

Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Y.2005, C.10, S.2 s.93-112.

ANTALYA TURİZMİNİN TÜRK TURİZMİ İÇERİSİNDEKİ YERİ VE KRİZLERİN ANTALYA TURİZMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

THE SIGNIFICANCE OF ANTALYA'S TOURISM IN TURKISH TOURISM AND THE EFFECTS OF CRISIS ON TOURISM IN ANTALYA

Yrd.Doç.Dr.Mesut ALBENİ*
Utku ONGUN**

ÖZET

Türkiye, tümüyle kullanamasa da yüksek düzeyde turizm potansiyeline sahip bir ülkedir. Özellikle 1980'lerden sonra Türk turizmi hızlı bir şekilde büyümüş, her düzeyde ekonomiye önemli katkılarda bulunmuştur. Diğer yandan ampirik bulgular ve turizm göstergeleri sektörün krizlere oldukça duyarlı olduğunu göstermektedir. Özellikle 1990'lı yıllarda ve 2000'li yılların başında krizler turizm sektöründe önemli sorunlara yol açmıştır. Bu çalışmada öncelikle, önemli krizlerin turizm sektörüne olan etkileri araştırılmıştır. Bu amaca dönük olarak Türkiye'de, Akdeniz Bölgesi'nde, en önemli turizm olanaklarını bünyesinde barındıran Antalya'da, turizm işletmeleri üzerinde bir alan araştırması yapılmıştır. Alan araştırması ile aynı zamanda sektörün karşı karşıya kaldığı başlıca sorunlar belirlenmeye çalışılmış ve çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

Turkey has been deemed as a country with high level of tourism potential that has not been entirely utilized. Especially after 1980s Turkish tourism has experienced rapid growth and contributed enormously to the economy at every level. On the other hand, empirical evidence and tourism indicators suggest that the industry is very responsive and vulnerable to crisis. Especially the crisis that were experienced during the 1990s and early 2000s created major difficulties in Turkish tourism industry. In this paper, we investigated the effects of major crisis on tourism. A survey study has been conducted among tourism companies in Antalya region which host the largest share of sun-tourism facilities in Mediterranean Region of Turkey. The survey also aimed to determine the main problems that the sector faces and try to develop some solutions.

Turizm Sektörü, Türkiye, Krizler, Antalya
Tourism Sector, Turkey, Crisis, Antalya

* Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü

** Süleyman Demirel Üniversitesi SBE

1. GİRİŞ

Günümüz ekonomilerinde turizm dünyada hızla gelişen bir sektör konumundadır. Bunun en önemli nedeni artan gelirlere paralel bir şekilde insanların dinlenme ve eğlenme tercihlerindeki değişimdir.

Turizm konusunda çalışan farklı disiplinlerden bilim adamlarınca turizm kavramının birçok tanımı bulunmaktadır. Bir tanıma göre başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü olarak ifade edilirken¹ bir başka tanımda ise bir yerde geçici olarak bulunan insanlarla oranın yerlileri arasındaki ilişki şeklinde tanımlanmaktadır.² Turist ise turizm faaliyetini gerçekleştiren kişidir. Bir kişinin turist olarak kabul edilebilmesi için dinlenme, eğlenme, ailevi nedenler, sağlık, eğitim, ticari vb. nedenlerle seyahat etmesi gerekir.³

Turizm faaliyeti farklı açılardan sınıflandırılabilir. Katılan kişi sayısına göre bireysel, kitlesel ve grup turizmi; turistin geldiği yere göre iç ve dış turizm; turistin yaşlarına göre gençlik, orta yaş ve üçüncü yaş turizmi; turistin sosyo-ekonomik durumlarına göre sosyal turizm ve lüks turizm; katılanların amaçlarına göre sağlık, eğitim, yat ve inanç turizmi gibi şekillerde sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırma daha da artırılabilir. Türk turizmini doğrudan ilgilendiren ve son yıllarda hızla gelişen başlıca turizm alanları ise av, ekolojik, dağcılık, rafting, kuş gözleme ve deniz turizmidir. İnsanları turistik faaliyetler yapmaya yönlendiren başlıca nedenler ise merak, din, kültür ve eğitim, dinlenme, eğlenme ve spordur. Bunun dışında doğal güzellikler, tarihi eserler, kongre ve toplantılar, alışveriş vb. birçok neden de turistik faaliyet gerekçeleridir.⁴

Türkiye, doğal, tarihi, kültürel vb. pek çok açıdan zenginliklere sahip olduğundan ötürü dünyanın sayılı turizm merkezlerinden birisidir. Bu potansiyeli ile özellikle Akdeniz'e kıyısı olan ülkeler içerisinde en fazla turist ve turizm geliri elde etmesi gerekirken sektöre gerekli yatırımların zamanında yapılmaması nedeniyle uzun yıllar gelirler düşük kalmış, son yıllarda ise bu alana yapılan yatırımlardaki artış ve tanıtım faaliyetleri sonucu hızla gelişmiştir. Bununla birlikte turizm sektörü çeşitli krizlere oldukça duyarlıdır. Kriz söylentisi bile yapılan rezervasyonların iptali ile sonuçlanabilmektedir. Türkiye, içinde bulunduğu coğrafyadan kaynaklanan çok sayıda nedenden ötürü turizmi etkileyecek başta ekonomik olmak üzere pek çok çeşit kriz ve benzeri etkiler içerisinde bulunmaktadır.

Çalışmada başta Dünya turizmi içerisinde Türk turizminin potansiyeli ve ekonomik yönü ele alınmaktadır. Daha sonra Türk turizmi

¹ Nazmi KOZAK, Meryem KOZAK, Metin KOZAK, **Genel Turizm İlkeleri-Kavramlar**, Detay Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara, 2001, s. 1-2.

² Tunca TOSKAY, **Turizm-Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Der Yayınları, 3. Baskı, İstanbul 1983, s. 27.

³ KOZAK vd., s. 6.

⁴ Harun ERDOĞAN, **Uluslar Arası Turizm**, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 1996, s. 35; Ayrıca Türkiye'deki Başlıca Turizm Çeşitleri ve İlgili Turizm Merkezleri Konusunda bkz., www.kultur.gov.tr.

içerisinde önemli bir yeri bulunan Antalya bölge turizminin mevcut potansiyeli ve ekonomik yönleri ile Türkiye ve Dünya turizmi içerisindeki yeri tanıtılmaktadır. Turizm sektörü krizlere oldukça duyarlı olup Türk turizmi de çeşitli kriz türlerine açık olduğundan çalışmanın ana konusu Antalya turizminin krizlere olan duyarlılığının araştırılmasıdır. Daha sonra Antalya bölge turizminin başlıca sorunları, gelişme alanları ve fırsatları bağlamında değerlendirilmektedir. Araştırmada öncelikle istatistikî verilerle Türkiye ve Antalya turizmi tanıtılmış, arkasından turizm işletmeleri üzerinde yapılan bir alan araştırması ile krizlerin Antalya turizmi üzerindeki etkileri, sektörün başlıca sorunları ve çözüm önerileri, sektörün daha iyi gelişebilmesine dönük sektör temsilcilerinin beklentileri verilmiş, Antalya turizminin gelişmesine dönük çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

