

TURİZMİN EKONOMİYE KATKISI ÜZERİNE GENEL BİR YAKLAŞIM

Yard.Doç.Dr.Pembegül ÇAKIR

Anadolu Üniversitesi

Turizm ve Otel İşletmeciliği

Yüksek Okulu

ABSTRACT

Relying on the tourism for economical development of more and more contry in the earth has created the necessity of examining the economic benefits that tourism provides. Tourism provides an environment of prosperty and improvement.

Thanks to the fact that tourist spends money in places that he went, there is an expenditure in economy and the economy booms. Because production made in tourism sector is not suitable for the

mechanizing, it is in position of a sector widely using labour force. At the same time, it is a question of the fact that foreign exchange deficits not to be able to be met mostly in the developing economies is closed by tourism.

The place on the economy of tourism is measured with its share in gross national product, and the incomes of foreign exchange are included to the accounts. While all these are being made, drawing the tourist to the country and naturally and effectively increasing the attraction of country with culturel, natural, political and economic buildings will help to solve tourism problems of the country.

ÖZET

Yeryüzünde giderek daha fazla ülkenin ekonomik kalkınma için turizme bel bağlaması, turizmin sağladığı ekonomik faydanın irdelenmesi gereğini doğurmuştur.

Turizm bir refah ve gelişme ortamı sağlamaktadır. Turistin gittiği yerlerde harcama yapması ile ekonomide bir harcama akımı olmakta ve ekonomi canlanmaktadır. Turizm sektöründe yapılan üretim makineleşmeye elverişli olmadığından geniş ölçüde işgücü kullanılan bir sektör konumunda olmaktadır. Aynı zamanda gelişmekte olan ekonomilerde çoğu zaman karşılanamayan döviz açıkları turizm aracılığı ile kapanma yoluna gidilmektedir.

Turizmin ekonomi içindeki yeri turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı ile ölçülür ve döviz gelirleri hesaplara dahil edilir. Bütün bunlar yapılırken turisti ülkeye çekmek ve ülkenin cazibesini kültürel, doğal, siyasi ve ekonomik yapılarla doğru ve etkin bir şekilde arttırmak, ülkelerin turizm sorunlarını çözmeye yardımcı olacaktır.

TURİZMİN EKONOMİYE KATKISI ÜZERİNE GENEL BİR YAKLAŞIM

Turizm, ekonomik yönüyle ele alınmış bir toplumsal faaliyettir. Turizmin ülkelere önemli ölçüde gelir getirici ve döviz kazandırıcı özeliğinden dolayı ekonomik yaklaşım yaygınlaşmıştır. Günümüzde ekonomik ve kitlesel bir olgu haline gelen turizmin ülke ekonomileri üzerinde olumlu etkileri bunun ekonomik yönünü daha da ön plana çıkarmıştır. 20.yüzyılın sonlarında ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında turizm, dinamik ve ekonomik özelliği ile adeta çıkış noktasını oluşturmaktadır.

1. Turizm ve Ekonomi

Turizm sektörünün cazip bir ekonomik faaliyet alanı haline gelmesini sağlayan özelliklerinden ilki, sektörün gerek ülkeler

arasında, gerekse herhangi bir ülkenin coğrafi bölgeleri arasında gelir transferi sağlayan iktisadi mekanizmaların hemen hemen en önemli aşamasıdır. İkinci özellik, normalde iktisadi kabul edilmeyen bazı değerlerin pazarlanmasına olanak vererek ekstra sayılabilecek gelirler üretmesi; üçüncü özellik ise çarpan etkisi ile Milli Geliri etkilemesidir¹.

1.1 Turizmin Ekonomik Özellikleri

Turizmin, gerek ülkeler arasında ve gerekse herhangi bir ülkenin coğrafi bölgeleri arasında gelir transferini sağlayan iktisadi mekanizmaların başında geldiğini ifade etmiştik. Bunu, tartışmasız kabul edilmesi gereken bir gerçek olarak görmekteyiz; çünkü turizm, kendini en kestirme yoldan ifade edişinin de bir gerçeği olarak sürekli yaşanılan mekanda elde edilen gelirin bir başka mekanda harcanmasını zorunlu kılmaktadır. Bu zorunlu kılışın sonucunda ise “bir bölgede veya ülkede yaratılan gelir, bir başka bölge veya ülke halkının” gelirini oluşturmaktadır². Bu yönüyle turizm, ülkelerin ekonomik kalkınmasına da ciddi katkılar sağlamaktadır.

