

SİYASİ PARTİLER GÖZÜYLE TURİZM

Prof.Dr. Atila YÜKSEL

Adnan Menderes Üniversitesi

Araş.Gör. Osman ÇULHA

Yaşar Üniversitesi

Yrd. Doç.Dr. Fisun YÜKSEL

Adnan Menderes Üniversitesi

Türkiye ekonomisinin en başarılı sektörlerinden olan ve hemen hemen tüm politikacılar tarafından gelen ziyaretçi sayılarının ve elde edilen gelirin sıklıkla belirtildiği turizm endüstrisinin, "parti programlarında yeri nedir?" sorusuna cevap bulabilmek için 2002 ve 2007 genel seçimlerine katılan, bugün iktidarda ve muhalefette olan partilerin kitapçıkları ve programları incelenmiştir.

2002 yılında seçimler öncesi açıklanan parti programlarına bakıldığında, partilerin büyük bir çoğunluğunun turizm hakkında neredeyse benzer amaçlara ve projelere sahip olduğu görülmektedir. Parti programlarında turizm konusunda yapılacaklar çoğunlukla hedef cümleleriyle ifade edilmiş ve özet olarak ele alınmış olup değinilen konuların klişe sözlerden, diğer bir ifadeyle temenniden öteye geçmediği belirtilmektedir. Hatta, partilerin turizme yönelik programları, ülkemize büyük döviz kazandıran turizm endüstrisinin uzun vadeli problemleri için makul çözümler içermekten uzaktır (*turizmdebusabah*).

Konu ile ilgili olarak, 29 Ağustos 2002 de yayımlanan *turizmdebusabah* adlı elektronik gazetenin yorumuna göre "*Partilerin bir turizm politikası yok. Türkiye 3 Kasım'da seçime hazırlanıyor. Ancak başa gürşen partilerin hemen hiç birinin programında kapsamlı bir turizm politikası olmadığı görülüyor. Bazı partilerin programlarında turizmin ismi bile geçmezken, konuya programlarında yer veren partilerin söyledikleri de yalnızca bir kaç klişe satırdan ibaret*".

Adalet ve Kalkınma Partisi'nin programında turizm konusu, ekonomi için ayrılan bir bölümün içinde çok az bir yeri kapsamakta ve partinin turizm konusunda belirttiği klişe ifadelerin rakip partilerinkinden farklı olmadığı görülmektedir. 22 Temmuz 2007 seçimlerinden önce yayımlanan parti programı hakkında yapılan bir değerlendirmede Adalet ve Kalkınma Partisinin, turizmi ekonomi bölümü altında bir konu olarak değerlendirmeye devam ettiği belirtilmiştir. Ayrıca 2007 seçimleri öncesinde Parti, Türkiye turizm endüstrisi potansiyelini hemen hemen 2002 yılı bildirisindeki benzer bir şekilde tanımlamakta ve mastır plan hazırlığını sivil toplum kuruluş temsilcileri ile işbirliği içerisinde hazırlamayı amaçlamaktadır. Daha özeld, Partinin 2007 seçim bildirisinde "*2008'den itibaren turizm sektöründe uygulanan KDV oranını yüzde 18'den yüzde 8'e indireceğiz. Uluslararası arenada daha üst noktalara çıkmak için ilan ettiğimiz enerji ve master planları kapsamında, sektör temsilcileriyle güçlü bir iletişim ve işbirliği içinde hareket edeceğiz. Turizm sektörünün bütün aktörlerini aynı şemsiye altında toplayacak bir hukuki düzenleme yapacağız. Böylece, bu önemli sektörde daha etkin bir organizasyon yapısı içinde politika geliştirme ve uygulama imkanı oluşturacağız. İç turizmin geliştirilmesi ve turizmin olumlu etkilerinden vatandaşlarımızın yararlanmasını sağlamak amacıyla tanıtım faaliyetlerinin geliştirilmesine öncelik vereceğiz. Kitle turizminin yanı sıra, diğer turizm türlerinin de geliştirilmesi öncelikli hedefler arasında olacak. Turizm ihtisas fuarlarına önceki yıllara kıyasla daha yüksek oranda katılım göstereceğiz ve ülkelerin yapılarına göre farklılaştırılmış reklam kampanyaları geliştireceğiz. Güncel gelişmeler ışığında tanıtım ve pazarlama alanında yeni teknolojilerin kullanılmasını yaygınlaştıracacağız*" şeklindeki ifadelerle turizm ile ilgili belirlenen hedefler ve bu hedeflere nasıl ulaşılacağı belirtilmiştir. Ancak bu hedeflere "Sokaktaki insanın bile