2. TURİZMİN EKONOMİK FONKSİYONLARI

Turizm, doğrudan gelir ve gider unsuru olarak kullanılan para hareketlerine olan etkilerinin yanı sıra ekonomideki iş hacminin genişlemesi, sektörlerin canlanması gibi makro özellikler taşıyan ve ticari işlemlerin yoğunlaşmasına yol açan, aynı zamanda ülkede fiziksel ve kurumsal altyapının gelişmesine katkıda bulunmak gibi reel ekonomik etkileri bulunan bir alandır.⁵

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren turizm, Dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm, çoğu zaman diğer birçok endüstri gibi bölgesel ya da ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılmıştır. Turizm sektörü, yaygın biçimde gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında, ödemeler dengesi sorunlarının hafifletilmesinde, bölgesel ve ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir faktör olarak yerini almıştır.⁶

Turizm sektörü bölgelerarası gelişme farklılıklarının azaltılması/giderilmesinde de önemli bir araçtır. Turizm için zengin bir potansiyele sahip olan bölgeler planlı ve etkin bir turizm uygulaması sonucu turizm ekonomisi ile kalkınmakta ve dengeli gelişim için uygun ortam hazırlamaktadır.⁷ Bütün bunların yanında turizm, sanayiye dayalı üretim tipinde ortaya çıkan çevre sorunlarını bünyesinde barındırmadığından sürdürülebilir kalkınma için de önemli bir araçtır. Üstelik bu tür turizm anlayışı sürdürülebilir turizm, ekoturizm gibi kavramları da beraberinde getirmektedir. Bu yeni tür turizm yaklaşımı ekonomik yönden verimli, toplumsal açıdan sorumlu ve çevresel açıdan sorun yaratmayan turizm

⁵ Orhan İÇÖZ, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi Yayınları, 3. Baskı, Ankara, 2005, s. 271.

⁶ Ali ÇİMAT, Ozan BAHAR, "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme", Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi, (6), 2003, s. 2.

⁷ KOZAK vd, s. 88; Akın İLKİN, M. Zeki DİNÇER, **Turizm, Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi**, TOBB Yayınları, No: 217, Ankara, 1991, s. 37.

uygulamaları olup en önemli türlerini ise golf turizmi, kültür turizmi ve kongre turizmi oluşturmaktadır.⁸

Dolayısıyla turizm olayı boş zamanın ve tasarrufun nasıl kullanılacağına ilişkin ekonomik bir kararla başlayan, yatırım, tüketim, milli gelir, istihdam, dış denge, vergi gelirleri gibi birçok açıdan farklı yönleri bulunan bir ekonomik olay olup sürdürülebilir kalkınmanın önemli bir aracıdır. Bir ülkeye yabancı turistlerin gelmesi ve geçici bir süre konaklayarak, ülke içinde seyahat ederek çeşitli tüketim harcamalarında bulunması, çarpan etkisi ile birlikte ülkenin ekonomik ve sosyal yapısı üzerinde giderek büyüyen etkilerde bulunmaktadır.⁹

Turizmin ekonomi üzerindeki etkisi genellikle olumludur. Bu etkilerin bir bölümü makro ekonomik açıdan, diğer bir bölümü ise hem makro ekonomik açıdan hem de bölgesel gelişim açısından önemlidir. Bu olumlu etkilerin başlıcaları; a- Ödemeler dengesine etkisi, b- Milli gelire etkisi, c- İstihdama etkisi, d- Yabancı sermaye girişi, e- Bölgesel kalkınmaya etkisi şeklinde sıralanabilir.

Uluslar arası turizm yoluyla elde edilen dövizler, döviz arzı ve döviz talebi üzerinde etkili olmaktadır. Bu etki turist kabul eden ülkede döviz arzını artırıcı şekilde rol oynamakta dolayısıyla ödemeler bilançosu üzerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır.¹⁰ Turizm sektörünün net döviz kazancı oluşturabilmesi için;¹¹ a- Elde edilen dövizler için yapılması gereken döviz giderleri ile döviz gelirleri arasındaki oran 1'in altında olmalı, b- Turizm sektörü yoluyla elde edilecek dövizin o ülkede turizm sektörü bulunmaması halinde alternatif sektörlerin getireceği dövizden fazla olması gerekmektedir.

Turistler, yaşadıkları yerlerde kazandıkları gelirleri başka yerlerde harcamakta ve tatillerinde, alıştıklarından daha fazla harcama eğilimi içerisinde bulunmaktadırlar. Bu nedenle turizm amacıyla buldukları ülkenin ulusal gelirini artırmaktadırlar.¹²

Turizm, doğrudan, dolaylı ve uyarılmış olmak üzere üç tip istihdam oluşturmaktadır. Doğrudan istihdam turizm endüstrisinin kendisinden kaynaklanan (otel, seyahat acentesi vb.) ve ona bağımlı olan işlerdeki istihdam artışı; dolaylı istihdam ise turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri veren sektörlerdeki (inşaat, tarım, hayvancılık vb.) istihdam artışıdır. Uyarılmış istihdam ise doğrudan ve dolaylı istihdamla sağlanan

⁸ Nüzhet KAHRAMAN, Oğuz TÜRKAY, **Turizm ve Çevre**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004.

⁹ İsmet S. BARUTÇUGİL, **Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri**, Beta Yayınları, No: 841, İstanbul, 1986, s. 38.

¹⁰ Murat KARAÖZ, "Türkiye'nin Cari İşlemler Dengesi ve Yurtdışı İşçi Transferleri Üzerine Bir Uygulama: Zaman Serileri Yaklaşımı 1970-1995", **SDÜ İİBF Dergisi**, Isparta, 1998, Sayı: 3, s. 58.

¹¹ Hasan OLALI, Timur ALP, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Sanayi Ltd. Şti., İzmir, 1998, s. 89.

¹² Ömer AKAT, **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**, Ekin Kitabevi, 3. Baskı, Bursa, 2000, s. 47.

gelirler harcadıkça turizm çarpanının etkisi ile ekonomide ortaya çıkan ek istihdamdır.¹³

Türkiye’de özel yabancı sermayeye dayanan gelişme stratejisi 24 Ocak 1980 Kararları sonrası başlamıştır. Türkiye turizm sektöründe yabancı sermayeden eğitim, finansman, turistik tesislerin daha kolay pazarlanması, yeni tesislerin kurulması, her türlü teknoloji ve yetişmiş insan gücü ve yönetim tekniklerinin getirilmesi gibi birçok açılardan yararlanabilir.

Bunun yanında olumlu etkileri ile karşılaştırıldığı zaman oldukça kısıtlı da olsa turizmin olumsuz etkilerinden de bahsetmek mümkündür. Bu etkiler; a- Fırsat maliyeti, b- Turizme aşırı bağımlılık, c- Enflasyonist baskı, d- Mevsimlik dalgalanma, e- Yabancı işgücü ihtiyacı şeklinde sıralanabilir.

