarak (gelir bölge dışına sızdığı için) turizmin gelir yaratıcı etkisini azaltmaktadır. Buna göre çarpan formülü şu şekli almaktadır (Archer, 1977:5).

$$k_t = \frac{1}{1 - c + m}$$

Formülde,

k_t = Çarpan katsayısını,

c = Marjinal tüketim eğilimini,

m = Marjinal ithalat eğilimini,

ifade etmektedir.

Klasik çarpan modeli kapalı ekonomiler için geliştirilmiş bir modeldir. Oysaki açık ekonomilerde ülkeye gelen turistlerin ithal malları kullanma eğilimleri bu ekonomilerde gelir etkisinin azalmasına neden olacaktır. Bu

ekonomilerdeki ithalat eğilimi de dikkate alındığında Lundberg tarafından geliştirilen model şu şekilde formülize edilir (Dinçer, 1993: 63).

$$\text{Turizm Gelir} = \frac{\text{Turistlerin İthal Edilmiş Mal ve Hizmetleri Satın Alma Eğilimi}}{\text{Yerel Halkın Marjinal Tasarruf Eğilimi} + \text{Yerel Halkın Marjinal İthal Eğilimi}}$$

Turist harcamalarının üç tip gelir çarpanı meydana getirdiği kabul edilmektedir.

1) Doğrudan gelir etkisi: İlk harcamanın otel, lokanta, benzin istasyonu ve dükkan gibi işletmelerin sahiplerinin gelirin oluşturmasıdır.

2) Dolaylı gelir etkisi: Çalışanlara yapılan maaş ve ücret ödemeleri ve stokların yenilenmesi gibi ilk doğrudan harcamaların dolaylı etkileridir.

3) Uyarılmış gelir etkisi: Bir ekonomide gelirin, maaş ve ücretlerin yükselmesi sonucu tüketimin artması ve buna bağlı olarak daha fazla ekonomik faaliyet için itici güç yaratmasıdır (Barutçugil, 1986: 57).

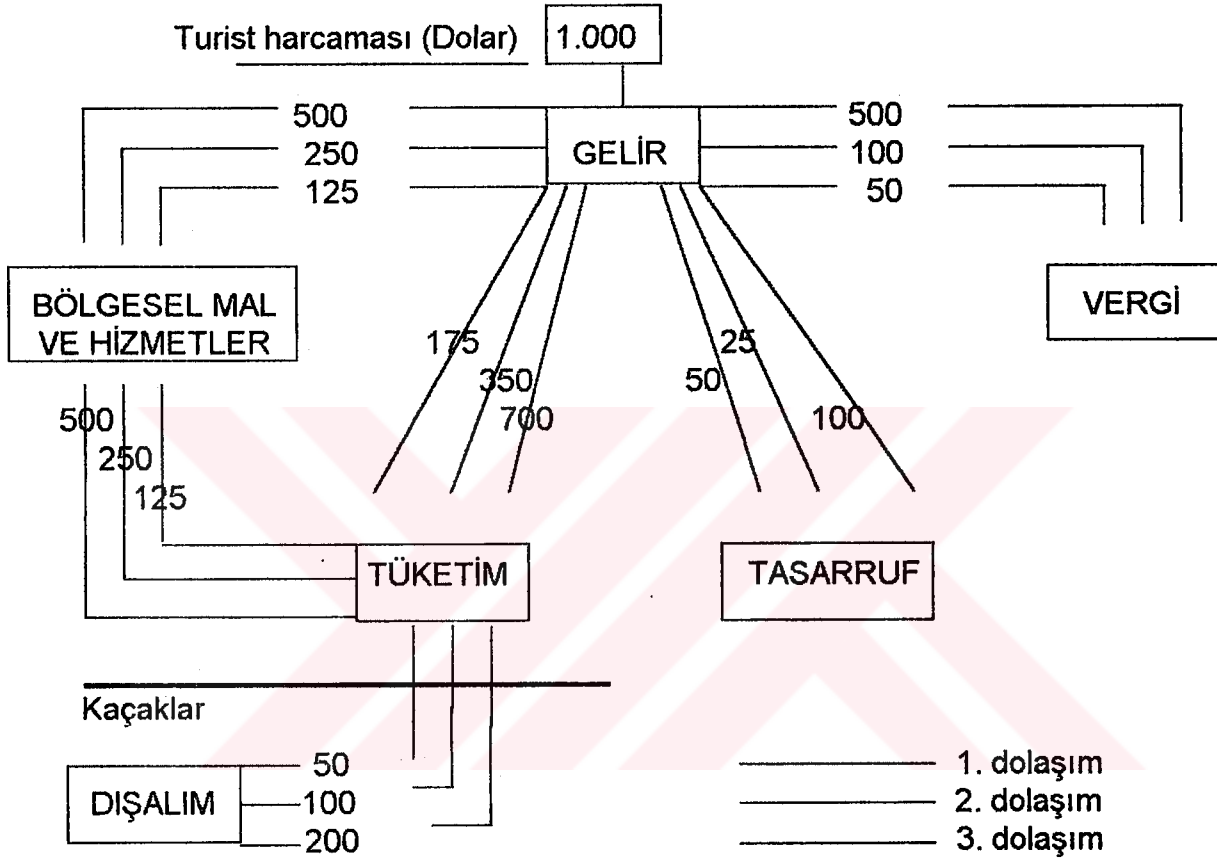
Gelir çarpanına ek olarak, üç farklı çarpan daha kullanılmaktadır (Mathieson, Wall, 1993: 65).

1) Satış veya Değişim Çarpanı: Bu çarpan ekonomideki faaliyetlerde, ekstra bir birim turist harcamasının etkisini ölçer. Turizm harcamalarının iş devrinde (ciro) yarattığı artışın ölçülmesi gibi.

2) Çıktı Çarpanı: Bu çarpan bir birimlik ekstra turistik tüketim harcamasının ekonomideki çıktı düzeyinde oluşturduğu artış ile ilgilidir. Çıktı

çarpanı satış artışına ek olarak envanter düzeyindeki değişimleri de hesaplamakta kullanıldığından satış çarpanlarından farklılık arzeder.

ŞEKİL 2.1. : Bir Ekonomide Çarpan Modelinin İşleyişi



Kaynak: Holloway, 1993: 175.

3) İstihdam Çarpanı: Bu çarpan türü ek bir birimlik turistik harcama ile oluşturulan doğrudan ve dolaylı istihdam artışını gösterir.

Yerli ve yabancı turistlerin tüketim harcamalarıyla oluşan ve çarpanla etkisini artıran turizm gelirlerinin özellikleri şunlardır (İçöz, 1987: 35):

1) Turistik tüketim harcamaları, gelişmiş sanayi ülkelerinden, kalkınmakta olan ülkelere döviz olarak gelir transferi sağlar. Böylece gelişmekte olan ülkede döviz arzı artar.

2) Turizm geliri bazı durumlarda; ülkesel, bölgesel ya da yöresel bir turistik ranta dayanmaktadır. Kum, güneş, temiz hava, deniz gibi sıfır maliyetli ve normal koşullarda ticari niteliği olmayan ya da atıl işgücü, ucuz tarım ve deniz ürünleri gibi düşük maliyetli ve alternatif değerlendirme olanakları son derece sınırlı kaynakların turizm yoluyla değer kazanması ve gelir yaratması söz konusudur. Bu da, ülke milli geliri için düşük maliyetle doğrudan doğruya ek bir gelir katkısı anlamına gelir.

3) Turizm geliri, uluslararası ya da bir ülkede bölgesel ve sektörel düzeyde daha adil bir gelir paylaşımı sonucu da yaratır. 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 milli gelirinde artış sağlaması mümkündür.

2.1.2.1. Turizmin Bölgesel Çarpan Etkisi

Çarpan turistin bıraktığı her birim dövizin değişik sızıntı kanalları arasından geçip, elden ele dolaşarak katlandığını ve büyüdüğünü gösterir. Çarpanın büyüklüğü bölge ekonomisinin karmaşıklığına, turizm sektörünün ve bölge halkının ithal malları ihtiyacı ve eğilimine ayrıca geliri elde eden bireylerin tasarruf eğilimine bağlı olarak değişir (Dinçer, 1993: 63).

Bahsi geçen bölge halkının ithal malları ihtiyacı, ithal malı satınalma eğilimi, geliri elde eden bireylerin tasarruf eğilimi birlikte o bölgedeki ekonomiden sızıntıyı oluşturur.

Tablo 2.2. Çarpan Etkisi: Turizm harcamalarının ekonomi içinde dağılımı

Turistlerin Harcama yaptıkları Yerler	Turizm Endüstrisinin Yaptığı harcamalar	Harcamalardan En Son Yararlananlar
1. Konaklama	- Maaşlar ve ücretler - Bahşışlar, ikramiyeler - Yerel vergiler, gelir vergileri - Komisyonlar	- Muhasebeciler - Reklam ve halkla ilişkiler - Nalbunye dükkanları - Mimarlar - Esnaf ve zanaatkarlar - Avukadlar - Otomobil acentaları - Fırıncılar - Bankalar - Plaj yardımcıları - Kasapalar - Kasiyerler, veznedarlar - Hayır kurumları - Eczaneler, baharatçılar - Tezgahlar, sekreterler - Giyim mağazaları - Kulüpler - Muteahhiller - Yemekçiler - Kültürel organizasyonlar - Mandracılar, sulgüler - Dişçiler - Büyük mağazalar - Doktorlar - Kuru temizlikçiler - Elektrikçiler - Mühendisler ve uzmanlar - Çiftçiler - Balıkçılar - Hamallar, taşıyıcılar - Oto tamir ve bakımçıları - Hediye eşya dükkanları - Yönetim, Eğitim, sağlık, demir, deniz ve karayolları, toplu hizmetler, kalkınma
2. Yiyecek	- Müzik ve eğlence - Yönetimsel ve genel masraflar - Yasal ve mesleki hizmetler	
3. İçki	- Yiyecek, içecek vb. satın alınması	
4. Uluslararası ulaşım	- Malzeme ve üretim maddeleri	
5. Gezi ve Turlar	- Tamir, bakım, onarım ve koruma - Reklam, tanıtım, yayın	
6. Eğlence	- Toplu hizmetler: su, gaz, elektrik, temizlik, çevre vb.	
7. Hatıra ve hediyelik eşya	- Ulaştırma - Lisanslar, izin belgesi - Sigorta primleri - Gayrimenkul ve araç-gereç	
8. Fotoğraf, bant	- Mobilya ve demirbaş eşya - Borçların anapara ve faiz geri ödemeleri - Gelir, kurumlar ve diğer vergiler	
9. Kişisel bakım, ilaç, kozmetik	- Kapital değerlerinin yenilenmesi: Amortisman Yatırımcılara ve yabancı sermayeye geri dönüş (kâr payı ve iştirak hissesi olarak)	
10. Giyim		
11. Değişik		

İthalat Sızıntıları

İthalat Sızıntıları

İthalat Sızıntıları

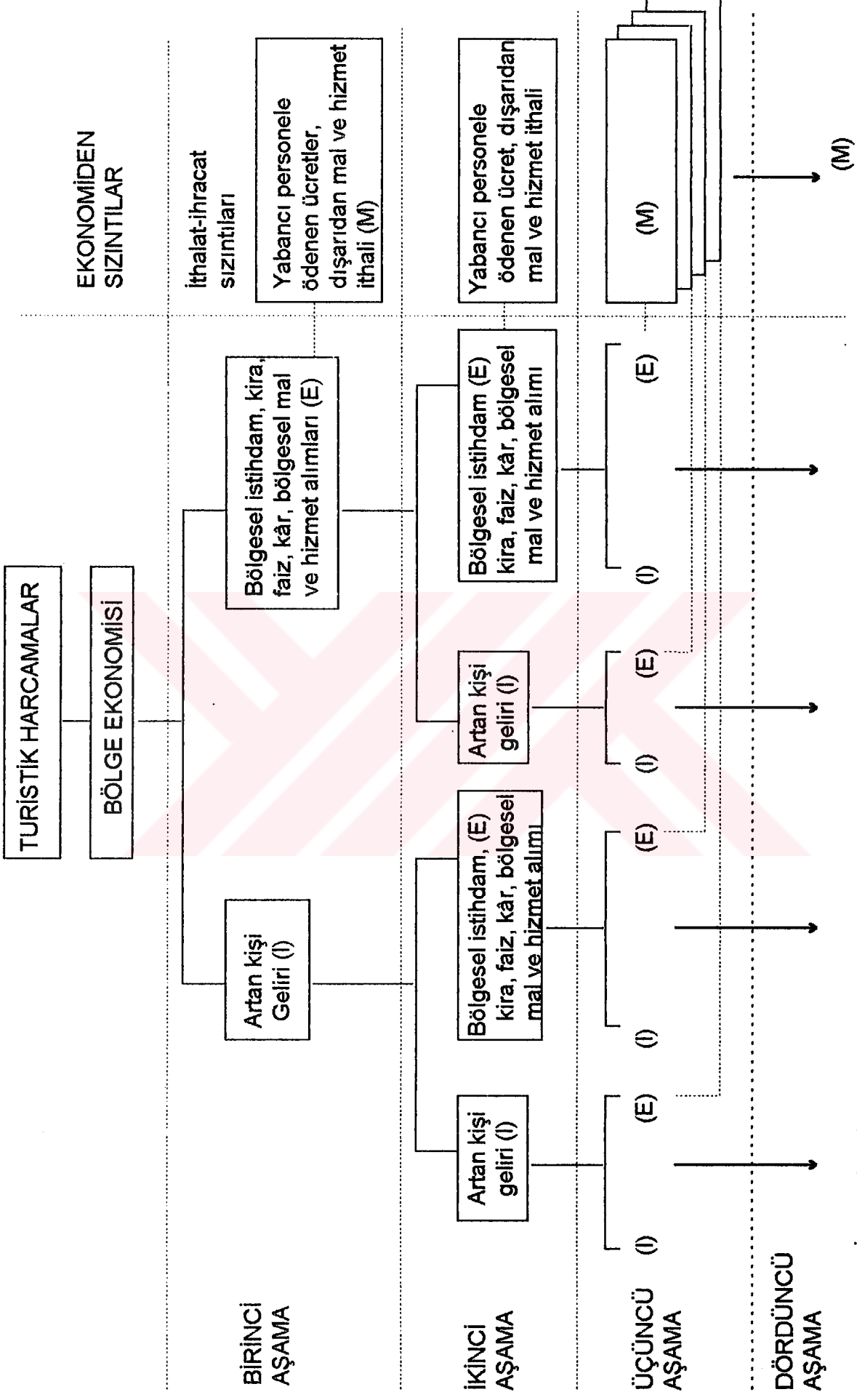
Kaynak : Lundberg ve diğ. 1995: 138

Turizm gelir çarpanı her zaman olumlu sonuçlar sağlamayabilir. Turistler tarafından tüketim alanında harcanan para bazen fayda oluşturmada akıp gider. Ekonomide buna sızıntı denir. Örneğin, bir turistik bölge başka bir bölgeden mal ithal ederse bu mallara ödenmek üzere para turistik bölgeyi terk edecek ve o yörenin gelir çarpan etkisi azalacaktır. Bu sebeple yöresel mağazalar, nakliye şirketleri, ithalatçılar, sızıntının yok edilmesine yardımcı olmak amacıyla bu malların bölge içinde iş imkanı yaratarak üretilmesine çalışmaktadırlar. Diğer sızıntı şekilleri aşağıdaki gibidir (Dinçer, 1993: 65).

- A) Yöresel turistik bölge dışında gerçekleştirilen iş bağlantısından dolayı, seyahat acentası ve tur operatörlerine ödenen komisyonlar,
- B) Yöresel turistik bölge dışında gerçekleştirilen iş bağlantısından dolayı, reklam ve promosyona ayrılan harcamalar,
- C) Başka bir bölgede veya ülkede ikamet eden ve emlakını kiraya veren gayrimenkul sahibine ödenen kira,
- D) Bölge dışında bulunan kişilere ödenen faiz ve kâr,
- E) Bölgedeki bankaların yararlanamadığı turistlerin kullandığı kredi kartı ve seyahat çekleri.

Daha yüksek çarpan katsayısı, bölgenin gelen turistlerin taleplerini kendi üretim imkanları ile daha yüksek oranda karşılayabildiklerini gösterir (Wanhill 1994:1). Böylece turizm sektöründen elde edilen gelirin, turistik ihtiyaçları sağlayabilmek için bölge dışına çıkış oranı düşer yani sızıntı azalır.

ŞEKİL 2.2. : Turistik Harcamaların Bölge Ekonomisi İçindeki Akışı ve Çarpan Etkisi



Kaynak: İçöz, 1987: 38.

2.1.2.2. Turizmin Bölgesel Katma Değer Etkisi

"Ekonomik devre içinde meydana gelen ve ürünlerin nihai değeri ile başlangıçtaki değeri arasındaki fark olarak tanımlanan ek değere katma değer denir" (Ajam ve diğ, 1988: 287).

Herhangi bir sektörün meydana getirdiği katma değer, bu sektörün başka sektörlerden aldığı mal ve hizmetlere yaptığı net katkıdır. Bu net katkı = kâr + amortisman + ücret toplamı olarak belirlenir (Eralp, 1970:34).

Malların üretiminde çeşitli aşamalar vardır. Bu aşamalar ilk üretim aşamasından nihai mal aşamasına kadar bir sıra izler. Her aşamada yapılan üretim belirli miktar katma değer yaratılması ile sonuçlanır. Kırkılan yünün eğrilmesinden tüketicinin satın aldığı hazır konfeksiyon ürünü haline gelişine kadar ki her aşamada bir takım girdiler satın alınıp işlenir ve bir ürün elde edilir. Bu ürünler daha sonra girdi olarak izleyen aşamadaki üreticilere satılır. İşte her aşamada satın alınan girdilere yapılan ödeme ile işlenen malın satışından elde edilen gelir arasındaki fark o aşamada yaratılan katma değeri ifade eder. Bütün aşamalarındaki katma değerler toplanırsa o malı üretmekle yaratılan katma değer tutarı elde edilir. Ekonomideki tüm mallar için yaratılan katma değerler toplandığında (bir yıllık süre içindeki) ülkenin GSMH'sına ulaşılır (Seyidoğlu, 1992: 459).

Turizm sektörünün meydana getirdiği katma değerden kastedilen ise bu sektörün diğer sektörlerden devraldığı mal ve hizmetlere sağladığı net ilavedir (Akkaya, 1986: 218).

Katma değer, sektördeki üretim değerinden her türlü ara malı alışlarını gösteren girdi değerlerinin düşülmesiyle elde edilmektedir. Üretim/hizmet

sürecince ödenen maaş ve ücretler, faizler, kiralar, kâr, amortisman payları ve net dolaylı vergiler brüt katma değeri verir. Bu kalemler içerisinde ödenen maaş ve ücretler, faiz, kira ve kâr toplamı net katma değeri oluşturur (T.C. Turizm Bakanlığı, 1993: 32).

Turizm sektöründe katma değer hesaplaması yapılırken şu şekilde bir sıralama izlenir (Olalı, Timur, 1988: 131):

1) Turistlerin yapmış oldukları harcamaların turistik tüketim tipleri (turistik tüketim tiplerinden; turistlerin yiyecek-içecek, mahalli ulaştırma, eğlence, alışveriş ve çeşitli tüketim harcamaları kastedilmektedir) arasındaki yüzde dağılımı, yabancı ve yerli turistler ayrımı yapılarak tespit edilir.

2) Turistlerin harcamalarını oluşturan kalemlerin sektör ve alt sektörlerle dağılımı yapılır. Bu aşamada;

- a) Konaklama harcamaları; otelcilik içinde,
- b) Yiyecek-içecek harcamaları; lokanta, meyhane, birahane, kebabçı, köfteci, postacı, tatlıcı, börekçi ve kahvecilik içinde,
- c) Mahalli ulaştırma harcamaları; havayolu taşıması, denizyolu taşıması, demiryolu taşıması ve diğer kara taşıması içinde,
- d) Eğlence harcamaları; kişisel ve mesleki hizmetler içinde,
- e) Alışveriş ve çeşitli tüketim mallarına ilişkin harcamalar; toptan ve perakende ticaret içinde düşünülür.

3) Ülkenin "Sektörler Arası İşlemler Tablosu"nda yer alan sektör ve alt sektörlerin "girdi-çıktı oranları" ;

$$\text{Girdi-Çıktı Oranı} = \frac{\text{Sektördeki Girdiler Toplamı}}{\text{Sektördeki Çıktılar Toplamı}}$$

ve "katma değer oranları" ;

$$\text{Katma Değer Oranı} = \frac{\text{Sektördeki Katma Değer}}{\text{Sektördeki Toplam Çıktılar}}$$

ile iç ve dış turizm gelirleri birlikte ele alınarak turizm harcamalarının yarattığı katma değer bulunur.

Turizmin yarattığı katma değer etkisine, Brian H. Archer bölgesel açıdan bir yaklaşım yapmış ve "Bölgesel Katma Değeri Modeli"nde, bölgesel gelir yaratma katsayısı her sektör ve alt sektör için katma değer anlamında hesaplanmıştır (İçöz, 1987: 87).

$$V = \frac{W (1-h-tw) + P (1-tp) + R (1-tw) - \sum_{i=1}^I M_i V_i}{S}$$

Formülde

- Tw : Gelir vergisi,
- V : Her işletme için bölgesel gelir katsayısı,
- W : Bölge halkının brüt maaş ve ücretleri,
- h : Sosyal sigorta ve benzeri primler,
- P : Bölge halkının kazançları,
- tp : Ücret ve maaşlardaki vergi kesintilerini,
- R : Bölge halkının kira gelirleri,
- M_i : i kadar işletme tipine yapılan masraflar,
- V_i : i kadar işletmenin yarattığı bölgesel gelir,
- S : İşletmelerin toplam satış hacmi.

Bu modelin iki elemanı doğrudan ve dolaylı katma değerdir. Doğrudan bölgesel katma değer, bir ünitelik satış hacmindeki ücret ve maaşların, kira gelirlerinin, faiz gelirlerinin ve bölge halkı gelirlerinin toplamı olarak hesaplanmaktadır. Dolaylı bölgesel katma değer ise, bölge ekonomisinin diğer sektörlerden turistik gelir elde eden işletmelerden bölgesel alımları ile zinciri oluşturan diğer alımların sonucunda yaratılan ek katma değeri ifade etmektedir. Modelden bölge halkının dışındakilere yapılan her türlü ödemenin katma değerden sızıntılara neden olduğu kabul edilmiştir.

2.1.3. Turizmin İç Fiyatlara Etkisi

Fiyat, gerek ulusal, gerekse uluslararası piyasada turizm talebini etkileyen en önemli ekonomik faktörlerden birisidir. Fiyat, turist gönderen ülke açısından ele alındığında; gidilen yerin çekim gücü, ulaşılabilirlik şartları, seyahat öncesi bilgi ve hizmetler, ilişkiler ve çekim merkezi imajı gibi faktörlerle birlikte turist çeken ülkeye yönelik talebin belirleyicisi olmaktadır (Olalı, Timur, 1986: 81).