daha fazlasını yazabileceğini söylersem kimse bana kızmasın sakın” diyerek eleştiride bulunan Atar (2007), diğer partilerin de farklı bir tablo çizemediklerinden yakınmaktadır. Ayrıca, Adalet ve Kalkınma Partisinin ulaşacağı başarılar ve gelecek projeler hakkında ilgili kuruluşları ve halkı bilgilendirmek amacı ile şimdiye kadar 73 adet aylık bülten yayımlandığı tespit edilmiştir. Yayımlanan bu bültenlerin sekizinde turizm sadece bir sayfanın; genellikle bültenlerin arka kapak sayfasının ön yüzünde küçük bir bölüm şeklinde yer almaktadır. Genel olarak bültenlerde turizm ile ilgili konulara, turizm sezonunun başladığı Nisan ayında daha fazla yer verilmekte, bültenlerde yer alan başlıkların içeriklerinde turizm gelirlerinde, turist sayısında, işgücünde, turizm çeşitlendirmesinde elde edilen başarılar ve tamamlanan alt-üst yapı hakkında etkileyici tümceler yer almakta, ancak konuların nasıl gerçekleştirileceği bahsedilmeksizin gerçekleştirilecek projeler belirtilmektedir.

Geçmişte iki bakan ile iki kez Turizm Bakanlığının idaresini elinde bulundurmuş Anavatan Partisi, şaşırtıcı bir şekilde 2002 parti programlarında günümüze uygun turizm konusunda gelişim önerileri sunmamaktadır. Cumhuriyet Halk Partisi'nin program kitapçığında ise turizm için özellikli bir yer ayrıldığı ve partinin 2002 seçim bildirilerinde turizm, “kentleşme” başlığı altında sadece küçük bir konu olarak göz önüne alındığı görülmektedir. Diğer taraftan, Cumhuriyet Halk Partisi'nin Temmuz 2007 seçim bildirilerinde turizm “çevre” konusu ile aynı başlık altında ele alınmakta ve bu başlık altında turizm, dünya ile bütünleştirici ve refah sağlayıcı bir araç olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, parti turizm, tarım ve maden endüstrilerinde büyük değişiklik sağlayacak yatırımlar planlamaktadır. Partinin 2007'deki tasarıları ve önerileri incelendiğinde, partinin sahip olduğu tasarı ve önerilerin diğer partilerin sahip olduğu tasarı ve öneriler ile benzer özellik taşıdığı görülmektedir. Özetlemek gerekirse partinin turizm hedefleri: *“İlgili kamu kuruluşlarından, meslek birlikleri ve odalardan, yatırımcı kuruluşlardan, sendikaların ve hizmet alan tüketici dernek ve temsilcilerinden oluşacak Turizm Konseyi'ni kurmak. Ülke turizmini bölge ve tür açısından çeşitlendirmek. Kongre turizmine özel önem vermek. Dinlenme hakkının doğal parçası olarak iç turizmi desteklemek. Türk turizminin markalaşması yolunda somut adımlar atmasını sağlamak. Festival ve fuarları ülke turizminin ana öğeleri haline getirmek. Sahip olunan doğal ve kültürel kaynakları koruyarak, turizme etkin bir çerçevede katkı sağlamalarına yardımcı olmak. Müze, ören yerleri ile milli parkların korunmasını ve bakımını en üst düzeye çıkarmak. Bu alanların korunup kollanarak, gelecek nesillere bırakılacak şekilde turizme kazandırmak. Tesislerin hangi süreçte ve hangi bölgelere yapılacağını gerçekçi bir Master Plan çerçevesinde belirlemek. Bu plana uygun teşvik sistemi uygulamak. Turizm alanlarında ulaşım ve diğer altyapı sorunlarını bu plan doğrultusunda çözmek. “Sürdürülebilir bir turizm yatırımı” için ülkenin özgün doku ve kültürünü gözeterek, bilinçli bir turizm atılımı gerçekleştirmek. Korunan bir doğa ve kültürün, turizmin asıl ve kalıcı girdisi olduğunu unutmamak. Mevcut turizm tesislerinin yenilenmesiyle Avrupa ülkelerinde hızla yükselmekte olan yaş ortalamasını dikkate alarak kaplica ve hidrotterapi merkezleri yatırımlarını teşvik etmek. Yurt dışından turist getiren tur operatörleri ve seyahat acentelerine, yurt dışından getirdikleri turistlerle ilgili kestikleri faturaya bağlı olarak, belli bir tutarda teşvik vermek. Avrupa ülkelerinin turizm sektörlerine göre çok yüksek düzeyde olan alkollü içecekler ÖTV oranını indirmek. Turizmde sürekli meslek içi eğitimin yaygınlaşmasını teşvik etmek. Türkiye turizminin tanıtımına yönelik yeni vizyon geliştirmek; tanıtım misyonunu güçlendirmek, tanıtıma yönelik kaynakların artırılmasını sağlamak, harcamalara etkin denetim getirmek” (Atar, 2007).*