Fırsat maliyeti, kaynak kıtlığı içinde olan ülkelerin kaynaklarını turizm yerine alternatif yatırım alanlarına aktardıkları zaman elde edecek oldukları gelirlerdir. Bu ülkeler için kaynak kıtlığı söz konusu olduğu için kaynaklarını turizm yerine bu alanlara aktardıkları zaman elde edecekleri gelirlerin, turizmden elde edecekleri gelirlerden yüksek olmaması gerekir. Ayrıca sürdürülebilir kalkınma açısından özellikle orman ve tarım arazilerinin tahribi yoluyla turizmin geliştirilmesi oldukça sakıncalıdır.

Turizm için söz konusu olan bir diğer olumsuzluk, turizm sektörüne aşırı bağımlı olup diğer sektörlerin ihmal edilmesidir. Ayrıca turizm sektöründe faaliyetler 12 aya yayılmadığı için sezon dışı dönemlerde tesisler atıl kalmakta, bu durum işletmelerin karlılığını azaltmakta, mevsimlik işsizliğe yol açmaktadır.

Bir diğer olumsuz etki ise turizmin gelişmeye başladığı ya da geliştiği yörelerde arazi ve konut fiyatlarının aşırı şekilde artmasıdır. Aynı zamanda, özellikle, turizm mevsimlerinde mal ve hizmet arzının yetersiz kalması nedeniyle fiyatlarda yükselişler yaşanmaktadır.¹⁴

3. KRİZ VE ÇEŞİTLERİ

Turizm sektörü her türlü krize oldukça duyarlı olan bir sektördür. Kriz söylentisi bile rezervasyonların iptaline neden olabilmektedir. Dünya’da ve Türkiye’de uluslar arası turizm açısından çoğu zaman istikrarsızlıklar yaşanmaktadır. 1980 sonrası gelişen Türk turizmi ilk olarak 1986 Çernobil vakasından etkilenmiştir. 1991 yılında yaşanan Körfez Savaşı ve arkasından PKK terör örgütünün eylemleri nedeniyle Türk turizm sektörünün gelişme trendinin düştüğü gözlenmiştir.¹⁵ 1994 yılındaki 5 Nisan ekonomik kararları ve TL’nin devalüe edilmesi sonucu turizm gelirlerinde artış beklenmesine rağmen yeterli artış gerçekleşmemiş, sonraki yıllarda küresel ekonomik krizlerin olumsuz etkisi daha baskın olmuştur.

¹³ BARUTÇUGİL, s. 38.

¹⁴ İLKİN vd., s. 38-39.

¹⁵ Cengiz AKTAŞ, “Türkiye’nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemine Belirlenmesi”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2), 2005, s. 163-174.

Son yirmi yıl içerisinde en azından 10 ülke banka ve döviz krizlerinden etkilenmiştir. Bu krizler ekonomik krizlere dönüşerek o ülkelerin GSMH’da ilk yıl %5-12 seviyelerinde bir azalmaya yol açmıştır.¹⁶ 1997 Temmuz ayında Tayland’da başlayan ekonomik kriz genişleyerek Asya ülkelerine yayılmış daha sonra ise bütün dünya ekonomilerini etkilemiştir.¹⁷ Asya krizi petrol fiyatlarında düşüğe neden olunca Rusya’nın önemli gelir kaynaklarından biri olan petrol ve doğal gaz gelirlerinde önemli miktarlarda gerilemeler yaşanmıştır. Bunun üzerine Rus hükümeti rublenin değerini korumak için piyasaya 18 milyar dolara varan uluslar arası para sürmüş, arkasından yabancı yatırımcıların Rus tahvil ve hazine bonolarını satma ve dolara geçme eğilimi ise rubleye dolar karşısında yaklaşık %100 değer kaybettirmiştir.¹⁸ Asya krizi tek başına Türk turizmini çok fazla etkilememesine rağmen Rusya Türkiye için önemli bir turist potansiyeline sahip olduğu için Rusya krizinin olumsuz etkileri daha fazla olmuştur.

1999 yılında meydana gelen Marmara Depremi Türk turizmini etkileyen önemli faktörlerden biridir. Aynı yıl deprem nedeniyle Türk turizm sektörünün kaybı yaklaşık 173 milyon dolara ulaşmıştır.¹⁹ Ayrıca 2000 sonrası başta Irak olmak üzere komşu ülkelerde meydana gelen siyasal istikrarsızlıklar ve savaş durumu, Amerika’da meydana gelen 11 Eylül olayları ve daha sonra İspanya, İngiltere ve İstanbul’a yayılan küresel terörizm bütün Dünya turizmini etkilediği gibi Türk turizmini de olumsuz yönde etkilemiştir.

Turizm açısından ele alındığı zaman krizlerin etkisini kontrol edilebilen ve kontrol edilemeyen krizler şeklinde ikiye ayırmak mümkündür.

Kontrol edilemeyen krizler; a- Doğal afetler, b- Küresel siyasal gelişmeler, c- Uluslar arası terörizm, d- Küresel toplumsal değişimler şeklinde sıralanabilir.

Turizm açısından kontrol edilebilen kriz çeşitleri ise şu şekilde sıralanabilir; a- Siyasal gelişmeler ve siyasal terörizm, b- Çevresel sorunlar, c- Sağlık sorunları, d- Ekonomik krizler.

¹⁶ Jason FURMAN-Joseph H. STIGLITZ, “Economic Crises: Evidence and Insights Form East Asia”, *Brookings Papers on Economic Activity*, 1998, Issue: 2, s. 135.

¹⁷ Dış Ticaret Dergisi, Asya Krizi Özel Sayısı, Ankara, Mart 1998, s. 56.

¹⁸ Fuat MİRAS, *Asya Krizi ve Türkiye’ye Etkileri*, TOBB Ekonomik Forum, Yıl: 5, No: 2, Şubat 1998, s. 4.

¹⁹ 1999 Yılında Türkiye’de Meydana Gelen Depremlerin Türk Turizmi Üzerindeki Etkileri Konusunda Ayrıntılı Bilgi İçin bkz. İsmail AKTÜRK-Mesut ALBENİ, “Doğal Afetlerin Ekonomik Performans Üzerindeki Etkisi: 1999 Yılında Türkiye’de Meydana Gelen Depremler ve Etkileri”, *SDÜ İİBF Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 1, Isparta, 2002, s. 8.

4. TÜRKİYE'DE TURİZM EKONOMİSİ

Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı 1972 yılına kadar yıllık 1 milyonu geçmez iken 1984 yılında iki milyonu, 1990 yılında 5 milyonu, 1998 yılında 9 milyonu aşmıştır. 2004 yılında ise bu sayı 13.936.449 kişi olarak gerçekleşmiştir. 2005 yılı hedefi ise bu rakamın 18 milyona çıkacağı şeklindedir.

Tablo 1: Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları

Yıllar	Gelen yabancı sayıları	Turizm gelirleri	Turizm giderleri	Turizm gelirleri/GSMH	Turizm gelirleri/ihracat
1990	5.389.308	3.225	520	2,1	24,9
2000	10.428.153	7636	1711	3,8	27,3
2001	11.318.969	7.386	1738	5,6	25,9
2002	13.256.028	9.009	1880	4,7	23,5
2003	14.029.558	13.203	2450	4,1	20,5
2004	17.516.908	15.887	2776	4,0	19,3

Kaynak: DİE, MB, Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri

Türkiye'nin turizm gelirleri gelen turist sayısındaki artışa paralel bir şekilde artmaktadır. 2001 sonrası diğer sektörlerdeki gelişmeler nedeniyle turizm gelirleri artmasına rağmen GSMH ve toplam ihracat içerisindeki payı azalma eğilimindedir.