Gerçekten de günümüz turisti diğer birçok faktörlerin yanı sıra, kendisi için en önemli tercih belirleyici faktör olarak fiyatı gözönüne almaktadır. Uluslararası turizmde rekabet şartlarının gittikçe ağırlaştığı ve turizm alanında birçok gelişmekte olan ülkenin yoğun bir faaliyet ve turist çekme çabalarına girdiği gözönüne alındığında, fiyat faktörünün önemi kendisini açıkça göstermektedir (İçöz, 1987: 54).

Fiyat açısından çekici bir hale gelmek isteyen ülkeler milli paralarının değerlerini ayarlama yoluna gidebilirler. Bu durum milli paranın değerinin yabancı paralar karşısında düşürülmesi şeklinde gerçekleşir. Devalüasyon denilen bu işlem sayesinde, dış turizmden gelen turist sayısı ve turist

başına harcama miktarı açısından artış beklenir. Ancak kur ayarlamalarının turizm sektörü için her zaman olumlu sonuçlandığı söylenemez.

Devalüasyonların ya da kur ayarlamalarının turizm açısından başarılı olabilmesi bir takım şartlara bağlıdır (Şahin, 1990: 49):

- a) Devalüasyon, turizmde fiyatların belirlendiği aşamada yapılmalıdır.
- b) Seyahat acentaları ile anlaşmaların ve konaklama tesisi fiyatlarının ülke parası cinsinden tespit edilmesi gereklidir.
- c) İç piyasa fiyatlarının devalüasyon oranında yükselmesi önlenmelidir.

Bahsedilen şartların uygulanması ancak ekonomisi güçlü, kalkınmış ülkelerde söz konusudur. Az gelişmiş ülkelerin birçoğunda günlük ayarlanan kurlar devalüasyon yapan ülkenin turizm girdilerini artırmada yetersiz kalmaktadır. Bunun sebebi ise seyahat acentalarının ya da konaklama tesislerinin fiyatlarını devalüe riski düşük sağlam paralarla tespit etmesidir. Fiyatlar ülke para biriminde belirlenmiş olsa bile üretim girdilerinin fiyatlarında enflasyon nedeniyle sürekli artışlar meydana gelerek ürün fiyatlarını etkilemektedir. Buradan hareketle turizm enflasyon ilişkisinin incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Latince'de şişme anlamına gelen enflasyon tedavüldeki para miktarının, mal üretimine ve arzına oranla aşırı bir artış göstererek fiyatlar genel seviyesinin yükselmesidir. Enflasyonun başlıca sebepleri şunlardır (Demirci ve diğ, 1992: 259):

- a) Talep şişkinliğinden doğan enflasyon: Harcamalar ve ihracat toplamı, üretim ve ithalat toplamını geçtiğinde bu tür enflasyon sözkonusu olmaktadır.

b) Maliyet enflasyonları: 6 nedenle ortaya çıkarlar

- 1) Kısıtlı dış ticaret ve yüksek gümrük vergileri,
- 2) Vergilerin çok yüksek olması,
- 3) Mali monopoller ve eksik rekabetin olması,
- 4) Faiz oranlarının yüksek olması,
- 5) İşçi ücretlerindeki hızlı artışlar,
- 6) Sık sık yapılan devalüasyon.

Turizm-enflasyon ilişkisini enflasyonun oluşma sebeplerinden hareketle incelemek mümkündür. 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 paralel 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 artırılması ile meydana gelen fiyat artışları da maliyet enflasyonu olarak tanımlanmaktadır. Diğer taraftan, turizm sektöründe karşılaşılan bir başka enflasyon çeşidi de gelirlerin artmasına ve sınırlı bir arz kapasitesine bağlı olarak gelişen talep enflasyonudur. Başka bir deyişle toplum harcamaları toplamı, ekonominin mevcut üretim kapasitesi ile üretebildiği toplam mal ve hizmet miktarını aştığı takdirde talep enflasyonu ortaya çıkar. Bu enflasyon türü talep arttığı ve üretim düzeyi yetmeyip arz yetersizliğinde bazı maddeler ithal edildiğinde olur.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde az veya çok kalkınmanın doğal bir sonucu olarak belirli bir fiyat artışı ile karşılaşılır. Fiyatlarda görülen bu artışlar dünya konjonktürünün genel eğilimi yanında, ekonomide yanlış kararlar alınmasına da bağlı olmaktadır. Bu ortam içinde enflasyon, özellikle

bütün sektörlerle yakın ilişkisi olan turizm sektörünü de etkiler (Olalı, Timur, 1988: 295).

Turizm gerek ekonomideki çoğaltıcı niteliği ve gerekse mevsimlik karakteri ile enflasyonun gelişmesine sebep olur. Belli bir mevsim içinde kitlelerin akın halinde geldikleri bölgelerde elastik olmayan turistik arzın aynı oranda gelişmemesi enflasyona sebep olabilmektedir. Enflasyonist fiyat artışlarının turizm harcamalarını ve turizm yatırımlarını etkilediği gibi, turistik tüketim harcamaları da enflasyonu etkileyebilmektedir (Ünlüöner, 1990: 131).

Enflasyonist baskı, özellikle turizm için vazgeçilmez nitelikteki mal-hizmet üretimi ve talebinde kendisini gösterir. Buna karşılık sektör için yardımcı nitelikte olan mal ve hizmetlerde çok defa ikame olanakları bulunduğundan fiyat artışlarının etkisi giderilebilir. Bunlardan birinci gruba vazgeçilmez nitelikteki dayanıksız tüketim malları, ikinci gruba ise alternatifi bulunan ulaşım araçları örnek olarak verilebilir (Olalı, Timur, 1988: 295).

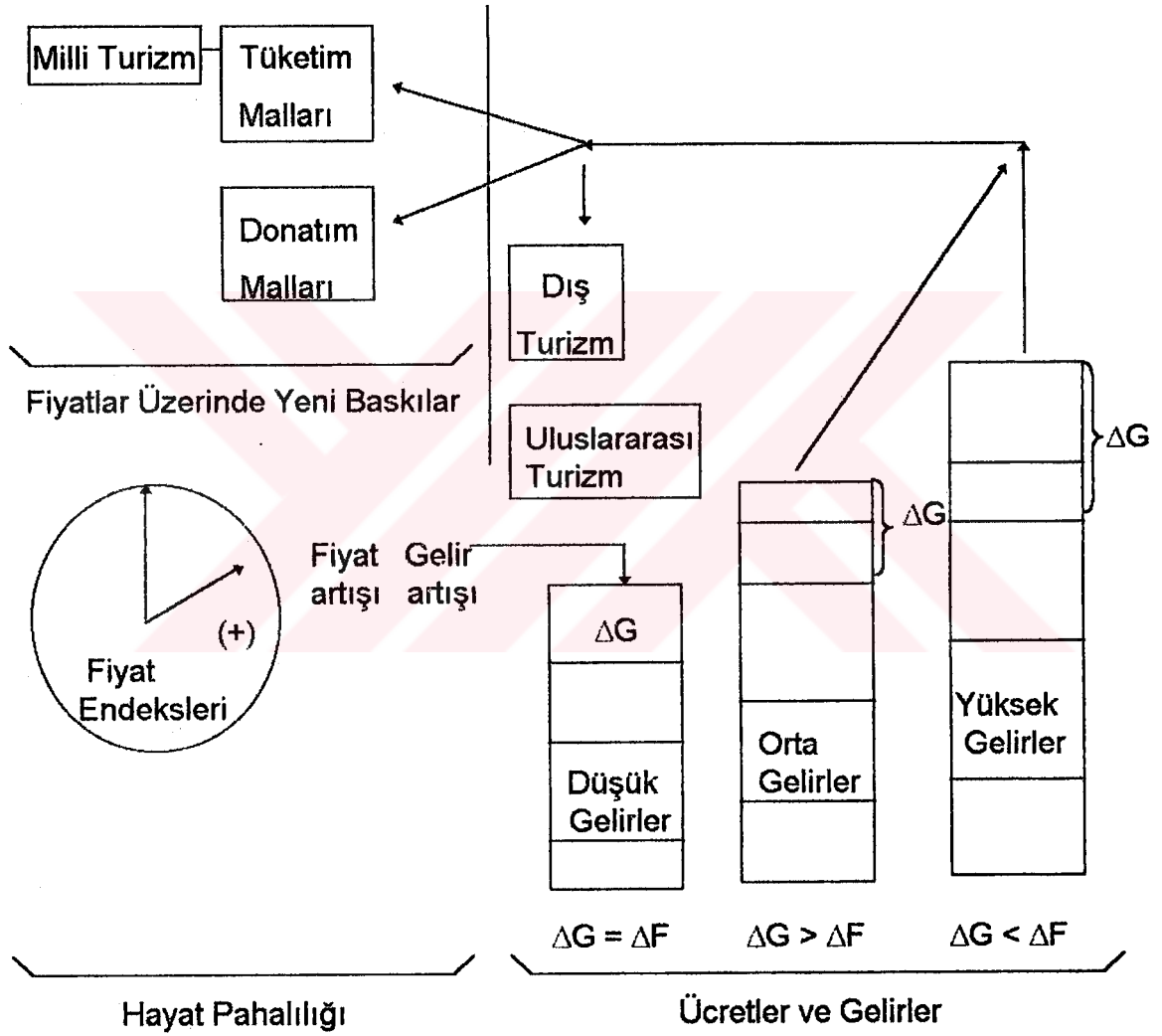
Turistlerin toplam tüketim harcamalarının fiyatlar üzerinde etkili olması için gereken şartlar şunlardır (Dinçer, 1993: 96):

- 1) Ek tüketim talebinin kısmen önemli olduğu elastik talepli mal ve hizmetlerin olması,
- 2) Cari tüketim mal ve hizmetlerin bulunması (turist olanlar ve olmayanlar için),
- 3) Arz ve talep arasındaki bir inelastikiyetin kendisini göstermesi,
- 4) Bölgesel olarak ulaşılabilir bir dengenin olması varsayımında satıcıların kâr maksimizasyonuna ulaşmak için kitle turizminden yararlanması (Akkaya, 1986: 232).

Bu şartlar altında piyasanın fleksibilitesi, zaman ve mekan içinde fiyatların yükselmesine eşit olmayan etkiler yapar, böylece bazı mal ve

hizmetlerin fiyatlarında aşırı yükselmeler görülürken, diğerlerinde daha az ve önemsiz gelişmeler meydana gelir.

ŞEKİL 2.3. : Turizmde Talep Enflasyonu



Kaynak: Olalı, Timur, 1988:302

2.1.3.1. Turizmin Bölgesel Enflasyonist Etkisi

Turizm ülke bazında olduğu gibi, bölgesel bazda da enflasyonu artırıcı etki göstermektedir.

Turistik mal ve hizmet fiyatlarındaki bölgesel artış beş şekilde açıklanabilir (Akkaya, 1986: 233).

1) Fiyat yükselmesi bölgesel tüketimdeki artıştan meydana gelebilir; inelastik özelliği yüzünden turizm arzını kısa dönemde artırmak mümkün olmadığından belli bir bölgeye karşı turizm talebi arttığında, ortaya çıkan bu talep fazlası bölgede fiyat artışlarına yol açabilir.

2) Fiyat yükselmesi bölgedeki üretim maliyetlerinin yükselmesi sonucu olabilir; esas olarak bölgesel bir turistik talep artışı olmadan üretim maliyetlerinin yükselmesi fiyatların artmasına yol açar. Kısaca bu tür enflasyon, üretimin ekonomik ve sosyal maliyetinin yükselmesi karşısında devletin ve girişimcilerin fiyatları üretim maliyetlerinin bir fonksiyonu olarak saptamasından ileri gelir.

3) Fiyat yükselmesi bölgesel talepteki ve üretim maliyetindeki artışların ortak sonucu olabilir.

4) Bölgedeki turizm yatırımları ile turizm talebi arasındaki zaman bakımından dengesizlik fiyatları yükseltebilir; Bölgede artan her gelir ve her talep yatırımları artırıcı bir rol oynar. Ama talepteki artış hızı fazla olduğundan, yatırımların gerçekleşmesi için bir zaman ayrılması zorunluluğu dengenin bozulmasına yol açar. Talep artarken yatırımlar azalmakta, ancak yatırımlar talebin artış hızına yetişmediğinden zaman faktörünün etkisi ile sınırlı olarak

gerçekleşmektedir. Böylece ek talep ile ek yatırımların zaman içindeki dengesizliği fiyatların yükselmesine ve enflasyona yol açar.

5) Turizmin mevsimlik olma özelliğinden dolayı, belli mevsimlerde, turistik bölgelerde kısa süreli kısmi enflasyon söz konusu olabilmektedir. Turizmin mevsimlik karakteri sebebiyle, bu sektörde çalışanların yıllık geliri elde etmek istemeleri de suni olarak fiyatların yükselmesine sebep olabilmektedir (Ünlüöner, 1990: 133).

Enflasyonun sonuçları turizm açısından değerlendirildiğinde (Ünlüöner, 1990: 134);

- 1) Enflasyon tasarrufa imkan vermediğinden iç turizm geriler, orta gelir grubunun turizme katılması zorlaşır.
- 2) İç fiyat artışları, döviz kurlarındaki yükselişi aşarsa, dış aktif turizm olumsuz yönde etkiler.
- 3) Dış pasif turizm gelişir.
- 4) Mal ve hizmetin kalitesi düşer, turist memnun kalmaz.
- 5) Turistleri kandırmak gibi çok tehlikeli eğilimler alışkanlık haline gelebilir.

2.1.4. Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi

2.1.4.1. Turizmin Devlet Gelirlerine Etkisi

Turizm sektörü devletin önemli gelir kaynaklarından biridir. Turizmin geliştiği dönemlerde etkili bir şekilde vergilendirilen turistik tüketim büyük bir kamusal kaynaktır.

Turizmden sağlanacak devlet gelirleri şu şekilde sıralanabilir (Olalı, Timur, 1988: 140):

1. Devletin, turizm sektörü işletmelerinden veya bunların gelirlerinden, turizm faaliyetlerinden elde edilen diğer kazançlardan ve özellikle turizm sektöründe kullanılan üretim faktörlerinden aldığı direkt vergiler,

a) Devletin, sermaye şirketlerine, kooperatiflere, iktisadi devlet teşekküllerine ve vakıflara ait turistik işletmelerin safi gelirlerinin üzerinden belli bir oranda tahsil ettiği kurumlar vergisi, şahıs şirketlerinden alınan gelir vergisi,

b) Konaklama işletmeleri ile yiyecek-içecek işletmelerinden gelir vergisi, bina vergisi, çalışan personelden sosyal sigorta primleri ve gelir vergisi ile belediye harç resimleri ve pul resmi gibi gelir kaynakları mevcuttur.

2. Devlet incoming ve outcoming dış turizmden de gelir elde etmektedir. Ülkeye gelen turistlerin harcamalarından alınan vergiler yanında ayak bastı parası, vize uygulanan ülkelerde vize ücretleri, oyun harçları, lisanslar, resimler, liman vergisi ve benzeri gelirler elde edilir. Vergi gelirlerinin en önemli kalemini, turistlerin satın aldıkları bazı turistik malların ithali sırasında alınan gümrük vergileri oluşturur. Ülke dışına giden vatandaşlardan ise, dış harcamalar vergisi alındığı gibi, getirdikleri bazı eşyalardan da gümrük vergisi alınır.

3. İç turistik tüketim harcamaları da gelir yaratıcı bir faktör olarak ortaya çıkar.

4. Bütün bu gelir yaratıcı faktörler yanında turizmden sağladığı kabul edilen devlet gelirleri, haberleşme ve ulaştırmadan sağlanan gelirler, yükleme

ve iskele resimleri, su ve temizlik harçları ile satış ve pul gelirleri gibi kalemlerden oluşan ve turizme atfedilen diğer gelirler de vardır. Bunlara kamu hizmetlerinden alınan vergi ve harçları, kamu mallarının kullanılmasından alınan vergi, resim ve harçları (milli parklara, müzelere, tarihi yerlere giriş ücretlerini, kara ve balık avcılığı resimlerini vb.) dahil etmek mümkündür.

Turizm devlet gelirlerini artırmakla birlikte, alt ve üst yapının geliştirilmesi ve iyileşmesini, sektörel gelişmenin sağlanması ve benzeri sebeplerle turizm sektörüne yapılan devlet harcamaları, özellikle gelişmekte olan devletlerde vergi karakterli gelir etkisini azaltmaktadır (Şahin, 1990: 51).

2.1.4.2. Turizmin Devlet Harcamalarına Etkisi

Devlet turizm sektörünün finansmanı sağlamakla da ilgilenmektedir. Turizmden çeşitli vergilerle sağladığı gelirleri tekrar turizm sektörüne aktararak bu sektörün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Böylece turizm sektörünün devlet harcamalarına etkisi ortaya çıkmaktadır.

Turizm sektöründe devlet tarafından yapılan temel harcama kategorileri şunlardır (Şahin, 1990: 51):

- 1) Turizmi geliştirme, yönetme ve kontrol gibi araştırma, reklam ve tanıtma, eğitim projeleri ve yönetim görevleri,
- 2) Belirli turistik faaliyetlerin işletilmesi: Örneğin; milli havayolları, devlet otelleri, oyun parkları, müzeler vb.
- 3) Alt ve üst yapı giderleri,
- 4) Turizmin geliştirilmesi için tahsisat, teşvik ve muafiyet tedbirlerinin getirilmesi.

İlk üç madde de sayılanlar doğrudan gider olup, dördüncü madde de ele alınan ise dolaylı gider grubundadır. IUOTO' (Uluslararası Resmi Turizm Örgütleri Birliği) ya göre devletin turizm sektöründeki dolaylı giderleri şu şekilde sınıflandırılabilir (İçöz, 1987: 80):

- 1) İthal edilen turistik gereç, makine ve maddelere uygulanan vergi indirimleri ya da muafiyetleri,
- 2) Turistik işletmelerden alınan vergilerin belirli dönemler için ertelenmesi,
- 3) Vergi şartlarının örneğin 20 yıl kadar dengelenme garantisi,
- 4) Tahsisat ve kredilendirme (toplam maliyetin belli bir yüzdesi oranında),
- 5) Mali yardımlar (en düşük kâr ya da doluş oranının garanti edilmesi gibi),
- 6) Düşük faizle kredi ya da borç verme,
- 7) Çok küçük ya da önemsiz toprak mülkiyetine ya da düşük kira bedellerine izin verme (kamuya ait alanlarda),
- 8) Yatırılan kapitalin, kazançların, faiz ve kâr paylarının tamamına ya da bir kısmına kendi ülkesine geri dönme izni verilmesi (yabancı sermaye için),
- 9) Millileştirmeye ya da kamulaştırmaya karşı garanti verilmesi,
- 10) İşletmelere yapılan sübvansiyonlar, uluslararası ya da iç turizm
- 11) Ulaştırma araç ve hizmetlerine yardım ve sübvansiyonlar.

Turizmin gelişmesi ve turistik faaliyetlerin devamı için devletin katlandığı harcamalar Olalı ve Timur (1988, 143) tarafından beş grupta incelenmiştir:

1. Vergi karakteri taşıyan tedbirler: Turistik amaçlı yatırımlarda uygulanan yatırım indirimleri, bazı vergilerden tamamen veya kısmen muafiyetler, bazı istisnalar, emlak vergisi kanunlarında turizm işletmelerinin belli süreler için vergiden muaf tutulmaları, tesis girdilerini karşılayan ithalat vergilerinin azaltılması veya taksitlendirilmesi, vergi iadeleri gibi uygulamalar vergi karakteri taşıyan tedbirlere örnek teşkil eder.

2) Mali tedbirler: Mali tedbirlerin en önemlisi kredilerdir. Kredi her ne kadar dönüşümü olan bir fon ise de, devletin turizm sektörünü teşvik amacıyla likiditeden vazgeçmesini ifade eder.

Ayrıca devletin hiçbir ücret almadığı ve yaptığı masrafları karşılayamayan az bir ücret aldığı durumlara da rastlanır. Bu durumda devlet turistlere ve bu hizmetlerden yararlanan turizm sektörüne sübvansiyon sağlamış olur.

3) Diğer teşvik tedbirleri: Yukarıdaki amaçlarla getirilen mali ve vergisel karakterli teşvik tedbirleri turizm sektörü üzerindeki vergi yükünü azaltıcı bir etki yaparlar. Turizm personelinin devlet tarafından eğitilmesi gibi tedbirler ve bunların getirdiği harcamalar da bu grupta incelenmektedir.

4) Alt ve üst yapıya ilişkin harcamalar: Yalnızca turizm sektörü tarafından kullanılan alt yapı ve servis yapılarını diğerlerinden ayırmak oldukça güç olmakla birlikte, turistik amaçların ağırlık taşıdığı ve turistik ihtiyaçlara uygun vasıftaki alt yapının tesisi için katlanılan harcamalar ile ülkelerin ekonomik ve politik yapılarının sonucu yapılan üst yapı yatırımları bir gider kalemi oluşturur.

5) İdari harcamalar: Devletin turizm hizmetlerinin daha kaliteli olması için yaptığı idari harcamalar da vardır.

2.2. Turizmin Reel Ekonomik Etkileri

Turizmin reel ekonomik etkileri, istihdam etkisi, diğer ekonomik sektörlere etkisi alt-üst yapıya etkisi ve bölgelerarası dengesizliği giderici etkisidir.

2.2.1. Turizmin İstihdam Etkisi

İstihdam, "bir ülkede çalışmak arzu ve iradesinde bulunan kişilerin iktisadi mal ve hizmetlerin üretimine katkıda bulunarak kendilerine gelir sağlayacak biçimde hizmetlerinden yararlanılması, başka bir deyimle çalıştırılmalarıdır (Baysal, 1984: 149).

İşgücü arzı ve talebi arasındaki ilişkiler değişik istihdam kavramlarını ortaya koyar. İstihdam çeşitleri üç ana başlık altında incelenebilirler (Demirci ve diğ, 1992: 297).

1) Eksik İstihdam: Bir ekonomide mevcut emek arzının tam olarak üretimde kullanılmaması ya da kullanılamaması durumuna eksik istihdam adı verilir.

Eksik istihdamın varlığını anlamak için ekonomideki bir sektörün üretimini azaltmadan diğer sektörde üretimin artırılabilmesi haline bakmak gerekir. Eğer bir sektördeki üretimi artırmak için diğer bir sektördeki üretimi azaltmak gerekmiyorsa bu durumda ekonomide eksik istihdamın varlığı söz konusudur.

2) Tam İstihdam: Bir ekonomideki üretim faktörü emeğin, tamamının üretime katılması halidir. Diğer bir tanıma göre tam istihdam arızı işsizlik hariç

olmak üzere, çalışma iradesi ve kararında olan emek erbabının üretime bilfiil katılabilmesi halidir (Ülgener, 1986: 123).

3) Aşırı İstihdam: Bir ekonomide, emek faktörünün tamamının, tam çalışma halinde bulunmasına rağmen, yine de tatmin edilmeyen taleplerin mevcut olması durumuna aşırı istihdam denir.

