



BÖLGESEL KALKINMA VE TURİZM İLİŞKİSİ: TR61 BÖLGESİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Yrd. Doç. AYŞEGÜL BAYKUL

Yrd. Doç. Dr. SELEN IŞIK MADEN

ÖZET

Bölgesel kalkınma ekonomik ve toplumsal potansiyelin uyarılması aracılığıyla bir bölgenin refah seviyesindeki artışı ifade etmektedir. 1960'lar Türkiye'de özellikle planlı döneme geçiş ile birlikte turizm sektörünün önemini kavranmaya başladığı yıllardır. 1980'li yıllar itibarıyla destekleyici politikalar sayesinde GSMH içindeki turizm sektörünün payı giderek artmıştır. Turizmin ekonomik büyümeyi sağlayan sektörlerden biri olduğu görüşü, ihracat ve ekonomik büyüme ilişkisi üzerindeki olumlu etkileri bu sektörün önemini daha da arttırmaktadır. Ayrıca ekonomi içerisindeki istihdam, dış ödemeler dengesi, ihracat oranları gibi makro değişkenler üzerindeki pozitif yönlü etkileri söz konusudur. Bu açıdan turizm sektörü bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının azaltılmasında bir politika aracı olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada TR61 bölgesinin turizm potansiyeli değerlendirilmiş ve sektörün gelişebilmesi yönünde alınabilecek tedbirler sıralanmıştır.

Anahtar Kelimeler:Bölgesel Kalkınma, Turizm Sektörü, TR61 Bölgesi

THE RELATIONSHIP BETWEEN REGIONAL DEVELOPMENT AND TOURISM: AN EVALUATION ON TR61 REGION

ABSTRACT

Regional development refers to an increase in the welfare level of a region through the stimulation of economic and social potential. In the 1960s, especially in Turkey, with the planned period, the tourism industry began to grasp the importance. With the policy supporting tourism in the 1980s, the share of the tourism sector in the GNP has increased steadily. The view that tourism is one of the factors that provide economic growth and the positive effects on export and economic growth relationship increase the importance of the sector. Positive effects on macro variables such as employment in the general economy, external balance of payments, export rates are mentioned. At the regional level, the tourism sector is being used as a policy tool to reduce regional differences in development. In this study TR61 region has been evaluated with tourism potential and the measures that can be taken to improve the sector are studied.

Keywords: Regional development, Tourism sector, TR61 region

1.GİRİŞ

Turizm sektörü bölgesel anlamda istihdam olanaklarının yaratılması, ekonomik büyüme ve refahın sağlanması için önemli bir araçtır. Farklı turistik kaynaklara sahip olan ülkeler turizmin bu özelliklerinden daha fazla pay alabilmek için kalkınma planlarında sektöre ayrı bir önem vermektedir (Saarinen vd., 2014:8). Turizmin bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalar 1950’li yıllara kadar uzanmaktadır (Vukonic,2012:15). Perifer bölgelere metropol alanlardan gelen turistlerin ekonomik gelişmeyi etkileme yönünü araştıran öncü çalışma Christaller’e (1964) aittir. 1960 ve 1970’ler boyunca özellikle Perroux’un Büyüme Kutupları Teorisi’nin popüler hale gelmesiyle birlikte birçok ülkede bölgesel kalkınma için turizm sektörü öncü bir sektör olarak görülmeye başlanmıştır. 1980’lerde küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte turizm de hareketlilik kazanmış ve bir çok ülke için bölgesel ekonomik gelişmeyi destekleyen önemli bir araç haline gelmiştir (Huijbens vd., 2014:22). Turizm sektöründe yaşanan bu gelişim beraberinde farklı sektörlerin de gelişmesine neden olmuştur. Turizm, dolaylı yoldan ilişkili diğer sektörler üzerinde de etkilere sahiptir. Bu sektörlerle finansal hizmetler, perakende sektörü, altyapı yatırımları, ulaşım, konaklama, gıda gibi sektörler örnek gösterilebilir. Uyarılmış etkiler sayesinde bu sektörlerde yeni girişim alanlarının açılması, yerel mal ve hizmetlere yönelik talebin canlanması ve işgücü potansiyelinin artması söz konusudur. Tüm bu gelişmeler değerlendirildiğinde günümüzde turizmin bölgesel ve yerel kalkınma için son derece anlamlı bir araç olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Turizm neredeyse tüm gelişmiş ülkeler için ekonomik büyümenin sağlanması, istihdamın artırılması ve refah düzeyinin yükseltilmesi bağlamında öncü bir sektör olarak görülmektedir.