Tablo 2: Dünyada En Çok Turist Çeken Ülkeler Ve Gelirleri (2004)

En çok turist çeken ülkeler	(milyon kişi)	En çok turizm geliri elde eden ülkeler	(milyar dolar)
Fransa	75.1	ABD	74.5
İspanya	53.6	İspanya	45.2
ABD	46.1	Fransa	40.8
İtalya	37.1	İtalya	35.7
Çin	42	Almanya	27.7
İngiltere	28	İngiltere	27.3
Avusturya	19.4	Çin	25.7
Meksika	20.6	Avusturya	15.4
Almanya	20.1	Türkiye	15.9
Hong Kong	22	Avustralya	13

Kaynak: www.turizm gazetesi.com, 21.10.2005.

Türkiye'ye gelen turist sayısında artış olmasına rağmen Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerle karşılaştırıldığında geri kalmış durumdadır. Dünya'da en çok turist çeken ülke Fransa'dır. Onu İspanya ve ABD takip etmektedir. Turizm gelirleri dikkate alındığı zaman 2004 yılı rakamlarına göre ilk sırayı 74.5 milyar dolar ile ABD almaktadır. Türkiye ise 15.9 milyar dolar ile 9. sıradadır.

Tablo 3: Tesis Türleri/Oda Ve Yatak Sayıları

	Yatırım Belgeli		İşletme Belgeli	
	Tesis	Yatak	Tesis	Yatak
Otel 5*	107	66852	169	102076
Otel 4*	164	57481	333	101932
Otel 3*	260	39557	563	85745
Otel 2*	298	23678	670	57477
Otel 1*	72	3331	137	7809
Motel	20	849	20	1559
Tatil köyü	67	38252	93	54924
Pansiyon	100	3395	102	3663
Kamping	10	2762	9	2520
Oberj	2	140	5	1019
Apart otel	-	-	98	10279
Özel Belg.	27	1304	121	8077
TOPLAM	1138	247589	2325	438296

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (www.turizm.gov.tr. 22.10.2005)

2005 yılı rakamlarına göre Türkiye’de yatırım belgeli ve işletme belgeli tesis sayısı toplam 3463, yatak sayısı toplamı ise 685.885’tir. Tesislerin büyük bir çoğunluğu ise iki ve üç yıldızlı otellerden oluşmaktadır.

Tablo 4: Tesislerin Bölgelere Göre Dağılımı

	Yatırım Belgeli			İşletme Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
Marmara	170	18.469	41.352	475	34.094	69.667
Ege	418	37.155	80.670	645	56.560	117.824
Akdeniz	323	35.978	77,38	622	77.980	164,411
İç Anadolu	69	4.553	9.723	199	13.962	28.140
Karadeniz	68	3.848	8.025	118	5.645	11.560
Doğu Anadolu	53	3.168	6.543	57	3.374	6.881
Güneydoğu Anadolu	32	1.893	3.904	52	2.825	5.742
Toplam	1.133	105.064	227.597	2.168	194.440	404.225

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı(www.turizm.gov.tr. 22.10.2005)

Yatırım belgeli ve işletme belgeli tesislerin büyük bir çoğunluğu Ege ve Akdeniz bölgesinde bulunmaktadır. Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki tesis sayısı ise oldukça azdır.

Tablo 5: Turistlerin Türkiye'ye Geliş Nedenleri

Gezi, Eğlence	32,4
Görev	11,9
Alışveriş	10,9
Yakınları ziyaret	10,7
Ticari ilişkiler, Fuar	9,9
Kültür	8,2
Diğer	4,4
Toplantı, konferans, kurs, seminer	3,7
Eğitim	3,3
Transit	2,1
Sportif ilişkiler	1,5
Sağlık	0,6
Dini	0,5

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (www.turizm.gov.tr, 22.10.2005)

Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin büyük bir kısmının amacı gezi ve eğlencedir. Alternatif turizm amacıyla gelenlerin sayısı ise oldukça azdır. Bu durumun en büyük nedeni Türkiye turizminin güneş-kum-deniz üçlüsüne dayalı gezi ve eğlence turizmi ağırlıklı olmasıdır.

5. ANTALYA İLİ VE TURİZM POTANSİYELİ

Anadolu'nun güney kısmında bulunan Antalya ili Türkiye yüzölçümünün %2,6'sını teşkil etmekte olup güney kısmı Akdeniz, kara sınırları ise Toros Sıradağları ile sınırlı olan ve büyükşehir kapsamında bulunan bir ildir. Antalya ili dağlık ve sahil olmak üzere ikiye ayrılmış olup ovaları da yayla ve sahil ovalarından oluşmaktadır. Dolayısıyla Antalya ili turizm için oldukça elverişli bir yapıya sahiptir. Turizm sektöründeki gelişime paralel bir şekilde nüfusu hızla artmaktadır. 1935 yılında 242.609 olan nüfus 2000 yılında 1.719.751'e ulaşmıştır. Özellikle yaz aylarında turizmle birlikte bu sayı birkaç katına ulaşmaktadır.

Antalya ili arkeolojik ve kültürel zenginliklerinin yanı sıra coğrafi konumu nedeniyle farklı turizm türleri için gerekli bütün zenginliklere sahiptir. 530 km. uzunluğundaki Antalya kıyıları anıt mezarları, antik kentleri, limanları, kumsalları, koyları, denizle birleşen ormanları, akarsuları ve şelaleleri ile doğal ve kültürel çekicilikleri bünyesinde barındırmaktadır. Geleneksel turizm potansiyelinin yanında alternatif turizm potansiyelini de bünyesinde barındırmaktadır. Alternatif turizm potansiyelinin başlıcalarını ise av turizmi, yat turizmi, rafting, golf turizmi, dağ ve kış turizmi, mağara turizmi, yayla turizmi oluşturmaktadır. Türkiye golf turizmi açısından oldukça uygun bir altyapıya sahiptir. Özellikle Akdeniz ve Ege kıyılarının yıl boyunca golf oynamaya uygun iklim yapısı bu turizm dalı için büyük bir potansiyel oluşturmaktadır. Dünyada 40 milyona yakın kişi bu sporla uğraşmaktadır. Bu sporla uğraşanlar ise genellikle üst gelir grubundaki

insanlardır. Ayrıca Avrupa’da bu sporla uğraşanların sayısı her yıl yaklaşık %20 artmaktadır.²⁰ Kongre turizmi ise yine son yıllarda hızla gelişen alanlardan birisi olup Antalya’nın uygun iklim yapısı nedeniyle kış aylarında da turizmi 12 aya yaymanın önemli bir yöntemidir.

Başlıca antik kentleri ise şu şekildedir.²¹ Aspendos (Belkıs), Side, Myra (Demre), Patara, Kory Della (Kumluca), Phaselis (Tekirova), Termessos, Sillyon (Çıralı), Phodiapolis (Şeyhköy), Selge (Serük), Ksanthos (Kınık).