Emek arzının, emek talebi karşısında yetersiz kalması durumunu göstermektedir.

Tam istihdam ile fiili istihdam arasındaki farka ise işsizlik denir. İşsizlik çeşitleri: Aşırı işsizlik, arazi işsizlik, mevsimlik işsizlik, konjonktürel işsizlik, bölgesel ve sektörel işsizlik, teknolojik işsizlik ve bünyevi işsizlik şeklinde sırlanabilir (Demirci ve diğ, 1992: 309).

Sürekli artan dünya nüfusu ve yakın geçmişe kadar işsizlik problemini çözmede en etkili araç olarak bilinen yatırım olgusunun artık bu özelliğini yitirmesi ülke ekonomilerinin istihdam konusunda başka çıkışlar aramasına sebep olmaktadır. Şöyle ki (Aydın, 1994: 89).

1950 yılında Almanya'da belli bir birim yatırım (1 milyar mark) 100 kişiye istihdam imkanı sağlamakta idi. 1960'a gelindiğinde yine 1 milyar marklık yatırım bu kez 500 kişiye iş imkanı sağlar hale gelmiştir. 1980'lere gelindiğinde ise her 1 milyar marklık yatırım 250 kişinin işsiz kalmasına sebep olmuştur.

Bu bilgilerden de anlaşılacağı üzere teknolojik yatırım, istihdam sağlama özelliğinden uzaklaşmış, istihdamı azaltarak maliyetleri düşürmeyi amaçlar hale gelmiştir.

Sınai çerçeve içerisinde yeteri kadar istihdam imkanı sağlayamayan ve önemli miktarlarda işsizlik problemiyle karşı karşıya kalan azgelişmiş ya da gelişmekte olan ülke ekonomileri için turizm sektörü ciddi bir seçenek haline gelmiştir. Çünkü, turizm sektörünün, diğer sektörlerle oranla daha emek yoğun bir sektör olduğu kuvvetle savunulmaktadır (Mill, Morison, 1992: 295). Böylece (emek-yoğun özelliğinden kaynaklanan makineleşme ve otomasyonun hemen hemen mümkün olmamasından dolayı) turizm sektöründe teknolojik gelişmeler personel sayısı ihtiyacını minimal oranda azaltmaktadır.

Turizm sektörü sayesinde sağlanan istihdam üç şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlar, doğrudan istihdam, dolaylı istihdam ve uyarılmış istihdamdır (Şahin, 1990:53).

1) Doğrudan istihdam: Gerek turizm sektörüne doğrudan hizmet veren iktisadi işletmelerde, gerekse bunlara bağlı olarak çalışan iktisadi işletmelerde sağlanan istihdamı içermektedir. Konaklama, yiyecek, içecek işletmelerinde, seyahat acentalarında, ulaştırma işletmelerinde vb. sağlanan istihdam bu kategoride ele alınmaktadır.

2) Dolaylı istihdam: Turizm sektörüne, ihtiyaç duyduğu girdileri üreten sektörlerde ve turistik ilişkilerden kaynaklanan harcamalar sayesinde bir takım gelirler elde eden diğer bazı sektörlerde sağlanan istihdamı kapsamaktadır. Bitkisel ve hayvansal üretim yapan iş kollarıyla inşaat ve imalat sanayii işletmelerinde çalışanlar, bazı özel durumlarda turizmin sağladığı “dolaylı istihdam” kapsamında ele alınmaktadır. Örneğin, herhangi bir konaklama işletmesinin bünyesinde açılacak olan ek ünitenin inşa edilmesi aşamasında çalışan işçiler ya da bu işletmenin bir departmanında satışa sunulan hediyelik eşyaları üreten imalat sanayii işletmesinde çalışanlar dolaylı istihdama dahildirler.

3) Uyarılmış istihdam: Bu istihdam türü ise ilk iki istihdam biçiminden yararlananların, bu sayede elde ettikleri gelirleri harcamalarıyla ekonomide oluşan ilave istihdamdır. Uyarılmış istihdamın ortaya çıkmasında turizmin çarpan etkisi önemli rol oynamaktadır. Uyarılmış istihdama turistik tüketim harcamalarının ilk aşamasında elde edilen gelirlerin tekrar harcanması ile ortaya çıkan ikinci derece istihdam etkisi demek de mümkündür.

Turizm endüstrisinde istihdama ilişkin istatistikler oldukça sınırlıdır ve genellikle gerçeği tam olarak yansıtmakta zorlanırlar. Bunun nedenlerini üç ana grupta toplamak mümkündür (Akkaya, 1986: 214):

1) Turiste hizmet veren yerlerde istihdam edilen, kişilerin pek çoğu turizmle ilgili olmayan fakat aynı veya benzer işlerde çalışan kişilerden çok güç ayırt edilebilirler. Örneğin, resmi istatistiklerde konaklama işletmeleri, lokantalar ve diğer yiyecek işletmeleri ile birleştirilirler, ulaştırmanın çeşitli türlerindeki istihdam turizmle ilişkisi belirtilmeden verilir. Seyahat acentaları gibi dar alanlardaki istihdam ise, genellikle başka ve turizmle ilgisi olmayan kuruluşlarla gruplandırılarak istatistiklere alınır.

2) İstihdam istatistikleri yalnızca istihdam edilenleri kapsar, istihdam edenleri ve kendi işlerinde çalışanları ise kapsamaz. Turizm hizmetlerinin büyük bir kısmı dünyanın hemen her yerinde çok sayıda ve küçük ölçekli birimlerde turistlere sunulmaktadır. Bunun sonucu olarak da kendi işinde çalışanların toplam işgücü içindeki oranı önemli bir düzeye ulaşmaktadır. Bu yüzden turizm endüstrisinde istihdam istatistiklerinin yetersiz kaldığı söylenebilir.

3) Turizm endüstrisinde bir çok faaliyet mevsimlik olma özelliğine sahiptir. Ayrıca, turizm işletmelerinde istihdam edilenlerin sayısı yıldan yıla önemli değişiklikler gösterir.

Turizm endüstrisinin bu özellikleri ve veri yetersizliği yüzünden turizmin istihdam sağlayabilmesi açısından önemi konusunda kesin bir yargıya varmak güçleşmekte ve genel tahminler yapılabilmektedir.

Dünya Turizm Örgütü'nün istihdam edilenlerin %75'inin konaklama işletmelerinde yer aldığını söylediği turizm sektörünün özellikleri şunlardır (Aydın, 1994: 98):

A) Turizmin mevsimlik karakterinden kaynaklanan özellikler

1) Turizm talebinin yılın belli aylarında yoğunlaşması, turistik işletmelerin özelliklerine bağlı olarak devamlı personel yanında mevsimlik personel çalıştırılmasına neden olur.

2) Mevsimlik özellik sektörde eksik istihdam şartlarının geçerli olması sonucunu doğurmaktadır. Sosyal mevzuatın gelişmesine ve turizm mevsiminin uzatılmasına bağlı olarak aylara hatta haftalara göre değişme gösteren mevsimlik istihdam oranının azaltılması ve devamlı istihdam şekline dönüştürülmesi büyük oranda gerçekleştirilmektedir.

3) Turistik işletmelerde istihdam edilen personel sayısında mevsimlik talep değişimlerinden kaynaklanan aşırı dalgalanmalara rastlanır.

4) Özellikle turistik kapasitenin hızla arttığı dönemlerde kalifiye işgücüne olan talebin artması, işgücünün turistik işletmeler arasındaki mobilitasını artırır. Kalifiye personele ödenen yüksek transfer ücretleri istihdam giderlerini ve maliyetleri yükselteceğinden gelecek dönemlerde ülkeye yönelik turizm talebinin etkilenmesi sonucunu doğuracağı gibi hızlı personel hareketi hizmet üretiminde kalite düşüklüğüne neden olur.

5) Turizm mevsiminde tam istihdama yaklaşılmakla birlikte, mevsim dışında istihdamın azalması toplumsal açıdan sosyal bir maliyet oluşturmaktadır.

B) Turistik işletmelerin büyüklüğü, istihdam edilecek personel sayısını etkiler.

C) Turizm sektöründe istihdam edilen kadın personel sayısı diğer sektörlerle oranla yüksektir.

D) Sektörde istihdam edilen öğretime tabi tutulmuş ve tutulmamış personel oranı ülkelere, bölgelere ve işletme türlerine göre farklılıklar gösterir.

E) Sektördeki özel çalışma koşulları, uzun çalışma saatleri, hafta sonu ve diğer tatillerdeki yoğun çalışma şartları sektörde çalışanların aile teşkilini zorlaştırdığı gibi, sosyal bakımdan da bazı zorluklar doğurur.

F) Turizm sektörü büyük ölçüde kalifiye personele ihtiyaç gösterir. Değişik karakterlere sahip bir müşteri kitlesi ile her personelin devamlı olarak temas halinde bulunması zorunluluğu, turizm elemanlarının başka sektörlerde, örneğin üretim sektöründen daha iyi yetiştirilmesi zorunluluğunu doğurmaktadır. Örneğin, konaklama sektörü ele alındığında, konaklama personeli prensip itibarıyla dört grupta toplanabilir (İçöz, 1987: 96).

- 1) Yönetici kadro (genel md., genel md. yardımcıları)
- 2) Teknisyenler grubu (resepsiyon şefi, restoran şefi, mutfak şefi, muhasebe şefi, şef barmen, resepsiyonist, personel şefi gibi)
- 3) Kalifiye personel grubu (barmen, kat görevlisi, resepsiyon memuru)
- 4) Vasıfsız personel (bagajcı, vestiyer görevlisi gibi).

Bu personel gruplamasında ilk üç gruba girenlerin gerçekte çok kalifiye ve işini iyi bilen kişiler olması gereklidir.

Turizmin emek-yoğun ve mevsimlik olma gibi karakteristiklerinden kaynaklanan bu özelliklerden dolayı çeşitli işsizlik türleriyle ve bunların ortaya çıkardığı işgücü fazlalığının massedilmesiyle olan ilişkisi aşağıdaki gibidir (Dinçer, 1993: 78).

1) Teknolojik işsizlik ve turizm: "Teknolojik işsizlik, üretimde emek yerine makinenin kullanılması veya teknolojik gelişmeler sonunda birçok kişinin yapacağı işi bir kişinin yapması ve ötekilerin işsiz kalması biçiminde olan işsizliktir." Turizm sektöründe hizmetin çok önemli bir unsur olduğu gerçektir. Dolayısıyla esas görevi ağırlama olan bir sektörün insan gücünü teknoloji ürünleriyle ikame edebilmesi imkanı çok düşüktür. Otel odalarındaki yatakların düzeltilmesi, yemeklerin hazırlanıp servis edilmesi, resepsiyon ve ön bürodaki işlemlerin birçoğu insan emeğine dayalıdır.

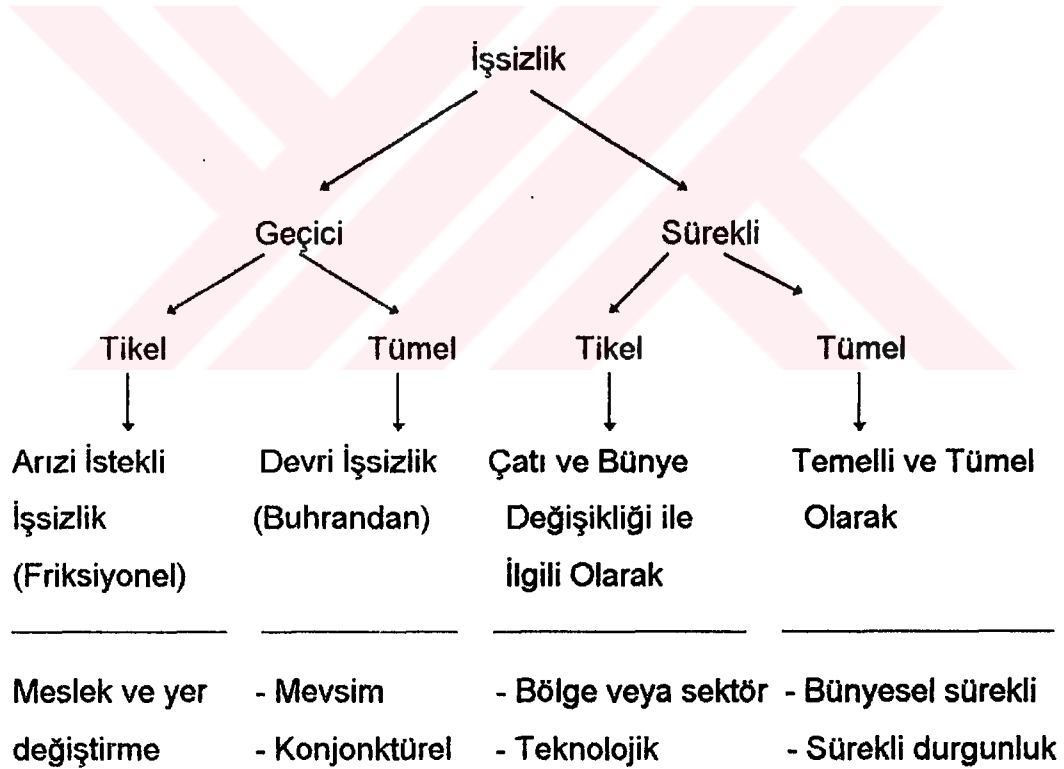
2) Mevsimlik işsizlik ve turizm: Devri işsizlik türünden olan mevsimlik işsizliğin en çok göze çarptığı sektörlerden birisi de turizmdir. Diğerleri tarım ve inşaat gibi sektörlerdir. Belli sezonlarda artış gösteren turizm talebi diğer sezonlarda işgörenlerin istihdamını güçleştirmektedir. Ancak farklı bir bakış açısıyla tarım sektöründeki işgücüne turizm sezonu içinde istihdam sağlayarak tarım sektöründeki mevsimlik işsizliğe çözüm bulunabileceği düşünülebilir.

3) Konjonktürel işsizlik ve turizm: Üretimin aşırı olmasından kaynaklanan bu işsizlik türünün massedilmesinde turizm rol oynayabilir. Turizm hareketlerinin yoğun olduğu sezon içi dönemlerde, turistlerin gittikleri destinasyonlarda yaptıkları alış-veriş vb. faaliyetler, talep yetersizliği sorununu çözebilir.

4) Friksiyonel işsizlik ve turizm: Turizm sektörü diğer sektörlerin bazılarına göre daha yüksek ücretli daha iyi iş olanakları sunmaktadır. Bu durum sektörler arası geçişleri turizm sektörüne doğru hızlandırabilir ve yer/meslek değiştirme sebebiyle geçici bir dönem işsizliğe yol açabilir.

5) Gizli işsizlik ve turizm: Gizli işsizlik özellikle kırsal kesimlerde yoğun olarak gözlenmektedir. Gelişmiş bir turizm sektörü niteliksiz ya da yarı nitelikli işgücü ihtiyacını bu bölgelerden sağlayarak gizli işsizliği belli bir oranda massedebilir.

ŞEKİL 2.4. : İşsizlik Türleri



Kaynak: Dinçer, 1993:77

Turizm sektöründe çeşitli nedenlere bağlı olarak başlayan bir gelişme, sektörün istihdam yaratma gücünü değişik şekillerde etkileyen üç aşamalı bir sürecin harekete geçmesini sağlamaktadır (Aydın, 1994: 101).

1) Birinci aşamada, sağlanacak her yeni istihdam imkanı yüksek maliyetlere katlanmayı gerektirmektedir. Bir başka deyişle, yaratılan her yeni istihdam imkanı için katlanılan ortalama maliyet yüksek olmaktadır. Çünkü bu aşamada, bir yandan altyapı oluşturulurken, diğer yandan da uluslararası turizm talebine hitap edecek niteliklere sahip üst yapı yatırımları yapılmaktadır. Birinci aşamada, her yeni istihdam imkanı için katlanılan maliyetin seviyesini yükselten diğer bir faktör de deneyim ve örgütlenme yetersizlikleridir.

2) İkinci aşama, deneyim birikimi ve örgütlenme yeteneğinin artık kazanıldığı; altyapı ve üstyapı problemlerinin önemli ölçüde halledildiği bir aşama olmaktadır. Bu aşamada, daha az mali yükler getiren tamamlayıcı yatırımlara gidilmekte ve böylelikle, yaratılan her yeni istihdam imkanı için katlanılacak ortalama maliyet seviyesi düşmektedir.

3) Üçüncü aşamaya gelindiğinde ise, yaratılan her yeni istihdam imkanı için katlanılacak ortalama maliyet seviyesinin yeniden yükselmeye başladığı görülmektedir. Bu yükselmenin pek çok sebebi bulunmaktadır. Yeni yatırımlar için daha az uygun alanları seçme mecburiyetinin ortaya çıkması ve buna bağlı olarak gerek arazi gerekse inşaat maliyetlerinin artması, mevcut tesislerin konfor düzeyini yükseltmek için gereken yatırımların yüksek harcamalar gerektirmesi, ulaştırma ve haberleşme yatırımlarını daha geniş alanlara yayma ve kapasitesini genişletme girişimlerinin pahalıya mal olması vb.

Turizm ile istihdam arasında bağlantı kurulup ülkenin istihdam sorunlarına çözüm olup olamayacağına karar verilirken cevaplanması gereken bazı sorular vardır (Matheson-Wall, 1993: 76):

- 1) Seyahat endüstrisinde toplam kaç kişi istihdam ediliyor?
- 2) Ortalama kaç çeşit meslek turizmle ilgilidir?
- 3) Turizm sektöründe istihdamın coğrafi dağılımı nasıldır?
- 4) Hangi nitelikte işgücüne ihtiyaç duyulmaktadır ve bunların istihdamından beklenen yarar ne kadardır?
- 5) Bu istihdamı sağlamak için gereken finansman ne kadardır?
- 6) Bu istihdamın bölge ve ülke ekonomisine katkısı nedir?
- 7) Turizm sektörünün yeni neslin istihdamında etkisi ne olacaktır?

Bugüne kadar yapılan araştırmalar bu soruların hepsine tam net cevaplar verememişlerdir (1., 2., 5. sorular hariç)

Turistik harcamaların meydana getirdiği direkt ve dolaylı istihdam etkisinin hesabında değişik teknikler kullanılmaktadır. Bu teknikler daha çok turizmin dolaysız istihdam etkisini hesaplamaya uygundur. Bu tekniklerin en basitlerinden biri R.Bird-F.Miller ve W.B. Keeling tarafından uygulanmaya çalışılmıştır (Şahin, 1990: 55).

$$\text{Turizmin Meydana Getirdiği İstihdam} = \frac{\text{Turistik İşletme Hacmi}^*}{\text{Toplam Satışlar}} \times \text{Toplam Çalışanlar Sayısı}$$

Turizmin ülke bazında dolaylı ve dolaysız istihdam etkilerinin birlikte ele alındığı genel istihdam etkisinin hesaplanmasında aşağıdaki formül

*Sınırlı iş hacmi: Turizmle ilgili belli projelendirme ve inşaat yatırımında meydana gelecek istihdam imkanlarıdır.

kullanılmaktadır. Formül, genel istihdam çarpanı' * formülünün turizme uygulanması sonucu elde edilmektedir (Dinçer, 1993: 69).

$$\sum_{i=1}^n X_i A_{2i} \times \left[\sum_{i=1}^n X_i V_i \left(\frac{1}{1 - L^n \sum_{i=1}^n X_i V_i Z_i} \right) \right] \sum_{i=1}^n X_i A_{2i}$$

Formülde

i = Tüketici tiplerini,

x = Tüketici harcama kalıbını,

A = Bir ünitelik turistik harcamanın yarattığı direkt istihdam etkisini

V = Her kategori harcamanın yarattığı geliri,

Z = Turistik yöre halkının gelirlerini harcama oranını,

L = Tüketim eğilimini,

$\sum X_i A_{2i}$ ikinci aşamadaki harcamaların yarattığı endirekt istihdam etkisini ifade etmektedir.

Modelde, bir ünitelik turistik tüketim harcamalarının uyardığı istihdam artışı, hem turist kategorileri, hem de her kategori harcamalar ele alınarak ek istihdam etkisi bulunmaktadır ve doğrudan toplam istihdama eklenmektedir. Modele göre, bir ünitelik ek harcamanın her sektörde yarattığı istihdam etkisi bir önceki harcamaya dayanmaktadır (İçöz, 1987: 105).

Doğrudan istihdam etkisine ek olarak, bir önceki harcamaları gelir olarak elde edenlerin yaptıkları harcamaların ortaya çıkarttığı dolaylı istihdam etkisi formülde $X_i A_{2i}$ ile gösterilmiştir.

*İstihdam çarpanı: İlk kez R.F. Kohn tarafından ortaya atılmıştır.

$$K = \frac{N}{\Delta N}$$

N = İstihdam miktarı

ΔN = İstihdam miktarındaki değişme

Turizmin sağladığı istihdam oranını diğer üretim sektörlerinin sağladığı istihdam oranlarıyla karşılaştıran araştırmalar da yapılmıştır. Bu araştırmalara göre bazı ülkelerde turizm ve diğer sektörlerin sağladığı istihdam oranları şöyledir (Dinçer, 1993: 84).

Meksika: 1969 yılında 80.000 dolarlık bir yatırım petrol endüstrisinde 16, metalurjide 15, elektrik endüstrisinde 8 yeni iş olanağı sağlarken, turizmde 41 yeni istihdam imkanı sağlamıştır.

Fas: İlave bir otel odası, 40 kişinin doğrudan istihdamını gerçekleştirmektedir.

Tunus: 1960'lı yılların ikinci yarısında turizm sektöründe yeni bir istihdam imkanı sağlamanın maliyeti 13.300-20.300 ABD doları arasında değişmekteydi. Buna karşılık imalat endüstrisinde bu maliyet 12.700 ABD doları civarındaydı. Tunus'ta 1969 yılında yüksek yıldızlı otellerde sermaye/hasıla oranı 10.7 idi.

Kenya: Turizmdeki 10.000 Kenya poundluk ilave yatırım değeri, 14 kişiye yeni iş imkanı sağlarken, imalat endüstrisinde 13, tarım kesiminde ise 35 iş imkanı sağlanmıştır.

İsrail: 1965 yılında, personel başına sabit sermaye yatırımı, turizm sektöründe otellerde, 23.000 ile 25.000 İsrail Lirası arasında hesaplanmıştır. Bu rakamlar, endüstri kesiminde (17.000 İsrail Lirası) daha yüksektir, ama tarım ve ulaştırma kesimlerinkinden de daha düşüktür.

Türkiye : OECD ülkeleri arasında gelecek 10 yılda ulaşılabilecek istihdam açısından en hızlı büyüme Türkiye'de olacaktır. 2005 yılında sektörde

istihdamın 2.47 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir.(TURSAB, 1995: 36-37).