Refahın üretim faktörleri oranında dengeli dağıtılması; iktisadi kalkınmışlık düzeyini yükselterek gerek siyasi ve gerekse iktisadi

¹ David L. EDGELL, International Tourism Policy,, Van Nostrand Reinhold NewYork,1990, s 66

² A.G. KENWOOD and A.L. LOUGHEED, The Growth of the International Economy (1820-1992), Routledge, Third Edition, London, 1992,s.81

istikrarı sağlamaya yönelik çabaları kolaylaştırdığı içindir ki; başta turizm olmak üzere bu amaca hizmet eden bütün mekanizmalar önem kazanmaktadır³.

Turizmin ikinci ekonomik özelliği, yukarıda da ifade ettiğimiz gibi normalde iktisadi kabul edilmeyen bazı değerlerin pazarlanmasına olanak vererek ekstra sayılabilecek gelirler üretmesidir. Başka bir deyişle “kum, güneş, temiz hava, deniz gibi sıfır maliyetli ve normal olarak ticari niteliği olmayan ya da niteliksiz işçi, işgücü, ucuz tarım ve deniz ürünleri gibi düşük maliyetli ve normal olarak ticari niteliği olmayan ya da atıl işgücü, ucuz tarım ve deniz ürünleri gibi düşük maliyetli ve alternatif değerlendirme olanakları son derece sınıflı kaynakların turizm yoluyla değer kazanması ve gelir yaratması söz konusu olabilmektedir. Ülkeler arası gelir transferine imkan veren özelliği nedeniyle, milli gelire bir anlamda dolaylı yoldan katkıda bulunan turizm; böylelikle ciddi bir gelir kapısı açmakta ve milli gelire doğrudan katkı sağlamaktadır. Sonuçta ekonomiler, belli ölçülerde hareket serbestisine kavuşabilmektedirler⁴;

Ulusal ekonomiler üretim bakımından belirli üretim çeşitlerine dayandığında, ekonominin gerek ihracat, gerekse ithalat bakımından dışa bağımlılığı artar. Çünkü ekonomi, az çeşitle mal üretme ve ihraç etme gücüne sahip bulunduğu için dış piyasalardaki konjonktür

³ Age. s.88

⁴ A, MATHIESON, G.WALL, Tourism; Economic and Social Impacts, Longman Ltd, Harlow, 1991, s.45

değişmelerinden daha çok etkilenir; dış ticaret dengesini sağlayabilecek düzeyde mal ihracatı olanakları azalır; ödemeler dengesindeki açıklar ve döviz darboğazı kronik bir durum olabilir. Ekonomi az çeşitle mal ürettiğinden diğer bir çok ihtiyaçları ithalat yolu ile karşılamak zorunda kalınır. Bu da dış ticaret ve ödemeler dengesiyle ilgili sorunlar yaratır⁵.

Turizm sayesinde, başka ülkeler tarafından kopya edilmesi ve otomasyona tabi tutularak çoğaltılması pek mümkün olmayan ürünlerle uluslararası pazarlara çıkma fırsatı ele geçirildiğinden sözü edilen dezavantajları kısmen ortadan kaldırmak ve hatta avantajlı duruma geçmek söz konusu olabilmektedir. Çünkü bu tür ürünlerin maliyeti, sanayi ürün maliyetlerine göre oldukça düşüktür ve daha önemlisi bu ürünleri arz eden ülkeye özel bir etiket taşımaktadırlar. Trabzon'daki Sümele Manastırı, bir turistik ürün olarak ortaya konulursa –ki öyledir- bu ürünü, Türkiye'den başka hiçbir ülkenin pazarlama şansının olmadığı görülür. Bu örnek hemen hemen bütün turistik ürünlere uyarlanabilir.