İlde 822 adet seyahat acentesi bulunmakta olup Merkez, Kaş, Kale, Kemer, Serik, Manavgat, Alanya, Gazipaşa ilçelerinde bakanlar kurulunca ilan edilmiş 21 turizm merkezi vardır. 2005 rakamları ile İlde 559 adet turizm işletme belgesine sahip tesis ve 241 turizm yatırım belgeli tesis bulunmaktadır. Bu tesislerin toplam yatak sayısı ise 263.136’dır.

Tablo 6: Konaklama Tesisleri

Turizm İşletme Belgeli Tesis Sayısı	559
Turizm İşletme Belgeli Yatak Sayısı	157 990
Yatırım Belgeli İşletme Halinde Tesis Sayısı	129
Yatırım Belgeli İşletme Halinde Yatak Sayısı	24 757
Turizm Yatırım Belgeli Tesis Sayısı	241
Turizm Yatırım Belgeli Yatak Sayısı	80 389

Kaynak: Antalya Valiliği (www.antalya.gov.tr. 21.10.2005)

Antalya’nın tesis ve yatak sayısı açısından Türkiye’deki yeri ise aşağıdaki şekilde gösterilmiştir. Turizm işletme belgeli tesis sayısı açısından Antalya turizmi Türk turizminin %38’ini oluşturmaktadır.

Tablo 7: Antalya’daki Tesislerin Türkiye İçindeki Yeri

Tesis Durumu	Antalya	Türkiye	Antalya'nın Payı (%)
Turizm İşletme Belgeli Tesis	559	2 240	25
Turizm İşletme Belgeli Yatak	157 990	420 697	38
Turizm Yatırım Belgeli Tesis	241	1 130	21

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (www.turizm.gov.tr. 22.10.2005)

Turistik amaçla Antalya havaalanına inen uçak ve yolcu sayısı her geçen gün artmaktadır. 2004 yılında Antalya’ya gelen yolcu sayısı 2001 yılına kıyasla yaklaşık %50 artmıştır.

Tablo 8: Antalya Havaalanına İnen Uçak ve Yolcu Sayısı

	2001	2002	2003	2004
YOLCU	4.333.127	4.937.733	4.888.012	6.759.635
UÇAK	64.278	72.759	70.302	88.452

Kaynak: Antalya Valiliği (www.antalya.gov.tr 25.10.2005)

²⁰ T.C. Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü, **Türkiye’de Turizm Olanakları ve Yatırım Süreci**, Devran Matbaacılık, Ankara, 1995, s. 28.

²¹ Ayrıntılı bilgi için bkz. Antalya Valiliği, **2000 Antalya İl Yılı**, Antalya, 2000, s. 46-63.

Antalya iline turist girişleri Mart ayından itibaren artmakta ve Ağustos ayından itibaren ise en üst düzeyine ulaşmaktadır. Bunun nedeni Antalya turizminin deniz-güneş ve kum üçlüsüne dayalı eğlence ve tatil turizmi ağırlıklı olmasıdır. Mart ve Kasım aylarındaki girişler ise genellikle doğal güzellikler nedeniyledir.

6. KRİZLERİN ANTALYA İLİ TURİZMİNE OLAN ETKİLERİ

6.1. Antalya Turizmine İlişkin Yapılan Alan Araştırması Bulguları

Antalya ili turizminin başlıca sorunlarını sektör temsilcilerinden öğrenebilme ve çözüm yollarını araştırma, ayrıca krizlerin Antalya turizmini nasıl etkilediğini belirleyebilme açısından turistik tesisler üzerinde alan araştırması yapılmıştır. Araştırmada yöntem olarak anketlerden ve yüz yüze görüşmelerden elde edilen bilgiler değerlendirilmiş ve bu bilgilerden hareketle krizlerin özelde Antalya ili genelinde ise Türk turizmine etkileri araştırılmış, ayrıca sektörün başlıca sorunları ve bu sorunların çözümü ve sektörün gelişimine ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

6.1.1. Çalışmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmada amaç, kriz dönemlerinde Antalya turizminin nasıl etkilendiğini belirlemek ve Antalya turizminin rasyonel gelişimi ve krizlerin olumsuz etkilerini en aza indirmek için önerilerde bulunmaktır. Bu nedenle anket soruları işletmenin kimliği, personel yapısı, kriz dönemlerinde personel yapısı, sayısı ve turist profilindeki değişimler, işletmelerin gelirlerindeki ve giderlerindeki değişimler üzerinde yoğunlaşmıştır. Ayrıca işletme yöneticilerinin gelecek yönelimli olarak Antalya turizmi hakkındaki beklentileri, önerileri bu kapsamda araştırılmıştır.

Çalışmada Antalya bölgesinde yer alan turizm işletmeleri üzerinde anket araştırması ve yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Anket sorularına cevap veren otel işletmeleri tesadüfi yöntemle seçilmiş olup sorulara genellikle işletmenin en yetkili kişileri tarafından cevaplar verilmiştir. Araştırmaya 50 işletme katılmış, 5 işletme yetkilisi sağlıklı cevaplar vermediğinden ötürü araştırmadan dışlanmıştır. Elde edilen veriler SPSS programında değerlendirilmiştir. Çalışmada ilk olarak anket soruları değerlendirilmiş daha sonra araştırmaya katılan yöneticilerle yapılan mülakat sonuçları özetlenmiştir.

6.1.2. Anketler ve Yüzyüze Görüşmelerden Elde Edilen Bulgular

Çalışmada ilk olarak turizm işletmelerinin kimliğini belirleme amacıyla işletmeler hakkındaki bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 9: İşletmenin Faaliyet Belgesi

	Sayı	Yüzdesi
Yatırım belgeli	2	4.4
İşletme belgeli	37	82.2
Belediye belgeli	6	13.3
Toplam	45	100

Bu işletmelerin %82,2'si işletme belgeli, %13,3'ü belediye belgeli ve %4,4'ü ise yatırım belgelidir.

Tablo 10: İşletmenin Yatak Kapasitesi

Yatak Kapasitesi	Sayı	Yüzde
0-50	5	11.1
51-100	13	28.9
101-150	10	22.2
151-200	7	15.6
201 ve yukarısı	10	22.2
Toplam	45	100

Ankete katılan işletmeler içerisinde %28.9'luk oranla 51-100 yatak kapasiteli 13 işletme bulunmaktadır. 201 ve yukarısı ise %22,2'lik bir yüzdeye sahiptir.

İşletme turizm alanında kaç yıldır faaliyet göstermektedir sorusuna alınan cevaplar ise şu şekildedir.

Tablo 11: İşletmelerin Faaliyet Süreleri

Süre	Sayı	Yüzde
1-2	4	8.9
3-4	11	24.4
5-6	2	4.4
7-8	4	8.9
9 yıl ve sonrası	24	53.3
Toplam	45	100

İşletmelerin %53,3'ü turizm alanında 9 yıldan daha fazla süredir faaliyet göstermektedirler. İlk dört yılında bulunan işletme sayısı ise 15'tir.