Demokratik Sol Parti turizm için 2002 seçim programlarında özel bir yer ayırmasına rağmen, parti programı incelendiğinde, uygulamaya konulacak projeler herhangi bir bilgiyi içermediği görülmektedir. Diğer parti programlarına benzer bir şekilde, Milliyetçi Hareket Partisi turizmi, ülkeyi geliştiren bir araç olarak görmekte fakat turizm hakkında somut bir öneri getirmemektedir (Atar, 2007). Kitapçıklarda turizm için ayrılan bölümlerde yer alan ifadelerin birbirleriyle benzerliği partilerin turizm endüstrisine farklı yaklaşımlarının olmadığı, ayrılan bölümün kısalığı ise bu konunun gereğince önemsenmediği, endüstrinin gelişmesi ve kalkınmasına yönelik öngörülerin ya da projelerin bulunmadığı izlenimi bırakmaktadır. Turizm endüstrisinin siyasi partiler tarafından yeterince önemsenmemesinin veya

medyada bu konuda gündem oluşturulamamasının (Hall, 2003) ülkemize has bir durum olmadığını belirtmekte fayda var. Nitekim, Padgett ve Hall (2001) 1999'da Yeni Zelanda'da yapılan genel seçimler öncesinde yaptıkları araştırmada iktida olmak isteyen parti adaylarının turizmle ilgili bilgilerinin çok yetersiz olduğunu, yetersiz bilgiden dolayı ekonomik katkısına rağmen turizmin seçimde tartışma konusu yapılmadığını ve partilerin gündeminde turizme çok yer ayrılmadığını saptamıştır.

Ülkemizde ne kadar aksi iddia edilse de, sektörün turizm konusunda yapılanları yakından takip ettiği, bazı sektör temsilcilerinin ülkenin turizm politikası olmadığı yönündeki düşüncelerinin sık sık yapılan bakan değişiklikleri ile oluştuğu görülmektedir. Örneğin, Kemer İş Adamları Derneği Sn. Ali Nail Kılıç'ın Mayıs 2006'da verdiği bir röportajda: "Turizm kurumsallaşmayı tamamlayamamış bir sektör. Türkiye'de dünya turizm rekabetine uygun yasal düzenlemeler yok. Sektörü tanzim edecek, herkesin yetki ve sorumluluğunu belirleyecek bir takım düzenlemeler yok. Hep değişen bakanlıklar, meslek olarak ilgisiz, alakasız kişilerin bakanlığa gelmesi, kısaca futboldan anlamayan bir adamı futbol takımının başına getirebilir misiniz? Bu takımın sahaya çıktığını tasavvur edin .Her hükümet döneminde ilgisiz kişiler bakan yapılır. Turizmle ilgili hiç alakası olmayan kişiler, turizmle ilgili hiç projesi olmayan kişiler bakan yapılır. Bir futbol takımına teknik direktör getirirken adamın neyine bakarsınız. Onun kariyerine bakarsınız, ne gibi başarılar var. Çok iyi bir takımdan bahsediyorum" şeklinde düşünmektedir.