Sürekli yaşanılan mekanda elde edilen gelirin, turistik amaçlı bir seyahat neticesi, ulaşılan bir başka mekanda harcanış biçimi ve yoğunluğu, normal harcama eğiliminden oldukça farklıdır. Harcama eğiliminde gözlenen bu farklılık, turizmin en önemli ekonomik etkilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu etki, normal yaşamı

⁵ Richard,G. LİPSEY ve diğerleri,(Çeviren: Ö Faruk BATUREL ve diğerleri)

sürdürdüğü yerde, alıştığından daha fazla harcama eğiliminde olan turistin harcamaları sonucu, yaratılan satın alma gücüdür ve bu sayede oldukça geniş bir iktisadi faaliyet hacminin oluşmasına olanak veren bir süreç başlamaktadır. Bu sürecin işleyişi şu şekilde olmaktadır⁶;

Daha önce değindiğimiz gibi, sürekli yaşadığı mekanı turistik amaçlı olarak terkeden insanların, ulaştırma, konaklama, yeme-içme, alış-veriş, eğlenme gibi çeşitli ihtiyaçlarını gidermek üzere yaptıkları harcamalar; sonuç olarak milli geliri arttırıcı nitelikte bir para akımının başlamasına yol açmaktadır. Bu şekilde başlayan para akımı, bu paranın yeniden harcanması ve dolaşımı sonucu tüm ekonomiye yayılmaktadır. Turistin harcamasından doğan geliri elde edenler, bu gelirin bir bölümünü tasarrufa ayırmakta, bir bölümünü de ihtiyaçlarını gidermek üzere bir takım mal ve hizmetlerin alımında kullanmaktadır.

1.2. Turizmin Ekonomideki Yeri

Turizm ekonomi içindeki yeri turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla ve ihracat içindeki payı ile ölçülür. Turizmin ekonomi içindeki payı belirlenirken döviz gelirleri hesaplamalara dahil edilir⁷. Bu yöntem turizm döviz kazandırıcı özelliği nedeniyle benimsenir.

İktisat, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1984, s.66

⁶ Donald, E. LUNBERG – M. KRİSHNAMOORTHY, Mink H. STAVENGE, Tourism Economics, John Wiley & Sons, New York, 1995, s.42

⁷ Adrian BULL, The Economics of Travel and Tourism, Addison Wesley Longman Australia Pty Ltd, Melbourne, 1995, s.200-212

Yabancı turist harcamalarının turizm ekonomisine etkisi, döviz gelirlerinin toplam yerli ve yabancı turistlerin harcamaları içindeki payı ile ölçülür. Yabancı turist harcamalarının toplam tüketim harcaması içindeki payı, turizmin ekonomi içindeki yerinin belirlenmesinde kullanılan ölçüttür.

TABLO1 Dış Aktif Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı

YILLAR	Turizm Gelirleri (Bin \$)	GSMH (Milyon\$)	Turizm Gelirlerinin GSMH'ya Oranı %
1985	1.481.639	53.612.3	2.76
1986	1.215.082	58.724.5	2.07
1987	1.721.117	64.428.9	2.67
1988	2.355.295	70.537.4	3.34
1989	2.556.529	79.709.8	3.20
1990	3.225.000	109.035.2	2.95
1991	2.654.000	104.783.8	2.53
1992	3.639.000	106.887.1	3.40
1993	3.959.000	108.550.0	3.65
1994	4.321.000	111.883.1	3.87
1995	4.957.000	165.519.0	3.01
1996	5.657.000	183.577.0	3.2
1997	7.008.000	194.305.0	4.5
1998	7.127.000	204.611.0	3.8
1999	5.193.000	185.171.0	3.3
2000	7.636.000	210.558.3	4.2

KAYNAK: DİE 1985-2000 Türkiye İstatistik Yıllıkları

1.2.1. Turizm Gelirleri ve Gayri Safi Milli Hasıla İlişkisi

Turizm yaygın bir ekonomik etkinliktir. Turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı yükseldikçe çok sayıda üretim ve

hizmet sektörü turizm endüstrisinden etkilenir. Turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payının %5 ve daha fazla olması ülkenin turizm ülkesi ve ekonomisinin kısmen turizme bağlı olduğunun göstergesidir⁸. Tablo 1'e bakıldığında oranların genelde %3-4 dolaylarında olduğudur. Bu göstergelerde Türkiye'nin bir turizm ülkesi olma yoluna hızla gittiğini göstermektedir. Ekonomisi gelişmiş ve yaygın batı ülkelerinde yoğun turist akımlarına ve yüksek turizm gelirlerine karşın turizmin ekonomideki rolü küçük bir ekonomide olduğundan azdır.