Anketimize cevap veren işletmelerin % 100'ü yerli işletmelerden oluşmaktadır. Ankete cevap veren işletmeler rasgele seçildiğinden en küçük aile işletmesinden, en büyük 5 yıldızlı oteller ankete cevap vermişlerdir. İşletmeler aile işletmeleri, orta büyüklükteki işletmeler ve büyük işletmeler olmak üzere üçe ayrıldığı zaman kriz dönemlerinde krizlerden etkilenme biçimleri, personel sayısındaki değişiklikler ve turist profilindeki değişiklikler de farklılık göstermektedir.

Aile işletmeleri küçük işletmelerdir. Yönetimden kat hizmetlerine kadar bütün aşamalarda işler çoğunlukla aile bireyleri tarafından yapılmaktadır. Bu işletmeler özellikle gelir yönünden krizlerden olumsuz etkilenmişlerdir. Fakat işletmelerin yatak kapasiteleri az ve çalışan personel kendilerinden olduğundan dolayı, sadece işletmelerine gelen turist profilinde ve gelir düzeylerinde bir değişiklik söz konusu olmuştur. Turist profilindeki

değişiklik kazançlarını da olumsuz yönde etkilemiştir. Çalışan personelin çoğunluğu kendi içlerinden veya yakın akrabası olmasından dolayı, kriz dönemlerinde işçi çıkarılmasına gidilmemiştir.

Büyük işletmeler incelendiğinde, kriz dönemlerinde fazla etkilenmedikleri görülmektedir. Büyük işletmeleri tercih eden turist profili incelendiğinde belli bir gelirin üstündeki kişiler oldukları ve kalma amaçları çoğunlukla iş, toplantı ve konferans ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir.

Kriz dönemlerinde en fazla olumsuz şekilde etkilenen işletmeler orta ölçekli işletmelerdir. Doluluk oranlarında ani bir düşme yaşanmış, buna paralel olarak işletmelerden büyük oranda işçi çıkartılmıştır. Krizlerin işletmeler üzerindeki etkilerine ilişkin anket sonuçları ise aşağıdaki şekildedir.

Tablo 12: Doğal Afetlerin Antalya Turizmine Etkileri

	Sayı	Yüzde
Çok Olumsuz	7	15.6
Olumsuz	22	48.9
Etkilememiştir	16	35.6
Toplam	45	100

İnsanların etkisi dışındaki doğal afetlerin (sel baskınları, depremler, orman yangınları vb.) Antalya turizmine olan etkileri konusundaki soruya %48,9 olumsuz etkilemiştir, %35,6 etkilememiştir, %15,6 ise çok olumsuz etkilenmiştir şeklinde cevap verilmiştir. Doğal olarak insanlar tatilleri boyunca olumsuzluklarla karşılaşmak istemezler ve sıkça doğal afetlerin yaşandığı bölgeleri tercih etmektен kaçınırlar.

Tablo 13: Ekonomik Krizlerin Etkisi

	Sayı	Yüzde
Çok Olumsuz	3	6.7
Olumsuz	21	46.7
Etkilememiştir	21	46.7
Toplam	45	100

Ekonomik krizler Antalya turizmini nasıl etkilemiştir sorusuna, %46,7 etkilememiştir, %46,7 olumsuz etkilemiştir ve %6,7'si ise çok olumsuz etkilemiştir şeklinde cevaplar verilmiştir.

Tablo 14: Siyasal Krizlerin Etkisi

	Sayı	Yüzde
Çok Olumsuz	1	2.2
Olumsuz	18	40
Etkilememiştir	26	57.8
Toplam	45	100

İşletmelerin %57,8'i siyasal krizlerin Antalya turizmini etkilemediğini düşünmektedir. Siyasal krizin başladığı 2001 Şubat ekonomik krizinin Antalya turizmini çok olumsuz derecede etkilediği ortaya çıkmıştır. Siyasal krizler tek başına turizmde çok olumsuz etki yaratmamasına karşılık,

onun sonucunda meydana gelen ekonomik bir kriz turizmi daha olumsuz bir biçimde etkileyebilmektedir.

Tablo 15: Asya ve Rusya Ekonomik Krizlerinin (Küresel Krizler) Etkisi

	Sayı	Yüzde
Olumsuz	9	20
Etkilememiştir	36	80
Toplam	45	100

Asya'da ve Rusya'da başlayan ve küresel etkileri ortaya çıkan ekonomik krizlerden işletmeler tarafından %80 oranında etkilenmemiştir ve %20 oranında olumsuz etkilenmiştir şeklinde cevaplar verilmiştir. Anketin yapıldığı dönem ile bu krizlerin ortaya çıktığı dönem arasındaki yıl farkının bu sonucun elde edilmesinde etkili olduğu düşünülmektedir. Kriz çeşitleri nasıl olursa olsun bu krizlerden Antalya turizmi olumsuz şekilde etkilenmiştir.

Tablo 16: Terör Olaylarının Etkisi

	Sayı	Yüzde
Çok Olumsuz	19	42.2
Olumsuz	22	48.9
Etkilememiştir	4	8.9
Toplam	45	100

Yurtiçinde meydana gelen terör olayları Antalya turizmini nasıl etkilemiştir sorusuna, %48,9 olumsuz etkilemiş, %42,2 çok olumsuz etkilemiş ve %8,9 ise etkilememiştir cevabını vermiştir. Terör olaylarının olduğu dönemlerde turistler bu bölgeleri genellikle tercih etmemektedirler. Bu nedenle terör, turizmi en çok etkileyen olayların başında gelmektedir.

Tablo 17: Küresel Terörizmin Antalya Turizmine Etkisi

	Sayı	Yüzde
Çok Olumsuz	8	17.8
Olumsuz	27	60
Etkilememiştir	10	22.2
Toplam	45	100

Küresel terörizmin (ABD'de 11 Eylül olayları, İstanbul, İspanya, İngiltere vb.) Antalya turizmine etkilerine işletmeler %60 oranında olumsuz etkilemiştir, %17,8 oranında çok olumsuz etkilemiştir ve %22,2 oranında ise etkilememiştir şeklinde cevaplar vermişlerdir.

Tablo 18: Komşu Ülkelerdeki Savaşların Etkisi

	Sayı	Yüzde
Çok Olumsuz	25	55.6
Olumsuz	16	35.6
Etkilememiştir	4	8.9
Toplam	45	100

Antalya turizmi komşu ülkelerde ortaya çıkan savaşlardan da (Körfez Savaşı, Irak'taki Savaş vb.) büyük ölçüde etkilenmiştir şeklinde

cevaplar verilmiştir. İşletmelerin %91,1'i komşu ülkelerdeki savaştan olumsuz şekilde etkilenmiştir.

Kriz ve türleri birlikte değerlendirildiği zaman krizler sektördeki işletmeleri olumsuz şekilde etkilemektedir. Bu olumsuz durum en fazla sektördeki istihdamı etkilemektedir. Bu nedenle personele ilişkin bilgilerde işletmelere yöneltilmiştir.