Tablo 2.3. : Türkiye’de Bazı Sektörlerin İstihdam Yaratma Gücü

İstihdam İçin Yatırım Alanları	Birim başına kapital-istihdam miktarları (milyon TL)	Aynı miktar yatırımla turizmde yaratılan istihdam (kişi)
Ham Petrol Üretimi	240.8	160
Kimyasal Gübre	91.6	61
Enerji	65.0	43
Demir-Çelik	45.0	30
Çimento	40.8	27
Un ve Unlu Ürünler	20.8	14
Meyve ve Sebze İşletme	20.5	13
Alkolsüz İçkiler Sanayii	12.9	9
Motorlu Taşıtlar	12.6	9
Dokuma	12.1	8
Elektrikli Aletler	9.9	7
Ayakkabı Sanayii	3.3	2
Turizm (Otelcilik) Sanayii	1.5	1

Kaynak: Erdoğan, 1996:227

Tabloda da görüldüğü gibi turizm birim istihdam başına sermaye/istihdam miktarı (1984 verilerine göre) en düşük olan sektördür. Örneğin demir-çelik endüstrisinde 1 kişiye istihdam olanağı sağlamak için gerekli olan sermaye (yatırımı) miktarı ile turizm alanında yaklaşık 30 kişiyle iş olanağı sağlanabilmektedir.

2.2.1.1. Turizmin Bölgesel İstihdam Etkisi

Ülke ekonomisinde olduğu gibi bir bölge ekonomisinde de dışarıdan para akımı bölgenin ekonomik anlamda gelişmesine ve tüketicilerin harcama oranlarının ve miktarlarının artmasına yol açar.

Turizm dışındaki üretim sektörlerinin gelişmesi için uygun şartlara sahip olmayan (hammadde sağlanacak bölgeden uzaklık, pazara uzaklık, istihdam edilecek nitelikte personeli bölgeden sağlayamamak gibi) dolayısıyla turizm sektörünün bölgeye gelişi ve gelişmesiyle canlanan bölge ekonomisinde artan talebin karşılanabilmesi için hem yatırımlarda hem de istihdam edilecek personel sayısında artış gerçekleşir. Bu artışın sebebi iki kaynağa bağlıdır. Bunlardan birincisi bölgeye gelen turistlerin yaptığı harcamalar ikincisi de turistlerin gelişleriyle gelirleri artan bölge halkının tüketim harcamalarının artış göstermesidir.

Turistik tüketim harcamalarının yarattığı bölgesel istihdam etkisinin hesaplanması amacıyla çeşitli modeller geliştirilmiştir. Özellikle R.R. Nathan, Brian Archer ve Juanito C.Liu tarafından geliştirilen modeller önemlidir.

R.R. Nathan tarafından, turistik harcamaların yarattığı kısa dönem istihdam etkilerinin hesaplanması amacıyla Appalachia bölgesinin 375 değişik yerleşim merkezinde yapılan araştırmada, bölgesel mal ve hizmet üretimine yönelik tüketimin gerektirdiği toplam bölgesel istihdam ele alınarak; bölgesel ve milli ihracat ürünleri talebini, yatırım talebini karşılayan ve kamu faaliyetlerini gerçekleştiren istihdam miktarı bulunmuştur (Olalı, Timur, 1988: 152).

$$E_r = E_{rc} + E_{r1} + E_{rg} + E_{rx}$$

Bu eşitlikte

E_r = Toplam bölgesel istihdamı,

E_{rc} = Yerel aile tüketimine hizmet eden bölgesel istihdamı,

E_{r1} = Yatırım faaliyetlerine hizmet eden yerel istihdamı,

E_{rg} = Çeşitli kamu faaliyetlerine hizmet eden yerel istihdamı,

E_{rx} = Bölgesel ihracata hizmet eden yerel istihdamı,

ifade etmektedir (Archer, 1977:15).

Yatırımlar, devlet harcamaları ve ihracat faaliyetleri sistem dışı kabul edilip, bir yılda bölgeye gelen paralar enjeksiyon sayıldığında turistik harcamaların yarattığı istihdam şu şekilde bulunur (Archer, 1977:15).

$$\frac{E_r}{E_r x^2} = \frac{1}{1 - E_r c / E_r}$$

Formülde

E_r artan bölgesel istihdamı,

$E_r x^2$ turistik harcamaların yarattığı istihdam etkisini ifade etmektedir.

Turizmin bölgesel istihdam etkisinin hesaplanması için Brian Archer tarafından geliştirilen formül aşağıdaki gibidir (Şahin, 1990: 57).

$$\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n Q_i K_{ij} A_i + \left[\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n Q_i K_{ij} V_i \frac{1}{n} \frac{\sum_{i=1}^n X_i B}{1 - L \sum_{i=1}^n X_i Z_i V_i} \right] \sum_{i=1}^n X_i B$$

Formülde

j = Turistik konaklama tesislerinin cinsini (1n),

i = Tüketiciye hizmet eden kuruluşların cinsini (1.....n),

Q = Her cins konaklama tesisi kullananların harcama oranlarını,

K = Her kategori turist tarafından her cins tüketici kuruluşlarında yapılan harcamaların oranını,

A = Her ünite turistik harcamanın meydana getirdiği doğrudan istihdamı,

B = Her ünite yöre halkı harcamalarının meydana getirdiği bölgesel istihdamı,

V = Her kategori harcamanın meydana getirdiği geliri,

- L = Tüketim eğilimini,
X = Tüketimin harcama kalıplarını,
Z = Yöre halkının bölgede harcanan gelirinin oranını,
ifade etmektedir.

Juanito Liu tarafından geliştirilen modelde Archer'in modelinde yer alan A ve B yerine, bir ünitelik turistik tüketim harcamasının yarattığı direkt ve endirekt istihdam toplamını ifade eden E sembolü kullanılmıştır (Olalı, 1988: 154).

Belli bir bölgedeki turistik istihdamın toplam istihdam içindeki payı, diğer bir ifade ile etkinlik faktörü şu şekilde hesaplanabilir (Şahin, 1990: 58).

$$\text{Etkinlik Faktörü} = \frac{\%X}{\%Y}$$

Formülde:

- %X : Herhangi bir bölgede turizm sektöründe çalışan işçi sayısının o bölgedeki toplam işçi sayısına oranını,
%Y : Ülke çapında turizm sektöründe çalışan işçi sayısının ülkedeki işçi sayısına oranını, ifade etmektedir.

ABD ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerde, genel istihdam ve bölgesel istihdam çarpanının bulunması için kullanılan bu modellerin uygulanması, ekonomide istihdam etkisi ve yapısını hangi temel ekonomi değişkenlerinin (milli gelir, kamu tüketimi, özel tüketim gibi) etkisiyle ve ne ölçüde değiştireceği konusunda araştırmalar yapılması için elverişli istatistiksel verilerin bulunması daha kolaydır. Oysa Türkiye'nin de aralarında bulunduğu gelişmekte olan ülkelerde, yeterli istatistiksel bilgilerin olmaması ve araştırma yapmak için mevcut verilerin az ya da eksik olması bu modellerin

kullanılmasında büyük problemler çıkarmaktadır. Örneğin, turistik tüketim harcamalarının yarattığı doğrudan istihdam ile, ilgili sektörlerde yarattığı dolaylı istihdam etkisini saptamak oldukça güçtür. Çünkü ekonomide üretilen mal ve hizmetlerin ne kadarlık bölümünün turizm amaçlı olarak kullanıldığı konusunda bir veri elde etmek çok zordur (İçöz, 1987: 107).

2.2.2. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi

Turizm sektörü üç büyük sektör arasında önemi gittikçe artan hizmetler sektörü içinde yer almaktadır. Ancak yapısı gereği ekonominin içindeki diğer sektörlerle de yakın bir ilişki içindedir. Turizm sektörü turistik ihtiyaçları karşılarken bazı sektörlerin üretimlerinden faydalanmakta ve gelişmesine yol açmakta bazılarının ise oluşmasına sebep olmaktadır.

Bir ekonomide turizmin gelişmesi çeşitli aşamalardan geçerken her aşama ile birlikte ekonominin diğer sektörleri üzerindeki etkisi de farklılaşmaktadır (Olalı, Timur, 1988: 155).

1) Turizm faaliyetlerinin gelişmesinin ilk aşamasında, turizm olağan bir tüketim tipi düzeyinde olduğundan, insanların genel ihtiyaçlarının karşılanmasındaki özellikleri taşır.

2) İkinci aşamada, konut üretimine ilişkin sanat, donatım ve hizmetlerin canlılık kazandığı görülür. Bu aşamada, yalnız yazlık konut ve çeşitli yapı düzenlemeleri değil, aynı zamanda kiralık tesisler, kamp alanları düzenlemeleri, konaklama ve yiyecek-içecek tesisleri yapım, yol inşaatları, konaklama merkezlerinin daha iyi düzenlenmesi önem kazanır. Böylece, turizm inşaat ve sanayii sektörleri üzerinde etkili olmaya başlar.

3) Üçüncü aşamada rahatlık ön plana geçeceğinden, yüksek maliyetli hizmetler, işlenmiş gıda ürünleri, rahatlığı artırıcı ve ihtiyaçların giderilmesini kolaylaştırıcı çeşitli üretim ve hizmetlerde bir canlılık meydana gelir.

4) Dördüncü aşamada, turistin güvencesi sağlanmaya çalışılır. Bu aşamada sağlık donanımı, bankalar, sigorta hizmetleri ve emniyet teşkilatı turizmdeki gelişmeden etkilenir.

5) Beşinci aşama lüks turizmdir. Olağan turistik ticaretten lüks turizme geçişle birlikte, sektöre mal ve hizmet veren kuruluşların üretim kalitelerinde bir artış meydana gelir.

Turizmin diğer ekonomik sektörlere etkisini, üçlü sektör ayırımı ile Allen Fisher, Colin Clark ve Jean Fourastie ortaya atmıştır. Buna göre (Kabasakal, 1993: 38):

Birinci sektör; temel faaliyetleri kavramakta, tarım ve madencilik faaliyetleri bu sektör kapsamında ele alınmaktadır.

İkinci sektör; inşaat ve imalat sanayi dallarını,

Üçüncü sektör; ulaştırma, ticaret, turizm, bankacılık, eğlence, sanayii ve borsaları kapsamaktadır.

Bu üçlü sınıflandırma içinde turizmin tarım, sanayi ve hizmetler sektörleriyle olan ilişkilerini ve bu sektörlerle olan etkilerini incelemek gerekmektedir.

Turizmin tarım üzerindeki en önemli etkileri gelir ve istihdam üzerinde görülür. Turizmin tarım sektörü üzerindeki gelir meydana getirici etkisi iki açıdan değerlendirilebilir (Şahin, 1990: 60).

a) Turistik bölgelerde artan turizm talebine paralel olarak, turistlerin yeme-içme ihtiyacını karşılayan tarım ürünlerine olan talebin artması sonucu, tarım sektöründe yer alan kişilerin ürünleri daha iyi değerlendirilecek ve böylece gelirlerinde de artış olacaktır.

b) Turistik bölgelerde arazi sahibi olan yöre halkı, bu arazilerin kamp alanı olarak turizme açılması sayesinde ek bir gelir elde etme imkanına kavuşacaktır.

İstihdam açısından ise; turizm, tarım kesiminde meydana gelen işsizliği ve atıl kapasiteyi meydana getireceği istihdam imkanları ile azaltma olanağına sahiptir. Özellikle niteliksiz işgücü gerektiren pozisyonlar için tarım sektöründe çalışanlar uygun bir arz potansiyeli oluşturabilirler.

Bütün bu olumlu etkilerine rağmen turizmin tarım sektörü üzerinde arazi spekülasyonlarına neden olma, ekilecek tarım arazilerini azaltma ve bu sektörde çalışanların yaşam biçimlerinde değişikliğe neden olma gibi olumsuz etkileri de mevcuttur.

Turizmin sanayi sektörü üzerindeki etkileri özellikle, turistik yatırımların artması ile birlikte bu yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde görülür. Tüketim ve ara malı üreten sanayilerde yüksek, yatırım malı üreten sanayiler üzerinde ise düşük oranda olan bu etki aşağıdaki şekillerde gerçekleşir (İçöz, 1987: 115).

1) Turistik amaçla arazi düzenleme, yeni yol yapma ve benzeri alt-yapı yatırımlarının, modern araç-gereçlerle gerçekleştirilmesi, sözkonusu ağır sanayi ürünlerine olan talebi artırır.

2) Birincil üst-yapı yani konaklama tesislerinin yapımında kullanılan her türlü malzeme (çimento, maden alaşımları, taş-toprak, sanayi ürünleri, elektrik üreten makineler, dokuma, madeni eşya, plastik malzemeler, orman ürünleri vb.) bu malları üreten sanayilerden alınacak böylece bu malları üreten sanayi kollarında turizm sayesinde bir canlanma görülecektir.

3) Son yıllarda bilgisayar teknolojisinde sağlanan ilerlemeler ve bilgisayarın turizm sektöründe de diğer sektörlerde olduğu gibi artan oranlarda kullanılmaya başlanması, turizm yatırımlarının bilgisayar ve elektronik donanımları üreten sanayi dallarında da talep gelir artışı sonucunu beraberinde getirmiştir.

4) Turistik yatırım harcamalarının sanayi sektörüne en önemli etkisi sektörde sabit giderlerin yüksek oranda olması sebebiyle (yaklaşık %90) inşaat sektöründe gerçekleşmektedir.

5) Diğer taraftan turizm harcamaları; karayolu, deniz ve hava limanları gibi alt-yapı imkanlarının yaratılması ya da genişletilmesi ile sanayi ve ticaret sektörlerinin hammadde, tedarik, üretim ve pazarlama sorunlarının çözümüne katkı sağlayarak milli gelir düzeyinin artmasına da yol açmaktadır.

6) Turizm, sanayi sektöründe iş hacminin, üretimin artırılması yanında istihdam hacminin artmasına da imkan verir. Endüstriyel gelişmenin sebep olduğu talep artışı bazı sektörlerde istihdam oranlarının artmasına yol açarken aynı zamanda bu ek işgücünün daha yüksek harcama gücüne sahip

olmasını ve böylece turistik faaliyetlere katılacak kişi sayısının artmasını da sağlar.

7) Turistik yatırımların orman ve seramik sanayi ürünlerine olan talebin artmasında da etkisi vardır. Bu etki özellikle konaklama tesislerinin inşaatında yoğunluk kazanır.

8) Tarıma dayalı sanayilerde de turizm nedeniyle, özellikle turizm sezonunda artan taleple birlikte üretim artışı meydana gelmektedir (Unlu mamuller, bitkisel yağ, meyve suyu üretimi gibi).

Hizmetler sektörünün başında gelen turizm, doğal olarak bu sektörle de sağladığı faydalardan dolayı yoğun bir ilişki içindedir. Turizmin, hizmet sektörü üzerindeki etkilerinin beş aşamada incelenmesi mümkündür (Dinçer, 1993: 94):

1) Cari tüketimle ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (ekmek, et, manav, bakkaliye gibi),

2) Donatım sanatları ile ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (elektrikçi, boyacı, demirci, inşaat işçiliği gibi),

3) Konforla ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (moda evleri, spor malzemesi, parfümeri, gazeteci, çiçekçi, pastahane, çay salonu gibi),

4) Sağlık ve güvenlik hizmetleri ile ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (sağlık kurumları, doktor, eczacı, banka gibi),

5) Lüks hizmetlerle ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (kuyumcu, gece kulübü, sauna, rehber, monitörler, antikacılar gibi).

2.2.3. Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkisi

Turistik talebi karşılamaya hazır hale gelebilmenin temel şartı; alt-yapı, ulaştırma ve diğer yerel hizmetler bakımından hazır olabilmektir. Bu sebeple, gelişmekte olan ülkeler bakımından alt-yapının yeterli hale gelmesi ile turizmin gelişmesi arasında çok sıkı bir ilişki bulunmaktadır (Şahin, 1990: 62).

Alt yapı yatırımları devletin sosyal fonksiyonları içerisinde yer alırlar ve hem halkın faydalanması, hem de ekonomik gelişmeye olumlu etki sağlaması amacıyla yapılırlar. Genel olarak alt yapı yatırımları devlet, üst yapı yatırımları özel kesim tarafından gerçekleştirilmektedir. Alt yapı yatırımlarına yüksek bağımlılığı olan turizm sektöründe yatırımları şu şekilde sınıflandırmak mümkündür (Yağcı, 1995: 23).

- 1) Alt yapı yatırımları
- 2) Üst yapı yatırımları
- 3) Destek yatırımları

Alt yapı yatırımlarını turizm açısından iki şekilde ele almak uygundur.

a) Genel altyapı (Fiziksel altyapı): Genel altyapı sektörden bağımsız olarak yöre için yapılmış bir yatırım olmakla birlikte turizmin gelişmesi için de oldukça önemlidir. Su, enerji, ulaştırma, haberleşme, kanalizasyon gibi turizmin gelişmesini son derece etkileyen, turistlerin ve turistik tesislerin ihtiyaçlarını karşılayan bu alt yapılar turizme olan etkisi nedeniyle turizme bağımlı etki de gösterebilirler (Kabasakal, 1993: 40).

b) Turizme bağımlı altyapı (Kurumsal altyapı): Kamu yönetimlerinin turizm sektörüne yardımcı olmak amacıyla gerçekleştirdikleri bütün faaliyetler, ürettikleri mal ve hizmetler, üretime katkıda bulunan araç ve tesisler turizme

bağımlı altyapıyı oluşturur. Turizm enformasyon bürolarının sunduğu hizmetler, turizm polisinin hizmetleri, tanıtma bürolarının ve turizm ataşeliklerinin faaliyetleri, çevreci kuruluşların çevreyi koruma ve güzelleştirme amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetler, sektöre gerekli nitelikli işgücünü sağlayabilmek için faaliyet gösteren eğitim kurumları gibi turizmle doğrudan ve dolaylı olarak ilgili olan kurumların gerçekleştirdikleri tüm faaliyetler turizmin bağımlı altyapısını oluşturur (Olalı, 1988: 163).

Turizmin altyapıya etkisini tam ve net olarak ölçebilmek oldukça güçtür. Çünkü yapılan yatırımların turizme bağımlı olup olmadığını tespit etmek mümkün değildir. Ancak genel manada turizmin altyapıya olumlu etkileri olduğu söylenebilir.

Turizmin gelişmesi için en az alt yapı kadar önemli diğer bir faktör de üst yapı olanaklarıdır. Üst yapı sektöre bağımlılığı açısından altyapıya göre farklıdır. Çünkü altyapı yalnızca turizm sektörü ya da turistik ihtiyaçların tatmini için değil kamunun genel yararı ve diğer ekonomik sektörlerin faydalanması için de çok gereklidir. Ancak altyapının tamamlanmış olduğu bir bölgede turistik ihtiyaçların karşılanması ya da turistin kalış süresinin uzaması turistik üst yapıya bağlıdır. Zaten turistik üstyapının oluşturulma nedeni de budur.

Turistlerin ihtiyaçlarının (barınma, beslenme, eğlenme vb.) karşılanması amacıyla oluşturulan turistik üst yapı (turistik ihtiyaçların farklılığı; turistik cezbedicilerin farklı yapıları; turistlerin seyahat amaçları, sosyal düzeyleri ve gelir seviyeleri gibi faktörler sebebiyle) farklı şekillerde oluşmaktadır. Özellikle konaklama hizmeti veren işletmelerde bu çeşitlilik göze çarpmakta, otel, motel, pansiyon, tatil köyü, oberj gibi farklı hizmetler içeren farklı konaklama birimleri ortaya çıkmaktadır (İçöz, 1987: 122).

Konaklama tesisleri, yiyecek-içecek işletmeleri, eğlence ve alışveriş merkezleri gibi birimler birlikte turizmin birincil üst yapısını oluştururlar.

Turizmin üst yapıya olan etkileri incelenirken, direkt turizm hedefli olmamakla birlikte birincil üst yapı birimlerinin faaliyetlerini tamamlayan ikinci derecede üst yapıyı da dikkate almak gerekmektedir. İkinci derece üst yapı birimleri şu şekilde sınıflandırılabilir (Şahin, 1990: 64).

- 1) Ulaşım sistemi
- 2) Taşıt bakımı ve tamir istasyonları
- 3) Jeo-ekonomik varlıklar alanındaki ikincil üstyapı (kıyı, dağ, kış, kayak ve termal turizmle ilgili donanım, araç, hizmet personeli)
- 4) Tarihi nitelikteki varlıklar alanındaki ikincil üst yapı,
- 5) Boş zaman değerlendirmeye yönelik donatım ve düzenlemeler,
- 6) Sağlık, güvenlik ve günlük yaşantı ile ilgili ikincil üst yapı.

Turizmin gelişmesi doğal olarak birincil ve ikincil üstyapının gelişmesini de beraberinde getirecektir. Birincil ve ikincil üstyapının gelişmesi sayesinde de (İçöz, 1987: 126):

- 1) Konaklama tesislerinde kapasite genişler ve kapasite kullanım oranı yükselir.
- 2) Özellikle ikincil üst yapının gelişmesi turistlerin harcama düzeylerini artmasına sebep olur (boş zaman değerlendirme ve eğlenceye yönelik olarak).
- 3) Yeni harcama alanları açılır.
- 4) İkincil üstyapının gelişmesi, turizm mevsimini uzatır.
- 5) Üst yapının gelişmesi, yeni istihdam alanları açarak işgücü talebini artırır ve yeni istihdam imkanları sağlar.

- 6) Üst yapının gelişmesi ve özellikle konaklama komplekslerinin kurulmasıyla birlikte, turistlerin her türlü ihtiyaçları aynı tesislerde karşılanır ve böylece tatil süresinden tasarruf edilerek daha fazla para harcaması sağlanır.
- 7) Ülkenin mevcut doğal ve tarihsel kaynaklarının daha iyi değerlendirilmesi sağlanır.

2.2.4. Turizmin Bölgelerarası Dengesizliği Giderici Etkisi

Genellikle bir ülkede, bölgelerin gelişmiş ve azgelişmiş olarak ikili ayrımında kriter, ülkenin ortalama gelir seviyesi olmaktadır. Gelir seviyesi itibariyle ülke ortalamasına eşit veya aşan bölgeler gelişmiş bölge olarak kabul edilmektedir. Diğer taraftan gerek gelir seviyesi, gerekse gelir artış hızı açısından ülke ortalamasının altında olan bölgeye, azgelişmiş bölge denir (Şanlı, 1977: 52).

Son yıllarda ülke ekonomileri için çözülmesi gereken en önemli problemlerden biri bölgelerarası dengesizlikleri gidererek ülkenin her bölgesinde eşit refah seviyesine ulaşabilmektir.

Bu problemi çözme yolunda farklı görüşler mevcuttur (Dengeli kalkınma ya da kutuplaşarak kalkınma gibi). Bu görüşlerin bir kısmına göre geri kalmış bölgede lokomotif görevi üstlenecek bir sektör oluşturularak bölgenin ticari kalkınması sağlanabilir. Böyle bir durumda karar verilmesi gereken soru, hangi bölgede hangi sektörün bu görevi üstlenmek için uygun olduğudur.