1.2.2. Turizm Gelirleri ile İhracat Gelirleri İlişkisi

Turizmden kazanılan döviz gelirlerinin ihracat içindeki payı gelirlerin ödemeler dengesinde katkısını belirtir⁹. Türkiye'de turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı görece yüksektir. Bu durum 1980'li yıllarda ihracata teşvik primi verilmesi sonucunda gerçek ve fiktif ihracat gelirlerinin ilk yıllarında artışı ve daha sonra ihracat artış hızının azaltılması ile açıklanabilir.

Türkiye için önemli bir nokta, ülkenin turistik ürününün ucuz, tatilci paket turlara dönüşmesi sonucunda turizm gelirlerinin gerçekte azalmasıdır. Son yıllarda turizm geliri artış oranı, turist sayısının artış

⁸ Şükrü YARCAN, Turizm Endüstrisinin Yapısı, Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, İstanbul, 1995, s.8

⁹ Harun ERDOĞAN, Uluslar arası Turizm, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 1996, s.208-210

oranında düşüktür. Günlük ortalama turist harcaması ölçüt alındığında, gerçek turizm gelirleri turist/gün başına azalmaktadır.

2. Turizm Gelirleri ve Gelen Turist Sayısı Araştırmaları

Avrupa'dan Türkiye'ye yönelik turizm talebinin geceleme içindeki oransal artışı, ortalama kalış süresinin uzadığını belirtir. Türkiye'de geceleleyen yabancı turistler hakkında, kalış ve konaklama süresine ilişkin bilgiler yurda giriş ve çıkış formlarında bulunmaktadır. Ancak bilgiler derlenip ayrıntılı olarak yayınlanmadığından, yabancı turistlerin ülkede kalış süresi sağlıklı biçimde saptanamamaktadır. Konaklama istatistikleri yabancı turistlerin tek bir konaklama biriminde ortalama üç gece konaklandığını gösteriyor. Aynı turistin birden fazla merkezi ziyaret ettiği ve değişik otellerde konakladığı gözönüne alındığında, ülkemizi ziyaret eden yabancıların kalış süresi daha uzundur. Kitle turizminin pazar payının yükselmesini ve kıyı bölgelerine yönelik uzun süreli konaklamayı içeren paket turlar, ortalama kalış süresini artırmıştır. Tatil köylerine ve kıyı otellerine düzenlenen paket turların süresi bir hafta, on gün ile on beş gün arasında değişmektedir. Türkiye'ye turist gönderen başlıca pazarlar için ortalama kalış süresinin onbir güne uzadığı kabul edilebilir.

Bir ülkedeki turizm olanakları ve arz oranında yakın bir bağlantı vardır. Turizmde fiziki arz artışı kaynakların kullanımında kıtlık

yaratmaz. Çünkü, turizmde arz, olanaklar ve hizmetler birbirine rakip değil, birbirinin tamamlayıcısıdır. Kaynaklarını turistik çekim öğelerine ve ürünlere dönüştüren Türkiye’de turizm öncü bir endüstri olabilir. Türkiye’de turizmin son yıllardaki hızlı gelişimi, turist varışlarının ve turizm gelirlerinin son on yılda artışı ve turizmin ülke ekonomisindeki payının yükselmesi, önem kazanması merkezi planlamalı ülkelerin turizm politikaları ve planlanması için örnek gösterilmektedir. Türkiye’nin son yıllardaki turizm gelişiminin merkezi planlamalı ekonomiler için örnek oluşturması son derece önemli ve ilginçtir. Türkiye’de son on yıldaki turizm gelişimi, ülkenin iç koşulları, dönemin siyasi yönetimi ile batı turizm sanayinin Türkiye’yi keşfi ve sonuçta geliştirilen turizm türünün dışsal olarak belirlenmesi ile yakından ilişkilidir.

Türkiye’nin Akdeniz turizmindeki payı artmaktadır. Uluslararası turist akımlarının yaklaşık %35’i Akdeniz bölgesindedir. Akdeniz’deki turizm pazarının büyüme hızı dünya ortalamasının üstündedir. Turist çeken ülkelerin çoğunluğu Akdeniz bölgesindedir ve bölge Avrupa’ya komşudur. Bu nedenle Akdeniz bölgesinin uluslararası turizmdeki payı önümüzdeki yıllarda da yüksek olacaktır. Doğu Akdeniz’deki ülkeler son yıllarda Pazar paylarını yükseltmiştir. Gezgin ve tatilci turistlere çeşitli ürünler sunan Türkiye’nin, Güney Akdeniz kıyısında turizm altyapısının arzını geliştirmesi, Avrupa turizm sanayisinin yeni tatil ülkesi Türkiye’yi

keşfetmesi ve pazarlaması ülkenin bölgedeki Pazar payını büyütmiştir.