Çalışan personelin eğitim düzeyleri hakkında bilgi edinildiğinde yönetim ve ön büro personelinin eğitim düzeylerinin yüksekokul ve üniversite düzeyinde, muhasebe personelinin lise ve yüksekokul düzeyinde, mutfak, kat hizmetleri ve güvenlik personelinin ilköğretim ve lise düzeyinde, diğer personelin (teknik eleman) lise düzeyinde olduğunu ortaya koymuştur. Kriz dönemlerinde yönetim, muhasebe ve ön büro personeline işten çıkarma olmadığı; öncelikle güvenlik, daha sonra kat hizmetleri personeli ve mutfak personeli, en son olarak ise diğer personelin işten çıkarılma yoluna gidildiği görülmektedir. Öncelikle güvenlik personelinin işten çıkarılması kriz dönemlerinde otellerin güvenliği olmadığı anlamına gelmemektedir. Bu görev çoğunlukla gece resepsiyon görevlisine yaptırılmaktadır. Bir personele birkaç görev yükleme yoluna gidilerek işlerin aksamaması sağlanmaktadır.

Personele ilişkin anketlere verilen cevaplar aşağıdaki şekildedir.

Tablo 19: Çalışan Personelin İkamet Durumu

	Sayı	Yüzde
Tamamı Antalya'da ikamet etmektedir	29	64.4
Bir kısmı başka bir ilde ikamet etmektedir	16	35.6
Toplam	45	100

Antalya turizminde çalışan personelin %64,4'ü devamlı Antalya ilinde ikamet etmektedir. İşletmelerin %35,6'sı ise personelin bir kısmının Antalya iline il dışından çalışmak için geldiğini ifade etmiştir. Turizm sezonunun başladığı dönemlerde Antalya bölgesine mevsimlik işgücü göçü yaşanmaktadır.

Tablo 20: Kriz Dönemlerinde Personel Sayılarındaki Değişim

	Sayı	Yüzde
Evet	29	64.4
Hayır	16	35.6
Toplam	45	100

İşletmelerin %64,4'ü kriz dönemlerinde personel sayısını azaltma yoluna gittiğini, %35,6'sı ise personel sayısında değişiklik yapmadığını ifade etmiştir.

Antalya'ya gelen turistler hakkında sorulan sorulara verilen cevaplar ise aşağıdaki şekildedir.

Tablo 21: Krizlerin Antalya'ya Gelen Turistlerin Ülke Profiline Etkisi

	Sayı	Yüzde
Evet	9	20
Hayır	36	80
Toplam	45	100

Antalya turizmi çoğunlukla yabancı turistlerin tercih ettiği bir turizm beldesidir. Antalya iline gelen turistler Antalya Valiliği'nin verilerine göre geldikleri ülkelere göre incelendiğinde %40,7'lik oranla ilk sırayı Almanya almaktadır. Bu ülkeyi sırasıyla %37 ile Rusya Federasyonu, %7,4 ile İsrail, %3,7 ile İsveç ve Hollanda ve %7,4 ile de diğer ülkeler takip etmektedir. Kriz dönemlerinde bu ülke görünümünde bir değişiklik oluyor mu sorusuna %20 evet ve %80 hayır cevabı verilmiştir.

Tablo 22: Krizlerin Antalya İline Gelen Turistlerin Yaş Profiline Etkisi

	Sayı	Yüzde
Evet	14	31.1
Hayır	31	68.9
Toplam	45	100

Kriz dönemlerinde turistlerin yaş dağılımında çoğunlukla değişiklik olmamaktadır. Turistlerin gelir ve harcama düzeylerini belirleme amacıyla aşağıdaki soru yöneltilmiştir.

Tablo 23: Turistlerin Haftalık Harcadığı Ortalama Döviz Miktarı

	Sayı	Yüzde
0-100 \$	27	60
101-200 \$	12	26.7
201-300 \$	4	8.9
301 ve üstü	2	4.4
	45	100

İşletmenize gelen turistlerin haftalık harcadığı tahmini döviz miktarı ne kadardır sorusuna yaklaşık %90'ı 0-200 dolar olarak cevap vermiştir. Dolayısıyla Antalya'yı tercih eden turistlerin büyük kısmı gelir düzeyi düşük kesimlerden oluşmaktadır. Bu nedenle turistlerin haftalık olarak bıraktıkları döviz miktarı oldukça azdır.

Turistlerin Türkiye'ye geliş nedenlerini oluşturan tatil turizmi anlayışı Antalya için de geçerliğini korumaktadır. Kriz dönemlerinde bu eğilimin değişip değişmediğini belirleme amacıyla işletmelere sorulan soruya verilen cevaplar aşağıdaki şekildedir.

Tablo 24: Kriz Dönemlerinde Seyahat Amaçlarının Değişip Değişmediği

	Sayı	Yüzde
Evet	11	24.4
Hayır	34	75.6
Toplam	45	100

Kriz dönemlerinde gelen turistlerin seyahat amaçlarında bir değişiklik oluyor mu sorusuna işletmelerin %75,6'sı hayır cevabı vermiştir. Buna göre işletmelerin büyük kısmı turistlerin seyahat amaçlarında değişiklik olmadığını düşünmektedir.

İşletme yöneticileri ile yapılan yüz yüze görüşmelerin sonuçları ise aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

İşletmelerin doluluk oranları ilkbahar aylarında %70'lerde, yaz aylarında %100'lerde, sonbahar aylarında %55'lerde ve kışın ise %10'lardadır. Kriz dönemlerinde ise bu oranlar %5 ile %15 arasında düşmektedir.

Antalya'ya olan turizm talebinin artmasındaki en önemli turizm motiflerini belirlemek amacıyla sorulan soruya alınan cevaplar sırasıyla;

- Deniz, kum, güneş üçlüsü
- Kültürel değerler
- Tarihi değerler

olarak sıralanmaktadır. Bunları sırasıyla son yıllarda hızla gelişen spor amaçlı golf turizmi, rafting turizmi, mağara turizmi, yayla turizmi, yat turizmi gibi yeni turizm türleri takip etmektedir.

Antalya turizminin olumlu gelişmesi için ne gibi tedbirler alınmalıdır sorusuna sırasıyla;

- Yurt dışı tanıtıma daha fazla ağırlık verilmeli
- Kalifiyeli eleman çalıştırılmalı
- Fiyatlar aşağıya çekilmeli

cevapları verilmiştir.

Antalya turizminin olumlu etkilerini önem derecesine göre sıralayınız sorusuna sırasıyla;

- İstihdam artışı olur
- Katma değer yaratır
- Diğer sektörleri hareketlendirir
- Alt yapıyı hızlandırır
- Farklı kültürleri tanımamıza imkan verir
- Yeni teknolojiyi bölgeye taşır

şeklinde olmuştur. Antalya turizminin olumlu etkilerine karşılık bir takım sorunları da beraberinde getirdiği düşünülmektedir. Antalya turizminin olumsuz etkileri nelerdir sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki şekilde özetlenebilmektedir;

- Doğal çevrenin tahribine yol açması
- Kültürel değerlerin bozulması
- Fiyat artışları

şeklindedir.