Turizm bazı bölgeler için bu sorunun cevabı olacak sektör konumunda olabilir. Çünkü turizmin önemli bir özelliği, doğa ve iklimin yarattığı, tarih, folklor, uygarlık ve kültürün turizm sektörünün ana hammaddeğini

oluşturmasıdır. Endüstriyel faaliyetler açısından yeterli kaynak ve gelişme olanağına sahip olmasına rağmen, turizm sektörü için çok önemli olan doğal arz kaynaklarına sahip bir bölgenin (iklim, doğal ve tarihi güzellikler gibi) planlı ve etkili bir turizm uygulaması sonucunda turistik yönden kalkınması ve ülke ekonomisi için dengeli biçimde gelişmesi mümkündür (Kabasakal, 1993: 41).

Bu yaklaşımla endüstriyel gelişmeye uygun olmayan alanlarda turizm sektörü önemli bir ekonomik faaliyet olarak geliştirilebilir. Böylece ülkenin belli bölgelerindeki zengin ekonomik kaynaklar az gelişmiş bölgede harcanır ve azgelişmiş bölgelerin refah seviyelerinde de artış gözlenir (Dinçer, 1993: 84).

Bölge kalkınması bakımından, mevcut olan sınai ve ekonomik faaliyetlerin gelişmesine uygun olmayan bölgelerde, turizmin alternatif bir sektör olarak kabul edilip edilemeyeceğini bölgesel bazda özel olarak araştırmak, eğer kabul edilebiliyorsa bölgeye ekonomik anlamda katkılarını maksimize etmek için uygun şekilde gelişmesini sağlamak gerekmektedir.

Herhangi bir bölgenin turizm bakımından gelişebilmesi ilk olarak, turizmden bağımsız unsurlar şeklinde ele alınan, bölge ile ilgili tabii şartlara bağlıdır. Bölgenin; konumu, arazi şekli, görünüşü, bitki örtüsü ve ormanları, su kaynakları, iklimi, çeşitli değerler, olaylar ve mevcut alt yapı sözkonusu tabii şartlar içerisinde değerlendirilmektedir. Ayrıca, aynı şekilde bölgede turizme bağımlı unsurlara da bakmak gerekmektedir. Kamu idarelerinin turizme bağımlı üretimleri, ulaştırma kuruluşları, konaklama birimleri, turizmle ilgili özel mal-hizmet üreten ve pazarlayan kuruluşlar, pazarlama ve tanıtma kuruluşlarıyla turizmi destekleyen kuruluşlar turizme bağımlı unsurları meydana getirmektedir (Şahin, 1990: 66).

Hemen hemen bütün turizm merkezleri diğer üretim sektörlerinden ve özellikle ağır sanayiden uzak ama aynı zamanda turizmin gelişmesi için en önemli şart olan doğal arz kaynaklarına sahip bölgelerdir. Diğer üretim sektörlerinden uzak oluşları iki önemli sonucu da ortaya çıkartır. Bunlardan birincisi ekonomik anlamda gelişme ya da kalkınmalarını tamamlayamamış olmaları, ikincisi de yine aynı sebepten dolayı bölgenin doğal güzelliklerinin bozulmamış olması, çevrenin turizm açısından çok önemli olan bakirliğini korumuş olmasıdır. Eğer gerekli önlemler alınmazsa ve bölgedeki kapalı ekonomik yapı devam ederse bu bölgeler bir kısırdöngü içinde, giderek daha da yoksullaşacaklardır. Bu önlemleri başarıyla gerçekleştirebilmek için ülkenin ekonomik kaynak sıkıntısı çekmemesi gerekmektedir. Çünkü bölgenin gelişmesini sağlayabilmek için iç göçü önlemek ve gelir getirici, istihdam sağlayıcı yatırımları finanse etmek gerekmektedir.

Yeni açılan iş alanları nüfus göçünü azaltacak ya da tamamen durduracak, böylece bölgedeki işgücü kaybı önlenecek, artan gelirler iç ticareti canlandıracak, kapalı ekonomi biçiminden kurtularak, açık pazar ekonomisine dönüşecektir. Altyapı hizmetlerinin gelişmesi bölgenin içinde bulunduğu bu süreci hızlandırıcı bir etki yapacaktır. Bu durumda, bu bölgelerde yapılacak yatırımların, emek-yoğun özellikte olması (istihdamı artırmak amacıyla), altyapı hizmetlerini gerektirecek bir nitelikte olması, toplumun değişimini hızlandıracak bir faaliyet alanında olması gerekmektedir (Akkaya, 1986: 211).

Turizm bütün bu özelliklere sahip bir sektördür. Esas görevi insanları ağırlamak olduğu için otomasyona giderek teknoloji ürünlerini kullanma oranı çok düşüktür. Gerekli alt ve üst yapı olanaklarının (otel, motel, pansiyon gibi konaklama birimleri, eğlence ve alış veriş merkezleri, ulaştırma ağı, telekomünikasyon olanakları gibi) sağlanmadığı bir bölgede turizmin gelişmesi mümkün değildir. Ayrıca farklı din, kültür ve etnik kökenden gelen

insanların aynı mekanlarda bulunmalarını sağladığı için de toplumun yapısını değiştirerek, kültür alış verişini kolaylaştırmaktadır. Bütün bu etkenler bölgenin iç ticaretini canlandırarak, kısır döngünün dışına çıkmasını sağlayacaktır.

İç turizm gelirlerinin bölgelerarası üretim ve tüketim harcamalarını etkileyeceği, gelirin daha adil bir biçimde dağılımına etki edeceği ve bölgelerarası dengeli bir kalkınma politikasının uygulanmasına yardımcı olacağı kesindir. Turizmin uyarıcı etkisiyle bölgede yol, su, elektrik, PTT, kanalizasyon, liman ve havaalanı gibi yeni altyapı yatırımları da yapılacaktır. Böylece bölgede yaşayan halka daha yüksek standartlarda ulaştırma ve haberleşme sistemleri, elektrik, su ve benzeri temel hizmetler ve başka türlü ulaşamayacakları alışveriş ve eğlence imkanları sağlanır (Barutçugil, 1986: 66).

Bu gelişmeler, az gelişmiş ülke ya da bölgedeki kapalı ekonomik yapıdan pazar ekonomisine geçişi hızlandıran, bölge halkının, dünya görüşünü ve hayat tarzını değiştiren bir olgudur. Ekonomik kalkınma biçimlerinin, hemen hemen hiçbirisinde hayat standartlarının değişmesi turizme dayalı kalkınmada olduğu ölçüde hızlı olmamaktadır. Turizmin geliştiği bölgelerde yaşayan halkın bilgi ve görüşünde, hayat ve düşünce tarzlarında önemli değişmeler ve gelişmeler olmaktadır (Ünlüönen, 1990: 129).

Turizmin, tarım ürünlerine olan talepte artışa yol açması, tarım kesimini daha verimli çalışmaya itecektir. Çeşitli altyapı hizmetlerinin sağladığı imkanlardan yararlanarak yeni teknoloji kullanılabilecektir. Her zaman üretilen, klasik ürünler yerine turistlerin taleplerini karşılayacak yeni ürünler getirilecektir (Akkaya, 1986: 213).

Turizmin gelişmesi, ekonomik yapıyı çeşitlendirmekte, bölgede diğer sanayi kollarının gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Turizm gayeli alt ve üst yapı yatırımlarının yapılması sırasında demir, çimento, tuğla gibi çeşitli inşaat malzemelerine, su, elektrik, ısıtma gibi tesisatın gerektirdiği malzemelere ve bina donanım malzemelerine büyük talep doğar. Bunların üretilmesi, taşınması ve depolanması çeşitli sanayi ve hizmet sektörlerinde uyarıcı etkiler oluşturur (Ünlüöner, 1990: 130).

Turizmin ekonomik kalkınma açısından diğer bir önemli yanı da kamu gelirlerini artırmasıdır. Bir bölgede turizmin gelişmesi ile birlikte arazi fiyatlarının yükselmesi ve alım satımların artması doğaldır. Bu aşamada alınan emlak alım-satım vergisinden başlayarak, işletmelerin satın aldığı hemen her çeşit yatırım ve tüketim malındaki katma değer vergisine; turizm işletmelerinden alınan kurumlar vergisinden bu işletmelerde çalışan maaş ve ücretlilerin ödediği gelir vergisine; özellikle seyahat işletmeleri açısından taşıt vergisinden turistlerin harcamalarından alınan katma değer vergisine kadar değişen çeşitli vergi gelirleri devlet hazinesine girmektedir. Üstelik bu vergilerin bir bölümü (Emlak vergisi ve çevre temizlik vergisi gibi) direkt olarak bölgesel niteliklidir. Bütün bu gelirler devletin bölgesel kalkınmayı sağlamak için yapacağı yatırım ve transfer harcamalarına kaynak oluşturmaları (Barutçugil, 1986: 66).

Böylece gelişmemiş bölgelerin diğer bölge veya bölgelerle ekonomik ve sosyal gelişmişlik açısından dengelenmesinde turizm önemli bir araç olabilmektedir. Ancak uygulamada, turizmin gelişmesi halihazırda gelişmiş bölgelerde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla gelişmiş ülkelerde özellikle ele alınan ve önem verilen turizmin bu yönü azgelişmiş ülkelerde çok büyük bir öncelik ve öneme (gelişmiş ülkelerdeki kadar) sahip olmamaktadır. Turizm altyapı gerektireceğinden ve yeterli veya hızla yeterli düzeylere getirebilecek altyapı genelde azgelişmiş ülkelerin nispi olarak en gelişmiş bölgelerinde

bulunduğundan, turizmin gelişmesinin bölgelerarası dengesizliği düzeltmesi kısa ve orta dönemde mümkün olamamaktadır (Ünlüönen, 1990: 131).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİR TURİZM MERKEZİ OLARAK KEMER VE TURİZMİN KEMERDEKİ EKONOMİK ETKİLERİ

3.1. Kemerin Konumu ve Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Hicri 1326, Miladi 1910 yılında kurulan Kemer, Antalya iline 43 km. uzaklıkta, Batı Toros Dağlarının eteklerinde kıyı boyunca uzanan bir yerleşim merkezidir. Kemer İlçesine bağlı 3 belde ve 6 köy vardır. 1990 yılı sayımına göre nüfusu 9740'tir. 52 Km.'lik uzun bir kıyı şeridine sahiptir. Deniz, orman ve dağların birleştiği bir İlçe olan Kemer doğal güzellikler açısından da zengindir (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1997:235).

Son yıllarda önemli gelişmeler gösteren Kemer, turizm amaçlı yatırımlar sayesinde Antalya ilinin yatak kapasitesi bakımından önemli bir kısmını teşkil etmektedir. Kemer aynı zamanda modern bir kentleşmenin örneğidir. Altyapı tesislerinin tamamlanmış, her türlü ulaşımın kolay olması, PTT hizmetlerinin tümünden yararlanılabiliyor olması ve belediye hizmetlerinin yeterli seviyede olması sayesinde, turistik altyapı ihtiyacı karşılar hale gelmiştir. 1991 Yılı Eylül ayında, Kemer İlçe olmuş ve böylece tüm kamu kuruluşları faaliyete girmiştir. Uluslararası bir üne sahip olan Kemer, Antalya'nın ve Türkiye'nin en önemli turizm merkezlerinden biridir. (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1994:136).

3.1.1. Kemer'in Coğrafi Konumu ve İklimi

Kemer, Antalya ili'nin batısında, Batı Toros Dağlarının eteklerinde bulunmaktadır. İlçe sırtını dağlara dayamıştır. Kıyıları ise oldukça girintili ve çıkıntılıdır. Yerleşim merkezleri genellikle düzlük bölgelerdir. Kemer (Merkez),

Tekirova (17 km), Çayova (8 km), Aslanbucak (5 km), Beldibi (18 km) gibi yerleşim merkezleri ile bir bütün oluşturmaktadır. Genellikle Akdeniz iklimi egemendir. Yazları kurak ve sıcak, kışları ılık ve yağışlı geçer. İlçenin kıyı şeridinde kar yağmaz, kuzeyinin dağlarla kapalı oluşu, ılık güney rüzgarlarına açık bulunması, kış aylarında dahi en soğuk günlerin 1 derecenin altına düşmemesini sağlar. Deniz suyunun, kış mevsiminde bile 15 derecenin üzerinde olması, çok yağışlı birkaç hafta dışında bütün bir yıl denizden yararlanma olanağı sağlar (Antalya Valiliği, İl Özel İdare Müdürlüğü, 1995:189).

Tablo 3.1. : Kemer’de Aylara Göre Yağış, Nem ve Sıcaklık Ortalamaları

Aylar	Sıcaklık			Yağış	Güneş	Nem
	Ort. C	Max.	Min.			
Ocak	9.9	23.9	4.3	238.5	5.9	68
Şubat	10.5	25.9	4.6	166.3	5.4	68
Mart	12.6	27.7	1.6	93.2	6.5	66
Nisan	16.2	32.3	2.3	43.2	6.5	67
Mayıs	20.4	38.7	6.3	27.1	7.6	63
Haziran	25.0	41.7	10.3	9.3	15.4	62
Temmuz	28.2	44.7	14.8	2.4	22.1	58
Ağustos	27.8	44.6	13.6	2.1	23.4	60
Eylül	24.7	42.5	10.3	10.4	20.9	58
Ekim	19.9	38.7	2.9	61.8	13.0	62
Kasım	15.2	32.7	0.0	124.1	8.6	67
Aralık	11.5	27.3	1.9	264.6	6.3	69

Kaynak: Antalya Valiliği, İl Özel İdare Müdürlüğü, 1995:190

3.1.2. Kemer’in Tarihçesi

Kemer ile ilgili araştırmalar, İlçenin bir Likya şehri olmasının ötesinde bilgi vermemektedir. Ancak yerli halktan edinilen bilgiye göre, 1910’lu yıllarda Eski Köy adı ile anılan Kemer, Kızılcık Dağlarından gelen sellerden dolayı bir

göl ve bataklık görünümüne bürünmüştür. Daha sonraları, 1916-1917 yıllarında yörede yaşayan halk sel baskınından korunabilmek için, dağların eteklerine yaklaşık 23. Km uzunluğunda taştan duvar örmüşlerdir. Sonraki dönemlerde bölgeye gelip yerleşen halk dağlarla köyü birbirinden ayıran bu taş duvarı "Kemer"e benzettiği için yörenin adı zamanla "Kemer" diye anılmaya başlamıştır. Yine o dönemlere ait bir rivayete göre, İspanyol diye bilinen bir salgın hastalığın burada oturan halkın büyük bir bölümünün ölümüne sebep olduğu için, nüfus oldukça azalmış, ancak dışardan gelen yabancılar ve özellikle dağlarda yaşayan Yörüklerin gelip bölgeye yerleşmeleri ile Kemer tekrar bugünkü nüfus yoğunluğuna ulaşmıştır (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1997:235).

3.1.3. Kemer Bölgesinde Ekonomik ve Sosyal Yapı

Kemer merkez olmak üzere Kuzdere, Beycik, Çamyuva, Tekirova, Göynük, Beldibi, Çıralı ile birlikte bir bütün oluşturmaktadır. Yaz aylarında nüfus yoğunluğu artmaktadır. Kemer merkezinin nüfusu 9740 kişidir. Bölgenin dağınık bir yerleşim düzeni vardır. Toplam nüfus yaklaşık olarak 23.268 kişidir (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1997:236).

Ekonomik yapı genellikle turizm sektörüne bağlı olarak gelişmiştir. Birinci derecede turizm alanı olduğundan kıyı boyunca çeşitli turistik tesisler yer almaktadır. Beş aileden birinin pansiyon veya otel gibi turizm sektöründen kaynaklanan uğraşları bulunmaktadır. Yabancı sermaye ve yerli yatırımcılar sayesinde kitle turizmine hitap edebilecek kapasitededir (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1994:139).

Narenciye üretimi, bölgenin iklim ve toprak türü olarak da çok uygun olması sebebiyle oldukça gelişmiştir. Kemer'de yetiştirilen başlıca narenciye çeşitleri; portakal, limon, mandalina, ekşi nar vb.dir.

Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi sayesinde altyapı hemen hemen tamamlanmıştır. Faaliyete girmiş olan tesisler Altyapı İşletme Birliği tarafından işletilmektedir. Başlıca görevleri arasında bölgenin içme suyunun temin edilmesi ve dağıtılması, arıtma tesislerinin işletilmesi, kanalizasyon ve haşaratla mücadele işleri bulunan Altyapı İşletme Birliği 1989 yılında kurulmuştur (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1994:139).

3.1.4. Kemer'in Demografik Yapısı

Kemer Bölgesinde ortalama hane büyüklüğü Türkiye ortalamasından biraz düşüktür. 1990 Nüfus Sayımı verilerine göre Türkiye'de ortalama hane büyüklüğü 4.4 kişidir. Kemer'deki ortalama hane büyüklüğü ise 3.67'dir. Turizmin hane büyüklüğünü azaltıcı etkisi Kemer'de de görülmektedir (Turizm sektörünün geliştiği bölgelerde hem doğum hızı azalmakta, hem de bölgeye olan göç içinde emekliler, yalnız yaşayanlar gibi kalabalık olmayan hanelerin sayıları artmaktadır). Genç ve orta yaş grubunun oranı yüksektir. Bölgede yüksek eğitim almış olanların oranı % 13.6 olup Türkiye ortalamasının üzerindedir (T.C. Turizm Bakanlığı, 1997:23).

Tablo 3.2. Kemer'de Eğitim ve Yaş Grupları (%)

Yaş	Okur-Yazar	İlkokul	Orta + Lise	Yüksekokul
15 – 19	1.9	24.0	72.1	1.9
20 – 24	0	44.3	43.5	12.2
25 – 29	1.7	40.1	46.8	11.3
30 – 34	2.2	45.4	42.2	10.3
35 – 39	6.1	52.3	22.1	19.5
40 – 44	7.2	46.4	24.7	21.8
45 – 49	19.1	33.7	31.9	15.8
50 – 54	17.7	46.2	19.3	16.8
55 – 59	24.9	43.0	20.3	11.8
60 – 64	28.5	45.5	13.5	12.5
65 +	28.1	53.9	10.4	7.5
TOPLAM	8.8	43.8	33.7	13.6

* Kaynak : T.C. Turizm Bakanlığı, 1997 : 27

Bölgede genç yaşta evlenme oranı Türkiye ortalamasından düşüktür. Kemer bölgesinde çalışma durumu ve bunun yaş gruplarına oransal dağılımı Tablo 3.3'deki gibidir.

Tablo 3.3. Kemer'de Çalışma Durumu ve Yaş Grupları (%)

Yaş	Sürekli Çalışan	Mevsimlik Çalışan	Çalışmayan
15 – 19	16.2	11.1	72.8
20 – 24	23.4	8.5	68.1
25 – 29	39.3	8.2	52.5
30 – 34	42.5	11.1	46.4
35 – 39	46.3	6.8	46.9
40 – 44	46.9	10.0	43.1
45 – 49	44.6	6.2	49.2
50 – 54	33.2	6.4	60.3
55 – 59	29.1	3.5	67.4
60 – 64	18.4	12.1	69.5
65 +	13.3	3.7	83.0
TOPLAM	35.7	8.4	55.9

* Kaynak : T.C. Turizm Bakanlığı, 1997 : 31

3.2. Kemer'deki Turizm Arzı ve Talebi

3.2.1. Kemer'deki Turizm Arz Kaynakları

Kemer'deki turizm arz kaynakları, tarihi arz kaynakları, doğal arz kaynakları, diğer arz kaynakları, alt yapı imkanları ve turistik üst yapı başlıkları altında incelenmiştir.

3.2.1.1. Tarihi Arz Kaynakları

Kemer'in en cazip yönlerinden birisi doğal güzellikleridir. Yakınında bulunan Phaselis (Faselis) ve Olympos gibi antik bölgeler de bu doğal güzelliğin etkisini arttırmaktadır. Türkiye'nin en büyük milli parklarından olan Olimpos Beydağları Sahil Milli Parkı (Yaklaşık 68.000. hektarlık bir alanı

kaplar) içinde Olympos ve Phaselis'in yanı sıra Gagai antik kentini ve asırlardır sönmeden yanan Chimera'yı (Yanartaş) görmek mümkündür. Olympos ve Phaselis'e denizden ve karadan ulaşım imkanları mevcuttur (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1997:236).

Phaselis'in önemi zengin tarihi geçmişinden kaynaklanmaktadır. Antalya – Finike karayolunun 58. Kilometresinde bulunan şehir M.Ö. 690 yılında Lokios tarafından kurulmuştur. Phaselis Yunancada "Fasülye ve bir çeşit yelkenliye benzeyen gemi" anlamındadır (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1994:137).

Phaselis'teki kalıntıların büyük bir bölümü Roma devrine aittir. Bu kalıntılar arasında; Liman, kale duvarları, Zeus Mabedi, Kral Antonius Caravella Yolu ve yirmi sıralı tiyatro bulunmaktadır (Antalya Valiliği İl Özel İdare Müdürlüğü, 1995:192).

Phaselis en son 12. Yüzyılda Selçuklular tarafından Türklerin egemenliğine girmiştir. Burada bulunan bir müzede Phaselis'ten çıkan tüm tarihi eserler sergilenmektedir.

Tarihi arz kaynaklarından bir diğeri Olympos'tur. Helenistik devirde kurulan ve varlığı M.Ö. 2. Asırda bastırdığı birlik sikkelerinden bilinen Olympos, M.Ö. 100'de Birlik'te önde gelen ve üç oy hakkına sahip altı şehirden birisidir. Özellikle Roma döneminden kalıntılar bulunan Olympos'ta bu devre ait bir tiyatro, Bizans çağı bazilikası, hamamı, agora gibi eski eserler vardır. Olympos şehrinin en ilginç kalıntıları, hepsi tarozlu, kapı lentalarında kitabeleri bulunan mezarlardır. Olympos'ta sık olmamakla birlikte lahit mezar kalıntıları da bulunmaktadır (Antalya Valiliği İl Özel İdare Müdürlüğü, 1995:193)

3.2.1.2. Doğal Arz Kaynakları

Son yıllarda Söğüt Cuması, Altınyaka Dereköyü gibi doğal çekicilikleri olan yüksek bölgelere düzenlenen safari turları çevre etkinlikleri arasında yer almaktadır.

Çevre çekiciliklerinden biri de Kemer'in en güzel yerlerinden olan Ayışığı Koyu'dur. Ormanın yemyeşil örtüsüyle içiçe girmiş plaj ve eğlence yerlerinin yanısıra, geçmişle geleceği bütünleştiren Yörük Parkı, Ayışığı Koyu'nun cazibesini arttırmaktadır. Bu parkta yörük geleneğini yaşatmak için eskiden Yörüklerin geçim kaynağı olan keçi kılından yapılmış otantik çadırlarda hizmet verilmektedir (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1994:138).

Beldibi'nden başlayarak Tekirova'ya kadar uzanan ince kumlu doğal plajlar da Kemer'in doğal güzelliklerindendir. Phaselis hem tarihi güzellikleriyle hem de plaj olarak turistlerin büyük ilgisini çekmektedir.