Bakanların kullandıkları ifadeler sektör temsilcileri tarafından takip edilmekte ve yorumlanmaktadır. Örneğin, Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul Günay'ın, yurdun çeşitli yörelerine yaptığı ziyaretlerde turizm politikaları ile ilgili olarak yaptığı konuşmaları inceleyen Sönmez (2009) Bakan'ın çok akla yatkın konuşmalar yaptığını ifade etmiştir. "Mesela, **30 Mayıs'ta gittiği Şanlıurfa'da** demiş ki, 'Türkiye'de en fazla genç nüfusumuzun işsizlik sorunu var. O yüzden turizm bizim ülkemizin ihtiyacının en büyük merhemlerinden biri. Bu bölgenin de böyle bir potansiyeli var. Biz Şanlıurfa'nın kültür ve inanç turizmi açısından taşıdığı değer farkındayız. Türkiye, geçen yıl 25-26 milyon turisti ağırladı, bunun 8-9 milyonu sadece Antalya'ya geldi. Kültür ve inanç turizmi için gelenler deniz turizmi için gelenlerden daha fazla gelir bıraktı. Biz, termal turizmi, kış ve kongre turizmine doğru açılmaya çalışıyoruz. Bu bölgenin doğal, tarihsel güzellikleri var'; "**11 Temmuz'da Afyon'da**, demiş ki 'Afyonkarahisar, Türkiye'nin kültür hayatı gittikçe üstün vasfı öne çıkan önemli merkezlerden birisidir. Yakın gelecekte, Afyonkarahisar'ın yeni termal tesis alanlarına ve yeni yatırımlara kavuşması için çalışıyoruz"; "**23 Haziran, Bakanımız TRT 2'de** diyor ki, "Turizm önce sıcak deniz kıyılarında başlıyor. İnsanlar önce denize girmek için tatile gitmek için başlıyorlar ama turizm bundan ibaret değil. Kültür turizmi, inanç turizmi, kış sporları, dağ sporları, sağlık turizmi, kongre turizmi gibi çeşitli alanlar var ve biz Türkiye'yi bu çeşitli alanlarda geliştirmeye çalışıyoruz. İstanbul'u büyük bir çekim merkezi haline getirmeye çalışıyoruz. Şu anda 7 milyon civarında İstanbul'a gelen ziyaretçi var. Halbuki kültür ve şehir turizmini geliştirirsek İstanbul'a gelenin 10-15 olması gerekir. Ege Bölgesi'nde bir gelişme var ama İzmir hak ettiği boyutlarda değil. İzmir yöresine oradan içeriye, Pamukkale, Afyon, Eskişehir, Frigya bölgesine ve termal bölgesine çekmeye çalışıyoruz. Kapadokya, Nemrut, Antakya, Gaziantep, Urfa, Mardin, Diyarbakır, Van, Hakkari hatta... İnşallah o günleri de göreceğiz; Hakkari'nin de bir turizm dağ sporları çekim merkezi olduğunu inşallah göreceğiz. Ama Van'dan çıkın, İshakpaşa Sarayı, Ani Harabeleri, Sümela... Türkiye'de müthiş bir zenginlik var. Biz bunları da devreye sokmaya çalışıyoruz. Türkiye'nin tarihini, doğasını, kültürünü devreye sokmaya çalışıyoruz. Bu konuda altyapı planlama çalışmalarımız var. Bu konuda, yurtdışındaki fuarlarda ayrıca bölgeler bazında tanıtım çalışmalarımız var."...Pek ala, pek hoş...Sözde kalsa da kulağa iyi geliyor". Ayrıca "Ama gelin bir de Bakanlığın portalına girelim. Ama İngilizce kısmını tıklayalım ve görelim Bakanlığımızın **Turizm Gelişme Bölgeleri** olarak nereleri gösterdiğini. Gelişme bölgesi olarak yabancı yatırımcılara gösterilen yerler yine "Güney". Yine ülkeyi yoksullaştırıcı turizm batağına saplayan kum-deniz-güneş turizminin yapıldığı bölgeler...Yine Antalya, Yine Muğla, biraz da İzmir...O kadar...Turist başına harcama 533 dolara kadar inmiş durumda. Neden? Bu bölgelerde yoğunlaştırılan, yoksullaştırıcı kitle turizmi yüzünden. Daha yüksek katma değerli turizm çeşitlerini, ülkenin diğer bölgelerinde geliştirmek, yatırımcıya

"Gelişme Bölgeleri" olarak buraları göstermek gerekmez mi? Hala "kitle turizmi"nde, hala "Güney"de ısrar edilmesinin akla mantığa sığan nasıl bir açıklaması var, merak ediyorum. 25 milyonu ülkeye getiriyor ama toplamda 15 milyar doları ancak bulan bir fiyata tükettiriyorsunuz, betonlaştırıyorsunuz doğa harikası yerleri. Haydi, eskiden hataydı diyelim, hala bu ısrar niye? Hem bu gerçek politikayı, Türkçe portalda göstermeyip İngilizce versiyona koymanın açıklaması ne?" diyerek Sönmez (2009) bakanların yazılı politika, program ve planlarla uyum gösteren açıklamalar yapması gerektiğini "Söz Başka, İcraat Başka" başlıklı yazısında dile getirmektedir.