Ekonomileri gelişmiş birçok ülkede turizm artık vazgeçilmesi zor gereksinimlerden olmuştur. Bu gereksinim giderek uluslar arası seyahatlere dönüşmüştür. Tatil kavramı neredeyse yurtdışında geçirilmesi gereken bir zamanla eş anlamlı duruma gelmiştir.

Yarım asır önce dünyada yalnızca 25 milyon civarında insan yurt dışına seyahat ederken bugün 20 kat artarak 500 milyonun üzerinde bir sayıya ulaşmıştır. Uluslar arası seyahatlerde yapılan harcamaların artışı ise daha hızlı bir çıkış göstermektedir. 1950'de dünyadaki 2 milyar dolarlık turizm harcaması günümüzde 170 kez artarak gelmiş 341 milyar doları aşmıştır. Tahminlere göre 15 yıl içinde Dünya Turizm hareketine 100 milyonun üzerinde insan daha katılarak 2000 yılında 661 milyon turist, ülkeleri dışına seyahat edecek ve 585 milyar dolarlık harcama yapacaklardır. 2010 yılı beklentileri ise 950 milyon turist 1,350 milyar dolar turizm harcamasıdır.

Bugünkü rakamlara göre turist sayısını iki kata yakın, harcamalar ise yaklaşık 4 kez artma eğilimindedir. Gelecekte insanların daha çok seyahat edecekleri ve seyahat başına daha çok para harcayacakları varsayımı, turizm sektörünün çekiciliğini daha da arttırmaktadır. Pek çok ülke giderek büyüyen bu pazardan daha büyük

pay alma çabası içindedirler. Türkiye’de mevcut potansiyeli ile haklı olarak Pazar payını arttırmak isteyen ülkelerden biridir.

Türkiye’nin planlı kalkınma dönemi başlangıcından bu yana turizm sektöründe önemli bir yol aldığı söylenebilir. 1963 yılında 199bin olan yabancı ziyaretçi sayısı, 2000 yılında yaklaşık 10.4 milyon kişiye ulaşmıştır. Turizm gelirlerindeki artış oranı ise çok daha fazladır. 1963 yılındaki 7 milyon dolarlık turizm geliri 2000 yılına gelindiğinde 8 milyar dolara ulaşmıştır.

3. Genel Değerlendirme

1980’li yıllara gelinceye kadar konaklama kapasitesinin yeterli olmayışı ve diğer gerekçeler Türkiye’nin Pazar payının düşüklüğüne yol açan etkenlerdendi. Ancak 80’li yılların sonlarında ortadan kalkan bu neden yerini yönetim ve pazarlama sorunlarına bırakmaktadır. Bir yandan Türkiye’nin uluslar arası pazardan aldığı payın azaldığı, diğer yandan mevcut kapasitenin yeterince kullanılamaması, Türkiye’nin Pazar payını arttırması gereğini göstermektedir. Bunun için yapılması gereken; amacı yeterince belirginleştirmek, sistemi sürekli ve entegre olmayan etkinlikler yerine daha sistemli analizlere dayanan stratejiler oluşturmaktadır

Ekonomik sıkıntı boyutlarının giderek büyüdüğü ülkemizde sıkıntının hafiflemesini sağlayan sektörlerden biri turizmdir. Bütün

olumsuzluklara karşın turizm alanında elde edilen gelir azımsamayacak düzeydedir. KOÇ, SABANCI ve DOĞUŞ gibi büyük sermaye gruplarının 2000'li yıllardaki yatırım planları içinde turizme büyük yer ve önem vermektedir. Sadece bu firmaların tercihi bile turizm gelirlerindeki daha fazla bir artışın olacağına göstergesi olarak görülebilir. Terör korkusu, kötü konaklama şartlarına rağmen ülkemize gelen turist sayısında her yıl bir artış meydana gelmektedir. Bu rakam 1999'da 7.4 milyon kişi iken 2000 yılında 10.4 milyon turist tatil için ülkemizi tercih etmiştir. Geride bıraktığımız 2000 yılında ülkemizde turizm geliri 7.6 milyar doları bulmuştur. Turizm gelirleri toplam ihracat gelirlerinin %25'ini oluşturmaktadır. Türkiye'nin dünya turizm gelirlerinden aldığı pay %1,4 düzeyindedir. Bu rakamlar doğrultusunda ülkemiz Avrupa'da 9., tüm dünyada 17.sırada yer alarak genelde başarılı bir tablo çizmektedir.

Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'nin (WTTC) tahminleri doğrultusunda Türkiye'de 2010 yılında turist sayısının 17.1 milyona kadar yükselmesi beklenmektedir. Şimdiki yatak kapasitemiz bu rakamın konaklaması için yeterli değildir. Ancak inşa halinde bulunan tesislerin beklenen tarihlerde hizmete açılması ve gerekli kaliteli hizmetin verilmesi ile bu rakama yakın durum ortaya çıkmaktadır.

Türkiye Avrupa pazarında en çok tercih edilen ülkeler oranında ilk sıralarda bulunmaktadır. Bunun en büyük nedenlerinden birisi ülkemizin yalnızca yaz turizmi için olanaklar sağlanmamasıdır. Yılın 6

ayında deniz ve güneş amalı turizm hizmetleri sunulmasının yanısıra sonbahar ve kış aylarında alternatif turizm adı verilen dağ, yayla ve kış sporlarına olanak tanıyan kayak turizmi, yabancı turistleri ülkemize çeken önemli unsurlardır.

Türkiye'deki turizm için elverişli imkanlar yabancı sermayeyi de ülkemizde yatırım yapmaya itmektedir. Türkiye'de bulunan 332 bin Turizm işletme belgeli yataktan 50 bin 360 tanesi yabancı sermaye grupları tarafından işletilmektedir. Halen 15780 yatak kapasiteli yabancı sermayeli tesis de yapım halindedir. 1980 yılında Türkiye'de yatırım yapan yabancı sermaye grubu sayısı "1" iken şimdi 347'ye yükseldiğini göz önünde bulundurursak, ülkemize olan talebin boyutlarını da bir bakıma anlamış oluruz.

Gerçekten böylesine parlak tablolar çizen turizmimizin bu durumu yalnızca kısa vadeyle sınırlı kalmaktadır. Uzun vadede büyük sorunlar doğacağı ilgililerin ortak düşüncesi. Bu sorunların en büyüğü ise, yabancı turiste son derece cazip gelen fiyatların bir istikrara kavuşturulmamasıdır. Sektörün en yoğun olduğu dönemlerde, fiyatlarda yapılan oynamalar, turizm organizatörlerini son derece rahatsız etmektedir. Türkiye aleyhine yapılan uluslar arası propagandalar, terör ve uzağı görmekten uzak politikalar gibi birçok sorun yüzünden turizmimizin geleceği tehlikeye doğru gidiyor denilebilir. Sorunlardan kurtulmanın bir yolu da tanıtım. Ancak tanıtım tamamen bölgesel bir nitelik kazanırsa daha etkili olacaktır.

Çünkü artık turist, deniz ve kumdan ziyade, kaldığı bölgenin kendine özgü doğal ve kültürel değerlerini görmek, tanımak, insanları ile birebir ilişkiler içine girmek istemektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Adrian BULL, The Economics of Travel and Tourism, Addison Wesley Longman Australie Pty Ltd, Melbourne, 1995.

A.G. KENWOOD and A.L. LOUGHEED, The Growth of the International Economy (1820-1992), Routledge, Third Edition, London, 1992.

A, MATHIESON, G.WALL, Tourism; Economic and Social Impacts, Longman Ltd, Harlow, 1991.

David L. EDGELL, International Tourism Policy,,Van Nostrand Reinhold NewYork,1990.

Donald,E.LUNBERG-M.KRİSHNAMOORTHY, Mink H. STAVENGE, Tourism Economics, Lohn Wiley & Sons, New York, 1995.

Harun ERDOĞAN, Uluslar arası Turizm, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 1996.

Richard,G. LİPSEY ve diğerleri, (Çeviren: Ö Faruk BATUREL ve diğerleri) İktisat, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1984.

Şükrü YARCAN, Turizm Endüstrisinin Yapısı, Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, İstanbul,1995.

-----,Türkiye İstatistik Yıllıkları, DİE Yayını, Ankara, 1985-2000.