7. ARAŞTIRMA SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ VE SONUÇ

Bölgesel gelişme açısından turizm sektörü önemli sektörlerden birisidir. Antalya ve yöresi yıllarca tarım bölgesi olarak değerlendirilmiş ve tarımsal üretime dayalı bölgesel kalkınma stratejisi uygulanmıştır. Tarım sektörünün katma değerinin düşüklüğü ve elde edilen gelirlerin çok fazla dalgalanması nedeniyle bölge yeterince gelişmemiştir. Bölge göreceli tarımsal üstünlüğü ile birlikte turizm varlıkları açısından oldukça zengin olması nedeniyle çok sayıda tesis bölge turizmine kazandırılmıştır. Turizm sektöründeki bu gelişme bölgenin hızla gelişmesine neden olmuştur. Turizm sektörü krizlere karşı oldukça duyarlıdır. Çalışmada sektör temsilcileri-yöneticileri ile yapılan anketler ve yüz yüze görüşmeler neticesinde Antalya turizmine krizlerin etkileri, sektörün başlıca sorunları ve gelişme alanları değerlendirilmiştir. Sonuçlar ve çözüm önerileri aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

-Kontrol edilebilen ve kontrol edilemeyen kriz türleri açısından krizler Antalya turizmini olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle kontrol edilebilen kriz türleri açısından krizlerin olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak için tanıtım ve olumlu propagandaya ağırlık verilmelidir.

-Bölge turizminin gelişimi için yurtdışı tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmelidir. 1990 yılında 10.4 milyon dolar olan Türkiye'nin tanıtım bütçesi 2000 yılında 44.8 milyon dolara yükselmiştir. 2000 sonrası gelen turist ve bıraktıkları döviz miktarındaki artışta bu tanıtım bütçesinin etkisi büyüktür.

-Antalya turizminde eğitilmiş işgücü eksikliği yaşanmaktadır. Turizm alanında eğitim alanlar genellikle turizm dışı sektörleri tercih etmektedir. Bu durumun temel nedeni sektörde eğitilmiş işgücünün önemini yeterince kavranamaması ve turizm sektöründe mevsimlik işgücüne ihtiyaç duyulmasıdır.

-Antalya turizminin diğer bir sorunu da, planlama eksikliğidir. Günümüzde turistik cazibesi olan bir takım unsurlar yanlış planlama sonucu ileriki yıllarda bu çekiciliklerini kaybedebilecektir. Bu nedenle turizme açılan yerlerde inşaat yapılması mümkün alanlar ile yapılmaması gereken alanlar belirlenmelidir.

-Antalya'da altyapı yetersizdir. Altyapı tam anlamıyla tamamlanmadan üst yapının bitirilme noktasına gelmesi alt yapıda çıkan sorunları daha da zorlaştırmaktadır.

-En önemli sorunlardan bir tanesi de gelen turistlerin genellikle alt ve orta gelir düzeyindeki insanlar olmasından ötürü bıraktıkları döviz miktarının düşük olmasıdır. 2004 DİE verilerine göre turistlerin %72.25'i orta gelir, %14.52'si düşük gelir, %13.23'ü ise yüksek gelir grubuna dahildir. Bu nedenle Antalya'ya gelen turist sayısında her yıl çok ciddi artışlar olmasına karşın bıraktıkları döviz miktarı yeterince artmamaktadır. Ayrıca "her şey dahil" yöntemi nedeni ile turizm bölgesindeki özellikle küçük esnaf turizmden yeterince gelir elde edememektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 1985 yılında paket turlarla gelenlerin oranı %24 iken bu oran 2003 yılında %64.5'e yükselmiştir.

-Ekonomik krizler sonrası yerli paranın değer kaybının turizme katkısı hem 1994 hem de 2001 krizleri sonrası oldukça sınırlı kalmıştır. Bu nedenle düşük fiyat ve düşük değerli yerli para turizmin gelişimi için yeterli değildir.

-Bölgede özellikle gelir düzeyi yüksek turistlere yönelik tesislerin sayısı artırılmalıdır.

-Antalya turizmini 12 aya yaymak için alternatif turizm alanlarının geliştirilmesi gereklidir. Özellikle golf turizmi ve kongre turizmi bölge için oldukça uygundur. Bu nedenle kongre merkezlerinin sayısı artırılmalı, tesisler büyük organizasyonları karşılayabilecek özelliklere kavuşturulmalıdır.

Sonuç olarak Antalya ili turizminin başlıca sorunları tanıtım eksikliği, kalifiye eleman yetersizliği, altyapı ve üstyapı yetersizliği, sektörel planlamanın yetersizliği, yöre halkı tarafından turizm bilincinin yeterince oluşmuş olmaması, artan turist sayısına karşın turizm gelirlerinin yeterince artırılamaması, turizmin senenin tümüne yayılamamasıdır. Bu nedenle sektöre dönük çabaların bu sorunlara çözümler üretecek özelliklere sahip olması gereklidir.

KAYNAKÇA

1. Akın İLKİN-M. Zeki DİNÇER, **Turizm, Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi**, TOBB Yayınları, No: 217, Ankara, 1991.
2. Ali ÇİMAT-Ozan BAHAR, “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”, Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi, (6), 2003.
3. Antalya Valiliği, **2000 Antalya İl Yıllığı**, Antalya, 2000.
4. Cengiz AKTAŞ, “Türkiye’nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemine Belirlenmesi”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 6 (2), 2005.
5. Dış Ticaret Dergisi, Asya Krizi Özel Sayısı, Ankara, Mart 1998.
6. Fuat MİRAS, Asya Krizi ve Türkiye’ye Etkileri, TOBB Ekonomik Forum, Yıl: 5, No: 2, Şubat 1998.
7. Harun ERDOĞAN, **Uluslar Arası Turizm**, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa, 1996.
8. Hasan OLALI-Timur ALP, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık Sanayi Ltd. Şti., İzmir, 1998.
9. İsmail AKTÜRK-Mesut ALBENİ, “Doğal Afetlerin Ekonomik Performans Üzerindeki Etkisi: 1999 Yılında Türkiye’de Meydana Gelen Depremler ve Etkileri”, **SDÜ İİBF Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 1, Isparta, 2002.

10. İsmet S. BARUTÇUGİL, **Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri**, Beta Yayınları, No: 841, İstanbul, 1986.
11. Jason FURMAN-Joseph H. STIGLITZ, “Economic Crises: Evidence and Insights Form East Asia”, **Brookings Papers on Economic Activity**, 1998, Issue: 2.
12. Murat KARAÖZ, “Türkiye’nin Cari İşlemler Dengesi ve Yurtdışı İşçi Transferleri Üzerine Bir Uygulama: Zaman Serileri Yaklaşımı 1970-1995”, **SDÜ İİBF Dergisi**, Isparta, 1998, Sayı: 3, s. 58.
13. Nazmi KOZAK-Meryem KOZAK, Metin KOZAK, **Genel Turizm İlkeleri-Kavramlar**, Detay Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara, 2001.
14. Nüzhet KAHRAMAN-Oğuz TÜRKAY, **Turizm ve Çevre**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004.
15. Orhan İÇÖZ, **Turizm Ekonomisi**, Turhan Kitabevi Yayınları, 3. Baskı, Ankara, 2005.
16. Ömer AKAT, **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**, Ekin Kitabevi, 3. Baskı, Bursa, 2000.
17. T.C. Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü, **Türkiye’de Turizm Olanakları ve Yatırım Süreci**, , Devran Matbaacılık, Ankara, 1995.
18. Tunca TOSKAY, **Turizm-Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, Der Yayınları, 3. Baskı, İstanbul 1983.