Turizm ülkemizde ekonomik kalkınma için öncelikli bir sektör olarak düşünülmektedir. Özdemir ve Öksüzler'e göre (2006), Türkiye'nin 1963 ile 2002 yılları arasında yıllık verilerini kullanarak yapılan zaman serisi analizi, kamu yönetimi için turizm hakkında iki önemli sonuç ortaya çıkarmaktadır. "Öncelikle, Türkiye'de turizmden büyümeye ya da büyümeden turizme kısa dönemli bir ilişkinin olmadığı gözlenmiştir. Buna karşın uzun dönemde Türkiye'de turizmin ekonomik büyümeye tek yönlü olarak ve güçlü bir şekilde etkilediği tahmin sonuçlarından anlaşılmıştır. Bu sonuçlar göstermektedir ki, Türkiye'de diğer Akdeniz ülkeleri gibi turizm sektörünü baz alarak büyüyecek bir ülkedir. Ayrıca, bu çalışmayla Türk turizm sektörüne son yirmi yıldır yapılan kamu yatırım ve teşviklerinin isabetli bir politika seçeneği olduğu ortaya çıkmıştır". Çımat ve Bahar (2003) benzer bir şekilde "Turizm ve bölgesel gelişme açısından Türkiye'de turizmin ekonomik sonuçlarını incelemek gerekirse; turizm, ülkenin gelişmesine katkıda bulunurken, endüstri merkezleri dışında kalan bölgelerin dengeli kalkınmasına ve gelişmesine de yardımcı olmaktadır. Gerçekten de endüstriyel açıdan yeterli kaynak ve gelişme olanağı bulamamış bölgelerin, iyi bir planlama neticesinde turistik yönden kalkınmaları ve ekonomilerini düzeltmeleri mümkündür" şeklinde ifadelerini belirttiği görülmektedir. Bahar (2006) tarafından turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını test etmek ve bu sektörün ekonomik büyümeye ilişkin olası katkısını ortaya koymak amacıyla Türkiye için yapılan çalışmada da turizmin uzun dönemde ekonomik büyümeyi ve gelişmeyi etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Özkök ve Yıldırım'ın (2009) elde ettiği bulgulara göre "Turizm, ekonomik etkilerinin yanı sıra sosyo-kültürel etkileriyle kalkınmanın göstergeleri olarak kabul edilen değişkenler üzerinde etkili olmaktadır. Turizmin kişi başına gelir üzerindeki tek başına yaptığı doğrudan etkisi, diğer değişkenler üzerinden olan dolaylı etkisi ve doğrudan ve dolaylı etkisinin toplamı olan toplam etkisi turizmin kalkınma sürecinde etkili olduğunu" göstermektedir.

Benzer bir şekilde birçok siyasi otorite turizm ekonomisinde büyümenin gerekli olduğunu vurgulamakta ve rakamlar (turist sayısı, elde edilen ciro vb) vererek bu büyümeyi/kalkınmayı başardıklarını söylemektedir. Birbirinin yerine kullanılan gelişme ve kalkınma kavramlarının anlamları arasındaki farkın anlaşılması son derece önemli. Ekonomik büyüme(gelişme) daha çok nicel artışları taban almakta, kalkınma ise insan yaşamının niteliğinin artmasını temel almaktadır (wikipedia). Ekonomik kalkınma sosyal ve teknolojik ilerleme olup, üretimdeki artıştan daha ziyade hizmet ve malın üretim yöntemlerindeki değişimleri ifade etmektedir (wikipedia). Ekonomik büyüme ise kişi başına düşen gelirdeki yükselme ve nicel çıktıda artış olarak tanımlanmakta, ancak artış kalkınma anlamına gelmeyebilmektedir. Kişi başına düşen milli gelir yoksulluk sınırı, ortalama ömür beklentisi, okur-yazarlık oranı, çevre kalitesi, dinlenme zamanı gibi ölçüleri içermemektedir. Daha fazla kaynak (arazi, işgücü, sermaye vb) kullanılarak elde edilen büyüme olduğu gibi, kaynakların sadece verimli ve etkili kullanılmasıyla da büyümenin gerçekleştirileceği belirtilmelidir (wikipedia).