Kemer'de bulunan mağaralar da (Beldibi, Akyarlar) bölgenin doğal arz kaynağının önemli bir bölümünü teşkil etmektedir. Özellikle Antalya'nın 26 km güneybatısında kalan, denizden 300 metre yükseklikteki Beldibi mağarası aynı zamanda prehistorik (tarih öncesi) çağın yaşandığı tarihi bir mekandır. 1959'da bulunan mağarada Yontma Taş Çağına ait çakmak taşı gereçleri, çanak-çömlek parçaları ve duvarlara aşı boyası ile yapılmış yaban keçisi vb. hayvan figürleri bulunmaktadır. Beldibinde bulunan Mikroburin adlı alete (Mezolitik ve üst Paleolitik çağa ait) başka hiçbir yerde rastlanmamıştır (Bayrak, 1994:77).

Görülmesi gereken bir diğer mağara Kemer'in batısındaki Tahtalı Dağının doğusunda bulunan Molla Deliği Mağarası olup, Aşağı Kuzeydere ve Tekirova köylerinden 3,5-4 saatlik yürüme mesafesindedir (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1994:137).

3.2.1.3. Diğer Arz Kaynakları

Doğal ve tarihsel varlıkların yanı sıra Kemer'de turistlerin satın alabileceği el imalatı yada fabrikasyon olmak üzere çok çeşitli hediyelik eşyaların (dokuma, halı, kilim, mücevherat vb.) bulunduğu alışveriş mekanları vardır.

Spor alanlarının yapım çalışmaları devam etmektedir. Konaklama tesislerinin bünyesinde spor üniteleri bulunmaktadır. Su sporları açısından zengin kaynaklara sahiptir. AQUA WORLD Su Eğlence Merkezi farklı su aktivitelerinin gerçekleştirilebileceği bir yerdir (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1997:238).

Kemer'de düzenlenen festivallerden özellikle yağlı güreşler turistlerin ilgisini çekmekte ve Altın Nar Festivali büyük bir sanatçı kitlesinin de katılımıyla oldukça canlı geçmektedir.

Tablo 3.4. Kemer'de Belirli Günler

Kutlamanın Adı	İlk Başladığı Tarih	Kutlama Tarihi	Kaç Gün Sürdüğü	Yeri
Nokta Tiyatrosu	1995	24 Temmuz	1	Kemer/Beldibi
Altın Nar Yağlı Pehlivan Güreşleri	1994	Mayıs Son Hafta	2	Kemer
Altın Nar Festivali	1994	22-28 Haziran	6	Kemer
Çamyuva Yağlı Pehlivan Güreşi	1981	Eylül Son Hafta Sonu	2	Kemer/Çamyuva
Kemer Plaj Voleybolu	1994	Haziran Son Hafta	6	Kemer

* Kaynak : Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1997:49

Kemer'in batısındaki ilginç yamaçlarla süslü Tahtalı Dağı 2360 metreye ulaşan yükseltileri ile dağcılık ve tırmanma için cazip bir yerdir. Çam ve diğer ağaçlarla dolu ormanlar 2000 metreye kadar uzanır. Tahtalı dağına tırmanış Soğukpınar'da başlar. Bu dağa tırmanış Akdenizi gören sırtlar üzerinde yapıldığında eşsiz manzaralar sunar (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1997:238).

Kemer'de kara avcılığı gelişmiştir. Balıkçılık ufak teknelerle amatör olarak yapılır. Genellikle olta balıkçılığı yaygındır. Sakar, Barbunya, Mercan, Kolyoz, Istakoz, Kuzu, Mendik ve Kefal bölgede tutulan balık türleridir (Antalya Valiliği İl Özel İdare Müdürlüğü, 1995:194)

Genellikle yaz aylarında nüfus yoğunluğu artan Kemer'de gününbirlik tesislerin hizmete girmesiyle (restoran, bar, diskotek vb.) gece eğlence olanakları artmıştır. Bu tesislerin bir bölümü gece programları da düzenlemektedir.

Kemer yat turizmi bakımından da önemli bir potansiyele sahiptir. Yaz ve kış aylarında çeşitli ülkelerden gelen yatların merkezidir. 1986 Nisan ayında, resmen tüm hizmet üniteleri ile devreye giren Turban Kemer Yat Limanı 100 karada 200 denizde olmak üzere toplam 300 yat kapasiteli olup ülkemizin 6. Büyük yat limanıdır. Liman çeşitli üniteleri ile 24 saat hizmet vermektedir. Kemer Marina'sı, Avrupa Çevre Eğitim Vakfı tarafından yürütülen mavi bayrak kampanyası tarafından tespit edilen kriterleri sağlayarak 1993 yılında mavi bayrakla ödüllendirilmiştir (Antalya Valiliği İl Özel İdare Müdürlüğü, 1995:193)

3.2.1.4. Alt Yapı İmkanları

3.2.1.4.1. Haberleşme

Kemer'in gerek ulusal gerekse uluslararası bazda, telekomünikasyon sistemleri oldukça gelişmiş durumdadır. Kemer'den şehirlerarası ve uluslararası otomatik telefon, teleks ve faks bağlantıları kolaylıkla sağlanmaktadır.

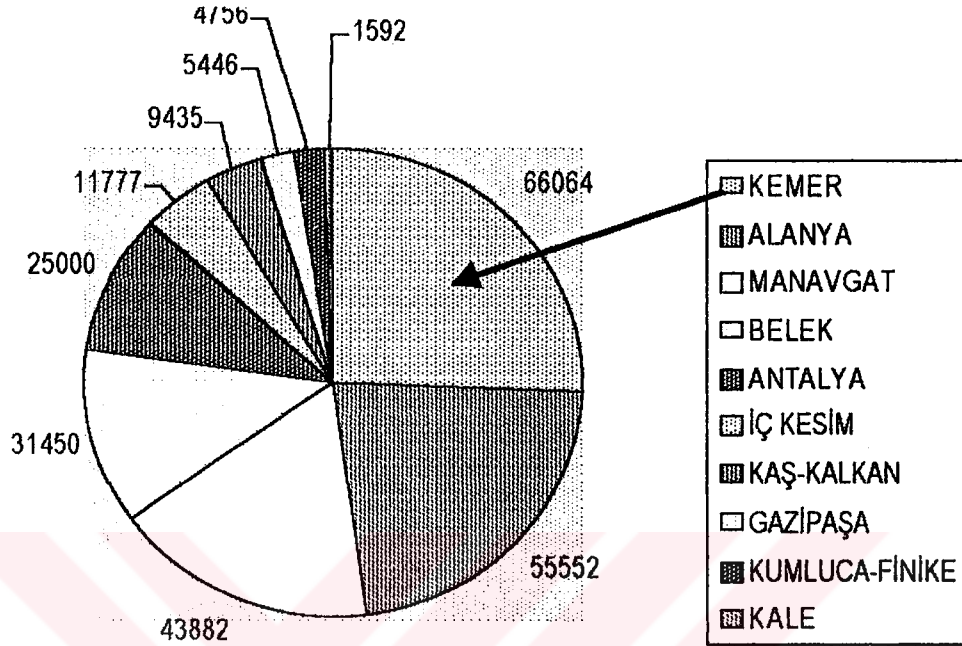
3.2.1.4.2. Ulaşım

1975 yılından beri Kemer'e yeni karayolundan ulaşmak mümkündür. Karayolunun sahil şeridine paralel olması yol boyunca güzel manzaralar görme imkanı verir. Karayolu tamamen asfalt olup trafik sağlıklı bir şekilde ilerleyecek şekilde düzenlenmiştir. Her on dakikada bir Antalya otobüs garajından ve Kemer'den ulaşım imkanı mevcuttur. Kemer, Antalya Uluslararası Havaalanına bir saat uzaklıktadır. Ayrıca deniz yolu ile de Kemer'e ulaşmak mümkündür. Antalya – Finike Karayolundan geçen yolcu otobüsleri ile Ege sahillerine, Antalya'nın kuzeyinde Burdur istikametine doğru devam eden E – 5 Karayolu ile İzmir, İstanbul, Ankara ve diğer illere ulaşmak mümkündür (Antalya İl Turizm Müdürlüğü, 1997:241).

3.2.1.5. Turistik Üst – Yapı

Kemer Bölgesinin 1997 yılı sonu rakamlarına göre mevcut üst yapı imkanları, yani turistik arz kapasitesi büyük rakamlara ulaşmıştır.

Şekil 3.1. 2010 Yılında Antalya İli Yatak Kapasitesinin Coğrafi Dağılımı



*Kaynak T. C. Turizm Bakanlığı, 1997 : 13

Kemer bölgesindeki yatak kapasitesi şu şekildedir (Antalya Valiliği İl Özel İdare Müdürlüğü, 1997:248);

Bakanlık Belgeli Toplam Yatak Sayısı 42.486

a) İşletme Belgeli Yatak Sayısı 36.381

b) Yatırım Belgeli Yatak Sayısı 6.105

Mahalli İdareler Yönetimindeki Yatak Sayısı 5.357

Toplam Yatak Kapasitesi 47.843

Tablo 3.5. Turizm Bakanlığından İşletme Belgeli Tesislerin Yatak Kapasitesi(1997)

<u>Tesis Türü</u>	<u>Tesis Adedi</u>	<u>Yatak Kapasitesi</u>
Tatil Köyü	21	14718
5 Yıldızlı Otel	13	9.049
4 Yıldızlı Otel	10	3.372
3 Yıldızlı Otel	17	3.853
2 Yıldızlı Otel	21	1.691
1 Yıldızlı Otel	11	734
Özel Belgeli Otel	2	237
Apart Otel	1	35
Pansiyon	85	2.488
Kamping	2	+ 204
TOPLAM YATAK KAPASİTESİ		36.381

* Kemer Turizm Danışma Müdürlüğü, 1997 : 5

Tablo 3.6. Turizm Bakanlığından Yatırım Belgeli Tesislerin Yatak Kapasitesi(1997)

<u>Yatırım Türü</u>	<u>Yatırım Adedi</u>	<u>Yatak Kapasitesi</u>
Tatil Köyü	5	2.521
5 Yıldızlı Otel	2	1.277
4 Yıldızlı Otel	1	140
3 Yıldızlı Otel	9	1.405
2 Yıldızlı Otel	5	384
1 Yıldızlı Otel	1	38
Pansiyon	12	340

* Kemer Turizm Danışma Müdürlüğü, 1997 : 5

Turizm Bakanlığından işletme belgeli tesislerin yatak kapasitelerinin yörelere göre dağılımları Tablo 3.7.'de verilmiştir.

Tablo 3.7. İşletme Belgeli Yatakların Yörelere Göre Dağılımı(1997)

Bölge Adı	Yatak Sayısı
Kemer Merkez + Kiriş	12.816
Beldibi	6.088
Göynük	6.655
Çamyuva	3.909
Tekirova	6.913

* Kemer Turizm Danışma Müdürlüğü, 1997 : 5

Kemer'de turistik belgeli konaklama tesislerine ilave olarak 5357 adet belediye belgeli yatak, 3 adet disko, 9 adet Bakanlıktan belgeli restoran, 24 adet belediye belgeli restoran, 42 adet seyahat acentası, 11 adet otobüs şirketi, konaklama işletmelerinin içinde olmak üzere (1. Sınıf tatil köyü ve 5 yıldıızlı otellerde) 16 adet kongre salonu, 4 adet banka ve 3 adet özel klinik bulunmaktadır (Antalya Valiliği İl zel İdare Müdürlüğü, 1997:239)

Ayrıca 7 adet bar, 4 adet cafe, 27 adet kuyumcu, 15 adet halıcı, 8 adet derici, 6 adet kiralık araba servisi ve 4 adet eczane hem turistlere hem de bölge halkına hizmet etmektedir(Antalya Valiliği İl zel İdare Müdürlüğü, 1995:184)

3.2.2. Kemer'e Yönelik Turizm Talebi

Kemer, sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel varlıklar ile Türkiye'nin en çok turist çeken yörelerinden biridir. İlçe, özellikle Güney Antalya Turizm Gelişim Projesinin de etkisiyle altyapısını büyük oranda tamamlamıştır.

Türkiye açısından turistik merkezlerin çekicilikleri konusunda, Turgut Var tarafından yapılan bir çalışmada, Türkiye'deki 65 turistik merkezin "turistik çekicilik" analizi sonucu Kemer'in bağlı bulunduğu Antalya ili 3. sırada yer almıştır.

Bu araştırmada turizm açısından etkili olacak kriterler belirlenmiş ve bu kriterlere sayısal ağırlık verilmiştir. Böylece bir yörenin turistik çekim gücü hakkında sayısal bir sonuca ulaşılmıştır. Araştırmada sayısal ağırlıkları belirlenerek dikkate alınan kriterler şunlardır (İçöz, 1987:152):

- Doğal güzellikler
- İklim
- Mimari ve artistik değerler
- Festivaller
- Yöreye özgü değerler
- Fuar ve sergiler
- Turiste karşı davranışlar
- Eski harabeler
- Tarihi önem
- Dinsel anlamlı yerler
- Spor olanakları
- Eğitim olanakları
- Sağlık ve dinlenme olanakları
- Gece eğlenceleri
- Alışveriş olanakları
- Alt yapı
- Konaklama ve yiyecek

**Tablo 3.8. Turistik Çekiciliğe Göre Türkiye'deki 65 Turistik
Merkezin Sıralanışı**

Turistik Alan	Endeks	Turistik Alan	Endeks	Turistik Alan	Endeks
1. İzmir	924.78	23. Silifke	523.90	45. Malatya	399.20
2. İstanbul	906.00	24. Trabzon	522.34	46. Erzincan	395.73
3. Antalya	764.80	25. Denizli	517.06	47. Biga	389.68
4. Bursa	760.15	26. Alanya	514.21	48. Tekirdağ	388.80
5. Aydın	710.65	27. Zonguldak	502.72	49. Amasya, Tokat	376.86
6. Ankara	686.72	28. Seyhan	493.73	50. Kırklareli	377.40
7. Kayseri	681.93	29. Samsun,Ordu	491.11	51. Siirt, Batman	371.04
8. Finike	665.92	30. Yozgat, Çorum	485.72	52. Gaziantep	370.42
9. Eskişehir	656.92	31. Urfa	484.95	53. Van	369.42
10. Manavgat-Side	645.00	32. Isparta, Bursa	472.42	54. Sivas	366.79
11. Mersin	637.25	33. Ayvalık	458.33	55. Rize	366.54
12. Kocaeli, Sakarya	630.35	34. Dalaman	453.17	56. Kars	359.61
13. Nevşehir	625.00	35. Afyon, Uşak	451.99	57. Sinop	355.75
14. Konya	564.85	36. Manisa	449.81	58. Diyarbakır	333.93
15. Muğla, Marmaris	564.44	37. Edirne	427.00	59. Ağrı	327.96
16. Çanakkale	560.40	38. Karaman	423.98	60. Artvin	326.94
17. Bodrum	552.60	39. Beyşehir	414.23	61. Tortum	322.76
18. Balıkesir	541.60	40. Düzce, Akçakoca	414.19	62. Kırşehir	315.98
19. Adana	540.75	41. Kastamonu	410.77	63. Adıyaman	302.00
20. Bolu	527.37	42. Elazığ, Tunceli	405.10	64. Kahramanmaraş	260.29
21. Hatay	525.86	43. Erzurum	404.34	65. Hakkâri	141.66
22. Niğde	524.35	44. Tatvan, Bitlis, Muş	401.26		

*Kaynak, İçöz, 1987:152

Daha sonraki yıllarda benzeri bir çalışmanın yapılmaması sebebiyle, Türkiye açısından turistik merkezlerin çekicilikleri konusunda Turgut Var tarafından yapılmış olan çalışma halen geçerliliğini korumakta, bu alandaki uzmanların çoğunluğu tarafından kabul görmektedir.

Tablo 3.9. 1998 Yılı İlk Altı Ayında Kemer'e Gelen Turistlerin Aylara Göre Dağılımı

Aylar	Tesise Giriş Yapan Turist Sayısı	Tesiste Geceleyen Turist Sayısı
Ocak	17.965	107.628
Şubat	14.194	87.091
Mart	14.523	100.473
Nisan	30.213	174.117
Mayıs	28.718	210.914
Haziran	28.954	267.648
Gn. Toplam	134.567	947.871

*Kaynak: Kemer Turizm Danışma Müdürlüğü, 1998:6

Tablo: 3.10. Yıllara Göre Kemer'e Gelen Turist Sayıları

Yıllar	Gelen Turist Sayısı		Toplam Yerli ve Yabancı	Toplam Geceleme
	Yerli	Yabancı		
1992	68.114	273.391	341.705	2.362.826
1993	113.592	180.333	293.925	2.260.597
1994	94.841	181.847	276.688	1.944.287
1995	142.156	443.839	585.995	4.140.969
1996	195.447	476.048	671.495	4.960.543
1997	176.541	515.961	692.502	5.762.715
*1998	38.478	96.089	134.567	947.871

Kaynak : Tablo Kemer Turizm Danışma Müdürlüğü tarafından 1992 ve 1998 yılları arasında hazırlanan Kemer Turizm Envanterlerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

* İlk altı ay içinde gelen turist sayısı

Tablo: 3.11. Yıllar İtibariyle Turistlerin Milliyetlerine Göre Ayrımı

Kemer'e Gelen Tur. Milliyetleri	1992		1993		1994		1995		1996		1997		1998	
	Sıra No	Gelen Turist	Sıra No	Gelen Turist	Sıra No	Gelen Turist	Sıra No	Gelen Turist	Sıra No	Gelen Turist	Sıra No	Gelen Turist	Sıra No	Gelen Turist
Alman	1.	154.486	2.	88.842	2.	76.074	1.	173.554	1.	252.514	1.	284.906	1.	47.872
Türk	2.	68.114	1.	113.592	1.	94.841	2.	142.156	2.	195.447	2.	176.541	2.	38.478
İskandinav Ül	3.	22.064	9.	3.973	9.	3.473	10.	4.855	10.	6.113	11.	5.199	11.	626
Avusturya	4.	21.241	3.	25.349	5.	1.762	3.	103.794	4.	65.051	3.	68.598	3.	17.109
Benelux Ül.	5.	20.510	5.	9.228	7.	7.283	9.	8.155	8.	11.171	7.	15.092	6.	3.397
Fransız	6.	13.198	4.	21.534	6.	14.599	6.	13.321	6.	28.057	5.	23.101	5.	5.674
İngiliz	7.	11.770	6.	7.756	8.	5.511	7.	11.962	3.	82.730	9.	9.052	10.	1.137
Amerikan	8.	6.301	11.	565	12.	876	12.	945	12.	1.886	12.	1.472	8.	1.416
İtalyan	9.	5.506	8.	5.073	10.	2.895	8.	10.208	9.	11.077	8.	11.966	7.	2.620
İsrail	10.	5.041	10.	1.564	3.	26.554	5.	41.391	7.	13.789	6.	17.277	9.	1.911
İspanyol	11.	3.165	13.	286	13.	152	15.	69	13.	252	13.	238	14.	28
İsviçre	12.	2.709	7.	7.062	11.	2.800	11.	2.227	11.	3.184	10.	5.965	12.	228
Japon	13.	433	14.	77	14.	116	14.	91	15.	93	15.	6	15.	11
Rus	14.	180	12.	507	4.	22.025	4.	64.332	5.	59.210	4.	64.639	4.	12.395
Avustralya	15.	159	15.	38	15.	103	13.	121	14.	100	14.	88	13.	30
Diğer	--	4.828	--	8.479	--	1.764	--	8.814	--	15.308	--	8.362	--	1.635
Gn. Toplam		341.705		293.925		276.688		585.995		671.495		692.502		134.567

Kaynak : Tablo Kemer Turizm Danışma Müdürlüğü tarafından 1992 ve 1998 yılları arasında hazırlanan Kemer Turizm Envanterlerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

Tablo: 3.12. Yıllara Göre Yat Limanından Giriş Yapan Turist Ve Yat Sayıları

Yıllar	Giriş Yapan Turist	Giriş Yapan Yat
1995	297	82
1996	280	69
1997	271	68

Kaynak : Tablo Kemer Turizm Danışma Müdürlüğü tarafından 1995 ve 1997 yılları arasında hazırlanan Kemer Turizm Envanterlerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

Tablo: 3.13. Turist Ve Yat Sayılarının Milliyetlere Göre Ayrımı

Milliyetler	Yıllar					
	1995		1996		1997	
	Giriş Yapan Turist	Giriş Yapan Yat	Giriş Yapan Turist	Giriş Yapan Yat	Giriş Yapan Turist	Giriş Yapan Yat
İsrail	83	16	134	18	82	12
Alman	39	12	39	13	39	13
İngiliz	25	15	30	14	25	16
Türk	9	3	14	5	6	--
Fransız	16	3	5	1	12	3
Amerikan	13	6	10	5	41	9
Avustralya	5	2	4	1	11	4
Diğer	107	25	44	12	55	11
Toplam	297	82	280	69	271	68

Kaynak : Tablo Kemer Turizm Danışma Müdürlüğü tarafından 1995 ve 1997 yılları arasında hazırlanan Kemer Turizm Envanterlerinden yararlanılarak düzenlenmiştir.

3.3. Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi ve Kemer

Turizm faaliyetlerinin alt ve üst yapı yatırımlarının olduğu bölgelerde hızlı gelişmesi sonucunda, bir çok ülke turizmin gelişmesini sağlıklı ve hızlı bir şekilde oluşturmak amacıyla fiziksel planlama çalışmalarına yönelmiştir.

Alt ve üst yapı yatırımlarını belirleyen, arazi yoğunluk standartlarını tespit eden ve kaynak kullanım dengesini koruyan fiziksel planlama çalışmaları genellikle "turizm gelişme projeleri" kapsamında hazırlanmaktadır.

Türkiye'de turizm yatırımları genellikle devletin alt yapı ve planlama çalışmaları ile birlikte belirlendiği alanlarda, özel sektöre teşvikler sağlanarak üst yapı çalışmalarının yapılması ile geliştirilmiştir. Bölgesel fiziksel planlar, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı kapsamında 1/25.000. ölçeğinde yapılmaktadır. Seçilen bazı turizm bölgelerinde ise çeşitli master planlar yapılmaktadır. Bu planlama ile (Küçüktopuzlu, 1990:99) ;

1) Kısa ve uzun dönemdeki ihtiyaçlar için, turizm ve rekreasyonel kaynaklardan optimal yarar sağlamak,

2) Turizm ve rekreasyonel yatırımlarda, kamu ve özel sektöre hazırlık için bilgi vermek,

3) Turizm kaynaklarının kanunlar çerçevesinde korunmasını sağlamak, amaçlarına ulaşılacak istenmiştir.

Turizm Bakanlığınca, Antalya, Muğla ve Kapadokya için üç temel turizm gelişim planı tamamlanmıştır (Küçüktopuzlu, 1990:99).

Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi, Planlama, Programlama, Finansman, Yürütme ve Yönetim süreçlerini kapsayan entegre bir bölgesel turizm faaliyetidir. Bölgenin turizm merkezi Antalya'dır. Proje yönetim merkezinin yer aldığı bölgesel turizm gelişim merkezi Kemer'dir. Proje, Dünya Bankası Grubu tarafından kısmen finanse edilmektedir. Proje için Dünya Bankası tarafından sağlanan 26 milyon Dolarlık kredinin 23 milyon Doları 1986 yılı sonu itibariyle kullanılmıştır (Manisalı, Yarcın, 1998:16).

Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi, Yeni Antalya Limanından Gelidonya Burnuna kadar uzanan 80 km uzunluğunda ve 3 km genişliğinde bir bölgeyi kapsamaktadır. Amaç, kısa vadede kitle turizmine cevap verecek toplu yatak kapasitesi oluşturmaktır. Proje alanı içerisinde Kemer İlçesi, Beldibi, Göynük ve Çamyuva Belediyeleri, Kuzdere, Tekirova, Ulupınar ve Adrasan Köyleri yer almaktadır. Phaselis, Olympos başta olmak üzere irili ufaklı çok sayıda antik kent ile Olympos-Beydağları Milli Parkı da proje alanı içinde yer almaktadır. Proje iki bölümde ele alınabilir: Birinci bölüm, Devletçe gerçekleştirilecek çeşitli alt yapı ve ortak hizmetleri içermekte, ikinci bölüm ise, devletin özel kredi ve kamu arazisi tahsisı gibi teşvik unsurları ile yönlendirdiği ve özel sektör eliyle (Türk ve yabancı) gerçekleştirilecek konaklama ve yardımcı tesisleri kapsamaktadır (Meydan, 1995:141).

Projenin planlama çalışmaları 1974'te başlamış, 1976'da ise 1/25.000. ölçekli Master plan ve fizibilite çalışmaları tamamlanmış, gerekli krediyi sağlamak için de Dünya Bankası ile anlaşma sağlanmıştır (Ministry of Tourism, 1991:1)

Güney Antalya Turizm Gelişim Projesinin temel hedefleri şunlardır (TMMOB, 1996:108):

- Bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimine turizm katkısının sağlanması ve artırılması,
- Dengeli bir bölgesel kalkınmayı gerçekleştirebilmek için turizmin, bölgenin çeşitli sektörleri ile bütünleşen bir biçimde ele alınması,
- Rekreasyon gereksinmesinin karşılanmasının yanısıra, doğal çevrenin korunmasının sağlanması,
- Farklı gelir düzeylerindeki kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamak üzere gerekli turistik arz çeşitliliğinin oluşturulması,
- Çok yönlü çevre kontrolü için yasal bir aracın sağlanması,
- Turistik tesislerin bölgeye olan bağımlılıklarının artırılması. Kendi kendine yeterli tesisler yerine mal ve hizmet yönünden yakın çevreye bağımlı tesislerin geliştirilmesi, bu girdilerin sağlanması için mevcut gelişmelerin donatılması,
- Çeşitliliğin ve yarışma ortamının oluşturulabilmesi ve dışa kapalılığın sınırlandırılması amacıyla küçük kapasiteli tesislerin de teşvik edilmesi,
- Tesislerin sosyal bütünleşmeyi sağlayacak şekilde planlanması,

Güney Antalya Turizm Gelişim Projesinin faydaları birkaç başlık altında toplanabilir (Ministry of Tourism, 1991:2):

A) Sosyo-Ekonomik Yararlar

- Dış kredi, dolayısı ile ek finansman kaynağı,

- 40.000. kişiye istihdam imkanı,
- 200.000. kişiye günübirlik eğlence imkanı,
- 450 milyon Dolar döviz geliri,
- 700 Milyar Türk Lirası katma değer.

B) Yatırımcılar İçin Yararlar

- Ek finansman ve teŗvik imkanları,
- Her türlü alt yapısı hazır uzun vadeli (49 yıl) arazi tahsisi,
- Eğitimli iŗ gücü,
- İŗletmelerin mal ve hizmet ihtiyaçlarını karŗılayacak iyi organize edilmiŗ üretim sistemleri,
- Güvenli, bakımlı, sağlıklı  evre.

C) Bölge Halkı İçin Yararları

- Yüksek standartta alt yapı ve hizmetler (yol, su, elektrik, telekomünikasyon, yat marinası vb.),
- İleri seviyede sağlık hizmetleri,
- Tarım gelirlerini arttırmak için sulama imkanları,
- Turizm faaliyetlerine katılma imkanı.

Güney Antalya Turizm Geliŗim Projesi kapsamında tamamlanan ya da planları yapılan  alıŗmalar ŗunlardır (Ministry of Tourism, 1991:4-7):

1) İçme ve Diğer Amaçlarla Kullanılan Su İçin ŗebeke İnŗaatı : İçme suyu ve diğer amaçlar için kullanılan su 424 metre derinliğindeki kaynaklardan sağlanmaktadır. Kaynağın kapasitesi 150 litre/saniyedir. Kaynaktan elde edilen su üç ayrı turizm geliŗme sitesinde ve kırsal bölgelerde kullanılmaktadır. ŗebekenin kuruluŗ maliyeti 172 milyon Türk Lirası olup 1989 yılında iŗletmeye a ılmıŗtır.

2) Kemer Yat Marinaşı : Kemer Yat Marinaşı Ege ve Akdenizdeki yat marinalarının en son zinciridir. En modern teknolojiler kullanılan Kemer Marinaşı 1985'te açılmıştır ve çeşitli büyüklüklerdeki (150 yat karada, 150 yat da denizde olmak üzere) 300 yatı barındırabilecek kapasitededir.

3) Kemer Alt Yapı Şebekesi : Kemer Güney Antalya Turizm gelişim Projesinin merkezi olarak belirlenmiştir. Bölgede ticari ve sosyal aktivitelere bağlı olarak alt yapı da tamamlanmıştır.

Sonuçta içme ve kullanma suyu için 18. km'lik bir su şebekesi, yağmur suyunu biriktirmek için 1,5 km'lik şebeke ve atık su için de 13 km'lik bir şebeke inşa edilmiştir.

4) Atık Su Ana Kollektörü ve Arıtma Tesisi : Kızıltepe, Tekerlektepe, Çamyuva ve Kemer'in turistik yerleşim alanlarından merkezi arıtma tesislerine gelen ve klorlanarak %90-95 oranında temizlene su denize boşaltılmaktadır. Bu, Türkiye'de kendi alanındaki en büyük projedir.

5) Kemer Sağlık Merkezi :Antalya merkezden 40 km uzaklıkta olan Kemer'de daha önce bir saplık merkezi bulunmadığından, koruyucu hekimlik, ilkyardım, kadın doğum gibi departmanları bulunan bir merkez kurulmasına karar verilmiştir. Gerekli personel ve araç-gereç donanımına sahip olan bu tesis kamu hizmeti sunmak için kurulmuştur.

6) Kemer Belediyesi ve Turizm Ofisi : Kemer'deki turizm potansiyeli ve bölge halkının ihtiyaçları düşünülerek belediye ve turizm ofisi inşa edilmiştir. Kemer'deki turizm ofisi gerekli enformasyonu sağlamak üzere modern bir tarzda planlanmıştır.

7) Kemer Yat Marinası, OTEM Uygulama Oteli ve Çevre Geliştirme Çalışmaları : Kemer Yat Marinası tamamlandıktan sonra, yan hizmet binaları, sosyal aktiviteler için üniteler, deniz kenarında yürüyüş yolları ve çevre düzenlemesinin sağlanabilmesi için 1984 yılında 755 milyon TL kaynak aktarılmıştır.

Bölgenin turizm potansiyeline uygun olarak kalifiye personelin yetiştirilmesine karar verilmiş ve bir otel yönetimi okulu kurulmuştur. Bu okulda, staj dönemlerinde öğrencinin teorik bilgilerini uygulama imkanı sağlamak için bir uygulama oteli de inşa edilmiştir.

Bu üniteler tamamlandıktan sonra;

- 1,5 km'lik yürüyüş yolu
- 3 restoran
- 8 alışveriş merkezi
- 1 saat kulesi
- Yat marinası yönetim binası
- Açık hava cafeleri
- Marina personeli için sosyal aktivite merkezi
- Yat bakım-onarım ve barındırma merkezi
- Bir tenis kortu
- Bir yüzme havuzu
- Tuvalet ve duş alanları
- Otem uygulama oteli açılmıştır.

8) Elektrik Şebekesi : Bu proje 21 transformatör, 3 trafo, 25 km uzunluğunda 31.5 kw'lik güç dağıtım hattı, 13 km uzunluğunda 31.5 kw'lik kablo şebekesi ve düşük voltajlı yer altı kablo şebekesi içermekte olup, Kemer'in elektrik ihtiyacını karşılamak üzere kurulmuştur. Şebeke TEK tarafından işletilmektedir.

9) TURBAN Kemer Marina Otel İnşaatı : 1985 yılı Mart ayında inşaatına başlanan 5 yıldızlı TURBAN Kemer Marina Otel 1988 tarihinde tamamlanmıştır. Otelde 288 oda ve 540 yatak vardır.

10) Phaselis Antik Şehri Hizmet Binaları ve Alt yapı Üniteleri İnşaatı : Phaselis antik şehri arkeolojik kazıları Kültür Bakanlığı tarafından yapılmıştır. Şehrin içme suyu, elektrik şebekesi ve çevre düzenlemesi tamamlanmıştır.

11) Altyapı Çalışmaları Yönetimi : Proje bölgesindeki çalışmalar tamamlandığında altyapı şebekelerinin tamamı ALTAŞ'a (Alt Yapı Anonim Şirketi) bağlanmıştır. Böylece bölge halkının ve bölgeye gelen turistin içme ve diğer amaçlı su ihtiyacı, atık su toplama ve arıtma şebekesi ile ilgili işlemler ALTAŞ tarafından gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

Güney Antalya Turizm Gelişim Projesinin 1975 yılında ve 1974 yılı cari fiyatları ile belirlenen (ABD Doları bazında) maliyet giderleri (Küçüktopuzlu, 1990:112).

- a) Arazi temini için 8.338.000. \$
 - b) İnşaat işleri için 59.631.000. \$
 - c) Teçhizat için 18.628.000. \$
 - d) Etüd proje ve kontrollük için 6.920.000. \$,
- Olmak üzere toplam 93.517.000. ABD Dolarıdır.

3.4. Turizmin Kemer'deki Ekonomik Etkileri

Turizmin Kemer'deki ekonomik etkileri dört ana başlık altında incelenmiştir.

3.4. Turizmin Kemer'deki Ekonomik Etkileri

Turizmin Kemer'deki ekonomik etkileri dört ana başlık altında incelenmiştir.

1. Kemer'in tahmini turizm geliri ve Kemer turizm gelirlerinin dış turizm gelirleri içindeki payı ile ihracat gelirlerine oranı
2. Turizmin Kemer'deki turizm gelirlerinin çarpan etkisi
3. Turizmin Kemer'deki katma değer etkisi
4. Turizmin Kemer'deki istihdam etkisi

3.4.1. Kemer'in Tahmini Turizm Geliri ve Kemer Turizm Gelirlerinin Dış Turizm Gelirleri İçindeki Payı ile ihracat Gelirlerine Oranı

Kemer'deki tahmini turizm gelirini hesaplayabilmek için öncelikle doluluk oranları ve oda fiyatlarından hareketle tahmini konaklama geliri hesaplanmış, konaklama gelirinden de toplam gelire ulaşılmıştır. Turizm Bakanlığında belgeli tesislerde doluluk oranları hesaplanırken Kemer'deki toplam geceleme sayısı (5.762.715), toplam yatak arzına (36.381 X 365 = 13.279.065) bölünmüştür.

$$\text{Doluluk Oranı} = \frac{5.762.715}{13.279.065} = 0.43$$

Belediye belgeli tesislerin konaklama geliri hesaplanırken Türkiye'deki belediye belgeli tesislerin doluluk oranı ortalaması olan % 29.4 kullanılmıştır (T.C. Turizm Bakanlığı, 1998:9).

Tablo 3.14. Kemer’de 1997 Yılı Tahmini Konaklama Geliri

Tesisin Sınıfı	Toplam Yatak Sayısı	% 43 Doluluk Oranında Yılda Satılan Yatak	Ortalama Yatak Fiyatı (\$)	1997 Yılı (Tahmini) Konaklama Geliri (\$)
Tatil Köyü	14.718	2.309.990	59	136.289.410
5 Yıldızlı Otel	9.286	1.457.438	59	85.988.842
4 Yıldızlı Otel	3.372	529.235	37	19.581.695
3 Yıldızlı Otel	3.853	604.728	29	17.537.112
2 Yıldızlı Otel	1.691	265.402	25	6.635.050
1 Yıldızlı Otel	734	119.201	18	2.073.618
Pansiyon	2.488	390.492	13	5.076.396
Apart Otel	35	5.493	16	87.888
Kamping	204	32.018	5	160.090
Toplam Turistik Belgeli	36.381	5.709.997	--	273.430.101
Belediye Belgeli	5.357	574.860	19	10.922.340
Genel Toplam	41.738	6.284.857	--	284.352.441

Tablo 3.14.’te de görüldüğü üzere Kemer bölgesindeki konaklama tesisleri yaklaşık 284.000.000. Dolar gelir elde etmiştir. Konaklama tesislerinde kalanların % 73’ü yabancı turistir.

$284.000.000. \times 0.73 = 207.320.000$. Dolar yabancı turistlerin konaklama harcamasıdır. Bakanlık istatistiklerine göre 1997 yılında Kemer’de 776.990. yabancı turist konaklamıştır. Bu rakamlara göre turist başına konaklama ücreti 266 Dolardır ($207.320.000. : 776.990 = 266$).

266 Dolarlık konaklama harcaması tüm turistik harcamaların % 23’ü kabul edilirse yabancı turist başına ortalama harcama yaklaşık 1150 Dolar olmaktadır.

1997 Yılı turizm istatistiklerine göre yabancı turist başına ortalama harcama 876 Dolardır. Kemer’deki turist başına ortalama harcama miktarı

Türkiye ortalamasından daha yüksektir. Bunun temelinde Kemer'in Türkiye'deki ilk planlı turizm alanı olması, son yıllardaki popülaritesinin yüksekliği, yeni ve yüksek kalitede hizmet sunan işletmelerin varlığı ve Kemer'e gelen turistlerin yüksek gelir grubundan olması yatmaktadır. Toplam harcamaları hesaplarken aynı yöntemle hareket edildiğinde (konaklama harcaması tüm turistik harcamaların % 23'ü kabul edildiğinde) Kemer bölgesindeki toplam yabancı turist harcaması 901.391.304. Dolardır.

Toplam konaklama harcamalarından yabancı turist konaklama giderleri çıkarıldığında (Ya da toplam konaklama harcaması yerli turist oranıyla çarpıldığında - % 27) yerli turistlerin konaklama giderleri 76.880.000. Dolar olmaktadır.

Turistik tüketim harcamalarının yüzde dağılımlarıyla ilgili olarak yapılmış bazı çalışmalar vardır. Bu tez çalışmasında Turgut Var ve Alp Timur'un Kuşadası bölgesinde yapmış oldukları araştırmadan elde edilen turistik tüketim harcamalarının yüzde dağılımı baz alınacaktır.

Tablo 3.15. Turistik Tüketim Harcamalarının Yüzde Dağılımı

Turistik Tüketim Tipi	Geceleme Yapanlar			Günübirlikçiler	Toplam
	Yabancı	Yerli	Toplam		
Konaklama	23.1	18.2	21.3	4.1	20.1
Yiyecek, İçecek	23.3	30.2	28.6	22.0	29.9
Yerel Ulaştırma	14.7	23.1	17.9	33.9	15.0
Alışveriş	20.6	17.9	19.8	26.2	19.0
Eğlence	18.3	10.7	12.8	13.8	15.1
Toplam	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Kaynak : İçöz, 1987:192

Tablo 3.15.'daki veriler ve Kemer bölgesindeki yabancı turistlerin yapmış oldukları konaklama harcamaları dikkate alınarak toplam yabancı turist harcama miktarına ve bunların turistik tüketim tiplerine dağılımına ulaşmak mümkündür.

Kemer bölgesindeki yabancı turist konaklama harcaması 207.320.000. Dolar olarak hesaplanmıştı. Konaklama harcaması tüm turistik harcamaların % 23'ü kabul edildiğinde toplam yabancı turist harcaması 901.391.304. Dolar olmaktadır. Buna göre;

Tablo 3.16. Kemer'de Yabancı Turistlerin Harcama Dağılımı

Turistik Tüketim Tipi	% Oranı	Harcama Miktarı (Dolar)
Konaklama	23.1	207.320.000.
Yiyecek-İçecek	23.3	210.240.000.
Yerel Ulaştırma	14.7	132.504.522.
Alışveriş	20.6	185.686.609.
Eğlence	18.3	164.954.609.
Toplam	100.0	901.391.304.

Yerli turistlerin konaklama harcaması 76.680.000. Dolar olarak hesaplanmıştır. Buna göre yerli turistlerin harcamalarının dağılımı aşağıdaki gibidir.

Tablo 3.17. Kemer'de Yerli Turistlerin Harcama Dağılımı

Turistik Tüketim Tipi	% Oranı	Harcama Miktarı (Dolar)
Konaklama	18.2	76.680.000.
Yiyecek-İçecek	30.2	127.238.242.
Yerel Ulaştırma	23.1	97.324.615.
Alışveriş	1.8	74.994.725.
Eğlence	10.7	45.091.099.
Toplam	100.0	421.318.681.

Tablo 3.18. Kemer’de Turistlerin Toplam Harcama Dağılımı

Turistik Tüketim Tipi	Harcama Miktarı		Toplam (Dolar)
	Yabancı	Yerli	
Konaklama	207.320.000.	76.680.000.	284.000.000.
Yiyecek-İçecek	210.240.000.	127.238.242.	337.262.416.
Yerel Ulaştırma	132.504.522.	97.324.615.	229.829.137.
Alışveriş	185.686.609.	74.994.725.	260.681.334.
Eğlence	164.954.609.	45.091.099.	210.035.708.
Toplam	901.391.304.	421.318.681.	1.332.709.985.

Bu hesaplamalar göre Kemer bölgesindeki toplam turistik tüketim harcaması 1.322.709.985. Dolardır.

Ülkelerin ve bölgelerin kalkınmalarını sağlayabilmek için üretimin artmasını sağlayacak yatırımların yapılması gereklidir. Bu yatırımların yapılması ise ihtiyaç duyulan finansal kaynakların sağlanmasına bağlıdır.

Ülkeler bu finansal kaynakları bulmak için ihracatlarını ve döviz rezervlerini arttırmalıdır. Turizm hem ülkesel, hem bölgesel bazda etkileriyle en iyi ihracat yollarından biridir.

Türkiye’de dış turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı % 30.8’dir. Kemer’deki turizm faaliyetlerinden sağlanan dış turizm gelirlerinin toplam dış turizm gelirin e oranı ise $(901.391.304. \div 8.088.500.000. = 0.11)$ % 11 civarındadır.

Yalnızca Kemer’in toplam dış turizm gelirlerinin Türkiye’nin ihracat gelirlerine oranı %3’tür.

Tablo 3.19. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı

Yıllar	İhracat	Turizm Gelirleri (1 Milyon \$)	Tur. Gel. İhracat Gelirlerine Oranı
1963	368.0	7.7	2.1
1964	411.0	8.3	2.0
1965	464.0	13.8	3.0
1966	490.0	12.1	2.5
1967	523.0	13.2	2.5
1968	496.0	24.1	4.9
1969	537.0	36.6	6.8
1970	588.0	51.6	8.8
1971	677.0	62.9	9.3
1972	835.0	103.7	12.4
1973	1 317.0	171.5	13.0
1974	1 532.0	193.7	12.6
1975	1 401.1	200.9	14.3
1976	1 960.1	180.5	9.2
1977	1 753.0	204.9	11.7
1978	2 288.0	230.4	10.1
1979	2 261.2	280.7	12.4
1980	2 910.1	326.7	11.2
1981	4 702.9	381.3	8.1
1982	5 746.0	370.3	6.4
1983	5 727.8	411.1	7.2
1984	7 133.6	840.0	11.8
1985	7 958.0	1 482.0	18.6
1986	7 456.7	1 215.0	16.3
1987	10 190.0	1 721.1	16.9
1988	11 662.1	2 355.3	20.2
1989	11 625.0	2 556.5	22.0
1990	12 960.0	3 225.0	24.9
1991	13 593.0	2 654.0	19.5
1992	14 715.0	3 639.0	24.7
1993	15 345.0	3 959.0	25.8
1994	18 106.0	4 321.0	23.9
1995	21 636.0	4 957.0	22.9
1996	23 082.1	5 962.1	25.8
1997	26 246.0	8 088.5	30.8

*Kaynak: T.C. Turizm Bakanlığı, 1998:72

Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta şudur; Kemer bölgesinin turizm gelirleri yalnızca görünmeyen ihracat olarak nitelendirilen yönüyle hesaplanmıştır. Oysaki ek ihracat denilen hediyelik eşya satışları vb. gelirler de önemli miktarlara ulaşmaktadır. Bu gelirlerde hesaplandığında Kemer'in turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı yükselecektir.

3.4.2. Kemer'deki Turizm Gelirlerinin Çarpan Etkisi

1.322.709.985. Dolar, turizmin Kemer bölgesine sağladığı direkt getiridir. Oysa turizm gelirlerinin ekonomideki çarpan mekanizmasıyla daha fazla ekonomik faaliyete yol açtığı bir gerçektir.

Lundberg'e göre Turistik çarpan katsayısı;

$$k_t = \frac{1-s}{1-c+m}$$

formüle edilmiştir. Bu formülasyon baz alınarak yapılan araştırmada Türkiye'de turizm sektörü için çarpan katsayısı 4.03 olarak hesaplanmıştır. Bu katsayı, turistin yapmış olduğu bir Dolarlı bir harcamanın, Türkiye'de 4.03 Dolarlık gelir meydana getirici etkisi olduğunu göstermektedir (T.C. Turizm Bakanlığı 1993:69)

Kemer Bölgesinde Dış
Turizmden Sağlanan
Gelir Artışı

$$= 901.391.304. \times 4.03 = 3.632.606.955. \text{ Dolardır}$$

Kemer Bölgesinde İç
Turizmden Sağlanan
Gelir Artışı

$$= 421.318.681. \times 4.03 = 1.197.914.284. \text{ Dolardır.}$$

Buna göre, Kemer’de turizmden sağlanan toplam gelir etkisi 5.330.521.239. Dolardır.

3.4.3. Turizmin Kemer’deki Katma Değer Etkisi

Kemer bölgesindeki katma değerın hesaplanmasında Alptekin Orhon ve Ahter Kral tarafından yapılan bir araştırmada belirlenen katma değer oranları (turistik tüketim tiplerine göre) kullanılacaktır.