Turizm ekonomisinin büyümesine karşı olunmamakla birlikte, partilerin "ne için büyümesi gerekiyor? Ne pahasına olursa olsun büyümesi mi gerekiyor?" sorularını düşünmesi yerinde olacaktır. Her ne pahasına olursa olsun ekonomik büyümeyi desteklemek için kurulan politik, yasal, sosyal, kültürel altyapı daha fazla tüketim daha fazla üretim düşüncesinin ürünü olmakta, bu da kalkınmayı sağlayamamaktadır (Aker, 2007-2008). Kant'ın dediği gibi kalkınma ancak "Gerek kendini, gerekse başka insanları hiç bir zaman araç olarak görme, her zaman amaç olarak gör" cümlesinin uygulanmasıyla mümkün olabilir (Aker, 2007-2008).

Ekonomik büyüme mutlaka sonunda insana hizmet etmek için gerçekleştirilecek bir aktivite olmalıdır (Aker, 2007-2008). Partiler, turizmde kalkınma yaklaşımında eşit gelir dağılımını dikkate almalı, mutlu azınlık yoksul çoğunluk yaratmamalı, ekonomik refahı belirlemede kişi başına düşen gelir değerini değil satın alma gücü paritesine bakmalı, yaşam kalitesini yükselten faktörlerin görüleceği ortalama ömür, eğitim, işsizlik gibi göstergeleri dikkate almalı, cinsler arası ayrımcılığın varlığını ortadan kaldıracıdır (Aker, 2007-2008). Kısaca ekonomik büyüme turizmde kalkınmanın yapıldığı anlamına gelmemekte, yaşam kalitesine etki eden unsurların iyileştirilmesiyle ancak kalkınmanın sağlanabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

Aker, L.Ş. (2007-2008), 'Ekonomik Büyümeye Karşı Ekonomik Kalkınma: KKTC'nin Değerlendirilmesi' *Review of Social, Economic & Business Studies*, 9 (10), ss. 209-232.

Atar, N. (2007). Partilerin Turizm Programı Çok Yetersiz. <http://www.turizmhaberleri.com/Haberayrinti.asp?ID=5457> (26,06,2007).

Bahar, O. (2006), 'Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı' *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 13 (2), ss. 137-150.

Çımat, A. ve Bahar, O. (2003), 'Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme' *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 3 (6), ss. 1-18.

Hall, C.M. (2003), 'Tourism Issues, Agenda Setting and the Media' *e-Review of Tourism Research*, 1(3), ss. 1-4. <http://ertr.tamu.edu>.

Kılıç, A. N. (2006), 'Turizm Milli Politika Olarak Algılanmalı'. <http://www.habergunebakis.com/haberdetay/161-Turizm-milli-politika-olarak-alg%C4%B1lanmal%C4%B1.html> (15,09,2009).

Özdemir, A.R. ve Öksüzler, O. (2006), 'Türkiye'de Turizm Ekonomik Büyüme Politikası Aracı Olabilir Mi? Bir Granger Nedensellik Analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (16), ss. 107-126.

Özkök, F. ve Yıldırım, H.M. (2009), 'Turizm ve Bazı Kalkınma Göstergeleri Arasındaki İlişkinin Path Analiziyle İncelenmesi. *SOİD*, 6(2).

Padgett, M. ve Hall, C.M. (2001), 'Case Study 4.3: Tourism at the Polls' İçinde C.M. Hall & G.W. Kearsley (Editörler), *Tourism in New Zealand: An Introduction*, ss. 99-104 Oxford University Press, Sydney.

Sönmez, M. (2009), 'Söz Başka, İcraat Başka' <http://www.turizmhabercisi.com/popup.asp?NewsID=15603> (10,08,2009).

Turizmdebusabah.

http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~5328~haber~partilerin_bir_turizm_politikas%C4%B1_yok.htm (10,08,2009)

Wikipedia . http://en.wikipedia.org/wiki/Economic_development