Tablo 3.20. Turizm Gelirinin Meydana Getirdiği Katma Değer Oranları

Turistik Tüketim Tipleri	Katma Değer Oranları
Konaklama	0.6352
Yeme-İçme	0.4417
Yerel Ulaştırma	0.6473
Eğlence	0.8131
Alışveriş, Çeşitli Tüketim Malları	0.8808

Kaynak: Orhon, Kral,1977 : 11

Bu oranlara göre Kemer’deki iç ve dış turizm gelirlerinin meydana getirdiği katma değeri hesaplamak mümkündür.

Tablo 3.21. 1997 Yılında, Kemer’de Yabancı Turistlerin Harcamalarının Meydana Getirdiği Katma Değer

Turistik Tüketim Tipleri	Turistik Tüketim Tipine Akan Pay	Katma Değer Oranları	Katma Değer (Dolar)
Konaklama	207.320.000.	0.6352	131.689.664.
Yiyecek-İçecek	210.024.174.	0.4417	92.767.678.
Yerel Ulaştırma	132.504.522.	0.6473	85.770.177.
Alışveriş,	185.686.609.	0.8808	163.552.765.
Eğlence	164.954.609.	0.8131	134.124.593.
Toplam	901.391.304.	--	607.904.877

**Tablo 3.22. 1997 Yılında, Kemer’de Yerli Turistlerin
Harcamalarının Meydana Getirdiği Katma Değer**

Turistik Tüketim Tipleri	Turistik Tüketim Tipine Akan Pay	Katma Değer Oranları	Katma Değer (Dolar)
Konaklama	76.680.000.	0.6352	48.707.136.
Yiyecek-İçecek	127.238.242.	0.4417	56.201.131.
Yerel Ulaştırma	97.324.615.	0.6473	62.998.223.
Alışveriş,	74.994.725.	0.8808	66.055.354.
Eğlence	45.081.099.	0.8131	36.655.442.
Toplam	421.318.681.	--	270.617.286.

Yapılan hesaplamalara göre 607.904.877. Dolar yabancı turistlerce, 270.617.286 Dolar yerli turistlerce olmak üzere toplam 878.522.163. Dolar katma değer sağlanmıştır.

Buna göre yabancı turist harcamalarının sağladığı katma değer % 67, Yerli turist harcamalarının sağladığı katma değer ise % 64 oranındadır.

3.4.4. Turizmin Kemer'deki İstihdam Etkisi

Bilindiği üzere turizmin istihdam etkisi üç şekilde ortaya çıkmaktadır:

1. Doğrudan İstihdam
2. Dolaylı istihdam
3. Uyarılmış istihdam

Kemer'deki doğrudan istihdamın en büyük kaynağı Turizm Bakanlığı'ndan belgeli konaklama tesisleridir. Bu tesislerdeki istihdamla ilgili veriler, işletmelerle yapılan görüşmeler sonucu elde edilmiştir (Tablo 3.22). Buna göre yatak başına en fazla istihdam sırasıyla,

- 4 Yıldızlı oteller,
- 5 Yıldızlı oteller ve
- Tatil köylerinde gerçekleşmektedir.

Ancak 4 yıldızlı otellerin dışındaki hiçbir işletme türü yatak başına personel oranında dünya standartlarına yakalaşamamıştır.

Tablo 3.23. Kemer'deki Bakanlık Belgeli Tesislerde İstihdam Edilen Personel Sayısı

Tesis Türü	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	İstihdam Edilen Personel Sayısı	Yatak başına Personel Oranı
Tatil Köyü	21	6.901	14.718	4.827	% 32.8
5 Yıldızlı Otel	14	4.184	8.892	3.921	% 44
4 Yıldızlı Otel	9	1.439	2.965	1.640	% 55
3 Yıldızlı Otel	18	1.863	4.019	1.555	% 39
2 Yıldızlı Otel	14	604	1.215	362	% 29.8
1 Yıldızlı Otel	8	277	547	159	% 29
Özel Belgeli Otel	2	98	237	60	% 25.3
Apart Otel	1	13	35	37	% 105
Toplam	87	15.379	32.628	12.561	% 31.9

Kaynak : Tablodaki veriler işletmelerle yapılan görüşmelerden elde edilmiştir.

Kemer'deki turistik belgeli tesislerde istihdam edilen personel sayısı 12.561'dir (Pansiyonlar hariç). Belediye belgeli tesislerde istihdam edilen personelin hesaplanmasında standart oranlar baz alınmıştır. Kuşadası bölgesinde yapılan bir araştırmaya göre yatak başı personel oranı şu şekildedir (Seferihisar-Dilek Turizm Gelişim Projesi, 1980:99):

Tablo 3.24. Yatak Başı Personel Oranı

Tesis Türü	İşgücü / Yatak
Lüks + 1. Sınıf	0.46
Diğer Otel-Motel	0.28
Tatil Köyü	0.26
Kamping	0.10
Termal	0.75
Pansiyon	0.10

*Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1980

Kemer Bölgesinde yer alan belediye belgeli tesisler pansiyon niteliğinde olduğundan bu tesislerde istihdam edilen personel sayısı tahminen (Belediye belgeli yatak sayısı [5357] X 0.10 = belediye belgeli tesislerde istihdam edilen tahmini personel sayısı) 538'dir.

Böylece Kemer bölgesindeki turizm sektörünün sağlamış olduğu doğrudan istihdam toplamı 13.099'a çıkmaktadır. Bu sayı bölge nüfusunun % 56'sını teşkil etmektedir.

Seyahat acentalarından konuyla ilgili bilgi alınamamıştır. Ayrıca hediyelik eşya üreten ve satan (Halı, kilim, mücevherat vb.) ya da turizm sektörüne girdi üreten işletmelerde istihdam edilen personel de bu sayıya dahil değildir. Oysa turizmin hediyelik eşya sektöründe ve girdi aldığı diğer sektörlerde istihdam artışına sebep olduğu (dolaylı istihdam etkisi sayesinde) yadsınamayacak bir gerçektir. Bütün bunlara ilave olarak turizmin doğrudan ve dolaylı istihdam etkisi sayesinde gelirleri artan bireylerin aynı zamanda harcamalarının da artması uyarılmış istihdam etkisini de ortaya çıkaracaktır. Bu şekilde (Dolaylı ve uyarılmış istihdam etkisiyle) istihdam edilen personel sayıları da ilave edildiğinde turizmin Kemer'deki istihdam etkisi daha büyük oranlara ulaşacaktır.

SONUÇ

Çağımıza özgü bir ihtiyaç türü olarak turizm çok çeşitli sosyal, kültürel, siyasal vb. bir takım fonksiyonları yanında, ekonomik açıdan ele alındığında bir harcama olayı olarak ortaya çıkmaktadır.

İster yatırım, isterse tüketim ya da üretim amacıyla olsun, kişi ve kurumlar tarafından yapılan harcamalar bir ekonomik faaliyettir. Ve bu harcamalar turizm alanında gerek ülke düzeyinde gerekse harcama yapılan bölge düzeyinde önemli sonuçlar yaratır. Bu harcamalar mal ve hizmeti alanlar için bir gider unsuru, mal ve hizmeti satanlar için de bir gelir unsuru olarak değerlendirilmektedir.

Uluslararası turizm, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine önemli etkilere sahiptir. Bu ülkelerdeki yabancı turistlerin yaptığı turistik tüketim harcamaları, ülke ekonomisinde yaptığı uyarıcı etkilerle ekonominin canlanmasına, kişi gelirlerinin artmasına ve ticaret hacminin büyümesine katkıda bulunur.

Turizmin emek yoğun bir üretim tekniğine sahip olması, sektörün istihdam etkisini de artıran bir faktördür.

Turizmin ekonomik etkileri bölgesel olarak da bir takım sonuçlar yaratmaktadır.

Bunlardan en önemlisi, bölgede doğrudan dolaylı ve uyarılmış olarak ortaya çıkan istihdam etkisidir.

Turizmin belli bölgelerde mevsimlik olarak yoğunlaşmasından artan talep arz tarafından karşılanmamakta ve kısa süreli kısmi enflasyonlar ortaya çıkmaktadır.

Diğer sanayi sektörleri için uygun olmayan ama turizm için gerekli olan arz kaynaklarına sahip olan ve altyapısı tamamlanmış (altyapı tamamlanmış olmasa bile tamamlamak için gerekli finansal kaynakları bulmakta zorluk çekmeyecek ülkelerde) bölgelerde yapılan turistik harcamalar bölgenin ekonomik faaliyet açısından canlanmasını ve gelişmesini sağlayabilir.

Turizmin parasal etkileri olan katma değer ve çarpan etkileri sayesinde turistik harcamaların etkisi artacak, hem bölgesel geliri artacak hem de başta harcanan bir birim dövizin birkaç katı ekonomik faaliyete sebep olacaktır.

Turizmin bölgesel ekonomik etkilerini ölçmek için Kemer bölgesinde yapılan çalışmalarda şu sonuçlar elde edilmiştir:

1) Kemer hem yatak arzı, hem gelen turist, hem de geceleme sayısı açısından Türkiye'nin en önemli turizm merkezlerinden biridir. Türkiye'deki toplam gecelenin % 13'ü Kemer'de yapılmıştır.

2) Kemer, turizm gelirleri açısından da oldukça önemli bir noktadadır. Türkiye'deki toplam dış turizm gelirinin % 11'inin Kemer'den elde edildiği tahmin edilmiştir.

3) Kemer'e gelen yabancı turistlerin ortalama harcaması 1150 Dolar olarak hesaplanmıştır. Yabancı turistlerden elde edilen gelir toplamı 901.391.304. Dolar, toplam turizm geliri ise 1.322.709.985. Dolar olarak tahmin edilmiştir.

4) Kemer'de elde edilen turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı % 3 olarak hesaplanmıştır.

5) Kemer'de yabancı turistlerden elde edilen gelir, çarpan etkisiyle 3.632.606.855. Dolar, yerli turistlerden elde edilen gelir ise 1.697.914.284 Dolar yükselmiştir.

6) Kemer'de turizmin sağladığı katma değer, yabancı turistler için 607.904.877. Dolar, yerli turistler için ise 270.617.286. Dolardır.

7) Kemer'de 1997 yılında konaklama tesislerinin sağladığı doğrudan istihdam 13.099 kişidir. Bu rakam Kemer nüfusunun % 56'dır. Diğer turizm işletmelerinin sağladığı doğrudan istihdam ile dolaylı ve uyarılmış istihdam da dikkate alındığında bu oran daha da büyüyecektir.

8) Konaklama tesislerindeki yatak başına personel oranı 4 ve 5 yıldızlı otellerle, tatil köylerinde daha yüksek iken diğer tesis türlerinde oldukça düşüktür.

Bütün bu sonuçlar dikkate alındığında, Kemer'de turizmin ekonomik etkilerini arttırmak için yapılması gerekenler şunlardır:

3. Kemer için nokta tanıtımı yapılmalıdır. Böylece Kemer'in ülkedeki konjonktürel dalgalanmalardan etkilenme düzeyi en aza indirilebilir.

4. Konaklama tesislerinin doluluk oranları ve turistlerin harcama miktarları başta olmak üzere turizmle ilgili konularda daha ayrıntılı bilgi sağlamak amacıyla turizm danışma müdürlüklerinde ve turistlerin yoğun olarak bulunduğu yerlerde ayrıntılı anket formları bulundurulmalı, bunlara verilecek cevaplara önem verilerek eksikliklerin düzeltilmesine çalışılmalıdır.

5. Yatak başına personel oranları dünya standartlarına yükseltilmeli, dolayısı ile daha kaliteli hizmet verilerek turist memnuniyeti daha üst seviyeye çıkarılmalıdır.

6. Kemer'de turizmin ekonomik etkilerini arttırabilmek için kış aylarındaki turistik talep miktarını yükseltecek pazarlama faaliyetlerinin yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

AJAM, Maurice Bouvier; J.IBAROLLA; N.PASQUARELLI

1988 **Ekonomi Sözlüğü**, Sosyal Yayınlar, Çev.: AREN, B.; YAŞAR, İ
İstanbul.

AKAT, Asaf Savaş

1983 **Alternatif Büyüme Stratejisi**, İktisat Politikası Yazıları, İletişim
Yayınları, İstanbul.

AKKAYA, Yüksel

1986 **Türkiye Ekonomisinin Genel Yapısı İçinde Turizmin Yeri**,
Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal
Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ALKIN, Erdoğan

1978 **Uluslararası Ekonomik İlişkiler**, İstanbul.

1987 **Gelir ve Büyüme Teorisi**, İstanbul Üniversitesi Yayını,
No: 3466, Güray Matbaası, İstanbul.

ANTALYA İL TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ

1994 **Antalya İli Turizm Envanteri**, Antalya.

1997 **Antalya Turizm Envanteri**, Antalya.

ANTALYA VALİLİĞİ İL ÖZEL İDARE MÜDÜRLÜĞÜ

1995 **Antalya Turizm Envanteri**, Arı Ofset Matbaacılık, Konya.

ARCHER, Brian H.,

1977 **Tourism Multipliers: The of The Art**, University of Wales
Press, Number. 11, Bangor

AYDIN, Kemal

- 1994 **Planlı Dönemde Türkiye Turizminin Milli Gelir, Ödemeler Dengesi ve İstihdam Üzerindeki Etkileri**, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

BARUTÇUGİL, İsmet S.

- 1986 **Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri**, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ, İstanbul.

BAYRAK, M. Orhan

- 1994 **Türkiye Tarihi Yerler Kılavuzu**, İnkılap Kitabevi, İstanbul.

BAYSAL, Kubilay

- 1984 **Türkiye Ekonomisi**, İstanbul.

ÇATALOĞLU, Oğuz

- 1977 **Ekonomik Kalkınma ve Büyüme**, Doğruluk Matbaacılık ve Ticaret Koll. Şti., İzmir.

DEMİRCİ, Rasih; R. ARIKAN, İ.B.ERDOĞAN

- 1992 **Genel Ekonomi**, Gazi Üniversitesi Yayınları, Ankara.

DİNÇER, Mithat Zeki

- 1993 **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**, Filiz Kitabevi, İstanbul.

DİNLER, Zeynel

- 1994 **Bölgesel İktisat**, Ekin Kitabevi, Bursa.

ERALP, Ziya

1970 **Turizm Ekonomisi ve Politikası**, T.C. Turizm Bakanlığı, Teksir, Ankara.

ERDOĞAN, Harun

1996 **Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm**, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa.

ERDOĞAN Selim

1993 "Kalkınma Kutupları Teorisi ve Güneydoğu Anadolu Projesi"
Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Sayı: 6,s. 459-461

HOLLOWAY, J.Christopher

1993 **The Business of Tourism**, Pitman Publishing, London.

INSKEEP, Edward

1991 **General Information, South Antalya Development Project**, Ministry of Tourism, Ankara.

İÇÖZ, Orhan

1987 **Turizmin Bölgesel Ekonomik Etkileri ve Kuşadası Örneği**, Basılmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

İŞGÜDEN, Tamer

1985 **Makro İktisat**, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul.

KABASAKAL, Uğur

- 1993 Bölgelerarası Dengeli Kalkınma Bakımından Turizm ve Elazığ Örneği, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KEMER TURİZM DANIŞMA MÜDÜRLÜĞÜ,

- 1992 Kemer Turizm Envanteri, Kemer
1993 Kemer Turizm Envanteri, Kemer
1994 Kemer Turizm Envanteri, Kemer
1995 Kemer Turizm Envanteri, Kemer
1996 Kemer Turizm Envanteri, Kemer
1997 Kemer Turizm Envanteri, Kemer
1998 Kemer Turizm Envanteri, Kemer

KÜÇÜKTOPUZLU, Faik

- 1990 Turistik Yoğunlaşmaya Paralel Rekreatif Taşıma Kapasitesinin Geliştirilmesi, Güney Antalya Yatırım Projesi Uygulaması, Basılmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

LECAILLON, J.

- İktisada Giriş, Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı, Çev.: Rona Turanlı, İstanbul.

LIPSEY, Richard G.; P. O. STEINER; D.D. PURVIS

- 1987 Economics, Harper & Row Publishers Inc. New York.

LOBLEY, Derek

- 1995 Ekonomi, Özgür Matbaacılık, Ankara.

LUNDBERG, Donald E. M. KRISHNAMORTHY; Mink H. STAVENGA,
1995 **Tourism Economics**, John Wiley Sons Inc., New York.

MANİSALI, EROL; Şükrü YARCAN

1988 **Türk Turizm Endüstrisi Araştırması**, T.C. TURİZM BANKASI
A.Ş. İnceleme Araştırma Dizisi : 2, Ankara.

MATHIESON, Alister; G.WALL

1993 **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**, New
York.

MEYDAN Selma

1995 **Turizmin Gelişiminde Bir Alternatif: Sürdürülebilir Turizm**,
Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal
Bilimler Enstitüsü, Ankara

MİLLİ GÜVENLİK KURULU GENEL SEKRETERLİĞİ

1993 **Türkiye'de Bölge Planlamasının Evreleri**, Yayın No: 2,
Ankara.

MILL R.C.; A.M. MORRISON

1993 **The Tourism System**, New Jersey.

OLALI, Hasan; A. TİMUR

1988 **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti., İzmir.

OLALI, Hasan

1990 **Turizm Politikası ve Planlaması**, İşletme Fakültesi Yayın No:
228, İstanbul.

ORHON, Alptekin; A. Kral

1977 **Turizm sektöründe Katma Değer Hesabına İlişkin Bir Yöntem Çalışması**, T.C. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Yayını, Ankara.

ÖZGÜVEN, Ali

1983 **İktisat Bilimine Giriş**, Filiz Kitabevi, İstanbul.

1988 **İktisadi Büyüme, İktisadi Kalkınma, Sosyal Kalkınma, Planlama ve Japon Kalkınması**, İstanbul.

PETERSON, Wallace G.

1994 **Gelir İstihdam ve Ekonomik Büyüme**, Atatürk Üniversitesi Yayını, No: 763, Erzurum.

SEYİDOĞLU, Halil

1992 **Ekonomik Terimler (Ansiklopedik Sözlük)**, Güzem Yayınları, No: 4, Ankara.

ŞAHİN, Adem

1990 **İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi**, TOBB Yayın No: 149, Ankara.

ŞANLI, Cemal

1977 **Bölgelerarası Dengesizlik ve Bölge Dengesizlik ve Bölge Gelişme Teorileri**, Basılmamış Doçentlik Tezi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul.

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI

**1980 Seferihisar – Dilek Turizm Gelişim Projesi, Fiziksel Planlama
Grubu, Ankara**

T.C. TURİZM BAKANLIĞI

**1993 Turizm Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayısı, Yayın No:
1993/11, Aralık, Ankara.**

**1997 Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi (Kemer-Alanya) 1995, Yayın
No : 1997- 1, Nisan**

1998 Turizm İstatistikleri Bülteni, 1997, Yayın No: 1998 –1, Mayıs

**1998 Belediye Belgeli Konaklama İstatistikleri Bülteni, 1997,
Yayın No: 1998 –2, Haziran**

**1998 Konaklama İstatistikleri Bülteni, 1997, Yayın No: 1998 – 3,
Mayıs**

TİMUR, Alp

**1986 "Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi" Turizm Yıllığı, T.C. Turizm
Bankası A.Ş. s. 189 - 198**

**1990 "Konaklama İşletmelerinde İçsel ve Dışsal Ekonomiler" 1. Ulusal
Turizm Kongresi (Bildiriler), Dokuz Eylül Üniversitesi ve
Kuşadası Belediyesi yayını, s. 111-118, Kuşadası**

TMMOB

**1996 Antalya Kıyı Yerleşmeleri Planlama, Yapılanma, Kullanma
ve Sorunları, Antalya**

TÜRSAB

1995 Şubat, Sayı: 136, s.36-39.

ULUATAM, Özhan

1984 Makro İktisat, Savaş Yayınları, Ankara.

ÜLGENER, Sabri

1986 Milli Gelir İstihdam ve İktisadi Büyüme, İstanbul.

ÜNLÜÖNEN, Kurban

1990 Turizmin İktisadi Kalkınmaya Etkileri ve Türkiye'nin Cumhuriyet Dönemi Turizm Politikaları, Basılmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

WANHILL, Stephen

1994 "The Measurement of Tourist Income Multipliers", *Tourism Management*, 15(4), s.281-283.

YAĞCI, Özcan

1995 2000'li Yıllara Doğru Türk Turizm Sektörünün Yapısal Özellikleri ve Ekonomiye Katkıları, Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ÖZET

Turizmin bölgesel ekonomik etkilerine yönelik olarak yapılan bu çalışmanın ilk bölümünde büyüme ve kalkınma, bölgelerarası ekonomik dengesizlikler ve sebepleri, bu dengesizlikleri giderici çözüm yolları ile ilgili bilgiler verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, turizmin ülke ekonomilerine etkileri (dış ödemeler dengesine, milli gelire, iç fiyatlara, devlet gelir ve harcamalarına, istihdama, diğer ekonomik sektörlerle, alt ve üst yapıya, bölgelerarası dengeli kalkınmaya) olumlu ve olumsuz yönleriyle ortaya konmuştur.

Bu bölümde ayrıca turizmin bölgesel ekonomik etkileri (katma değer, çarpan, enflasyonist etkisi, istihdam etkisi, bölgelerarası dengesizlikleri giderici etkisi) hakkında bilgi verilerek bu etkilerin hesaplanması ile ilgili modeller hakkında bilgi verilmiştir.

Çalışmanın son bölümünde ise Kemer'in turistik arz kaynakları ve Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi hakkında bilgi verilmiş ve bahsi geçen ekonomik etkiler Kemer için tahmini olarak hesaplanmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmadan elde edilen en önemli sonuçlar turizmin bölgesel istihdam etkisi ile işsizliği azaltması, uygun alt yapı oluşturulması şartı ile az gelişmiş bölgelerin ekonomik faaliyetlerini canlandırarak bölgelerarası dengesizlikleri minimize etmesi, çarpan mekanizmasıyla bölgede ilk elde edilen gelirden daha büyük ekonomik faaliyete sebep olması ve katma değer oranlarının diğer sektörlerle göre daha yüksek olmasıdır.

ABSTRACT

The main aim of this study is to examine the regional economic effects of tourism. In the first chapter of this study, a number of concepts were discussed. These are growth and development, regional economic imbalances and its reasons, and solutions to mitigate these imbalances.

In the second chapter, the economic effect of tourism on the country, economies were discussed with positive and negative sides. In this context, considered areas are balance of payment, gross national product, domestic prices, government revenues and spending, employment, outer economic sectors, infrastructure and superstructure, interregional balanced development. Moreover in this chapter, regional economic effects of tourism were discussed and some models that are related to the calculations of these effects were given. In this context, considered related to the regional effect of tourism are value added, multiplier, inflation, employment and regional imbalances.

In the last part of this study, Kemer as a case study area and South Antalya Tourism Development Project were introduced. The economic effects of tourism in Kemer were analyzed.

The main conclusions of this study are; First, the positive effects of tourism on regional employment providing tourism development reduces the number of unemployed people by creating new job opportunities. Second, tourism development minimize imbalances between regions by generating new economic activities in the less developed regions, if the appropriate infrastructure was built. Third, multiplier effect of tourism results more economic activities than initial income would create itself and the value added ratio of it is higher than the other sectors'.