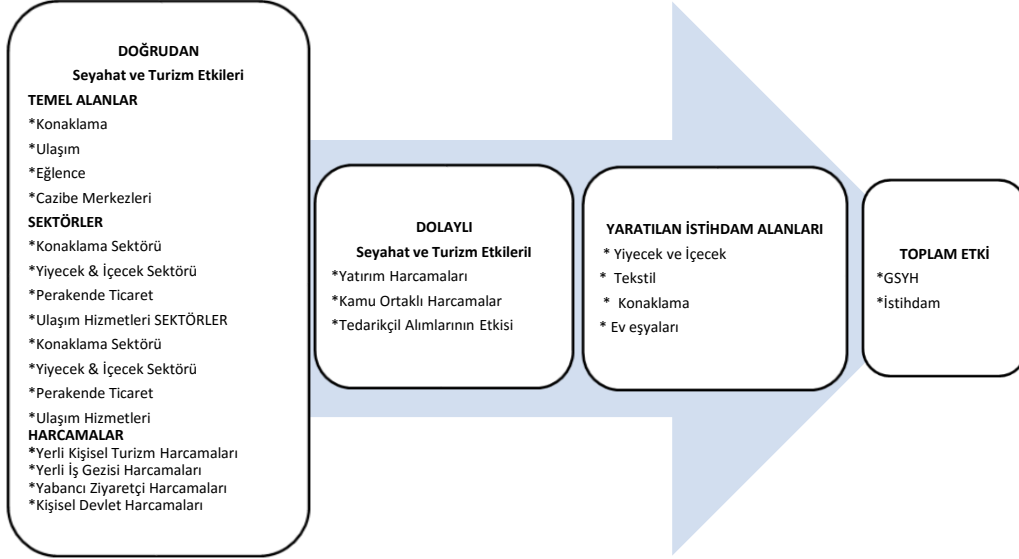
Türkiye’de turizm sektörü özellikle 1980’lerden sonra GSYH içinde payı hızla gelişen sektörlerden biri haline gelmiştir. Ülke ekonomisine ulusal ve bölgesel ölçekteki katkılarının yanında; ülkeye döviz girdisi sağlayan, özellikle kriz dönemlerinde ödemeler bilançosunun dengelenmesinde, işsizliğin azaltılmasında önemli payı olan bir sektördür. Özellikle turizmin geliştiği bölgelerde işgücü açığının azaldığı ve buna bağlı olarak bölgesel gelir düzeyinde belirli bir artış olduğu gözlenmektedir (Bozgeyik ve Yoloğlu, 2015). Özellikle sanayin görece gelişkin olmadığı bölgelerde turizm sektörü bölgesel kalkınmada uygun stratejilerin izlenmesi sonucu önemli alternatif güç olarak geliştirilebilir. Turizm odaklı Avrupa Birliği yapısal fonlarının artışı bu stratejinin bir ürünü olarak değerlendirilebilir (Doğan ve Yıldız, 2007:155).

2. TURİZMİN BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİSİ

Bölgesel kalkınma ekonomik ve toplumsal potansiyelin uyarılması aracılığıyla bir bölgenin refah seviyesindeki artışı ifade etmektedir (Çeken,2004:296). Ekonomik refahın bölgeler arasında dengeli dağıtılması günümüz toplumlarında sosyal devlet anlayışının bir gereğidir. Bölgesel olarak farklılıkların giderilmesi gerek ulusal gerekse bölgesel ölçekte yapılan planlarla sağlanmaya çalışılmaktadır. Bu açıdan bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının giderilmesinde turizm önemli bir politika aracı olarak kullanılmaktadır. Avrupa Birliği turizmi bölgesel eşitsizliğin azaltılmasını kolaylaştıran bir sosyal faktör olarak tanımlamaktadır. Bununla beraber OECD Bölgesel Kalkınma Servisi de turizmi bir kalkınma stratejisi olarak tanımlamakta ve turizm ile bölgesel kalkınma ilişkisini desteklemektedir (Doğan ve Yıldız, 2007:155). Turizm, ülkeler açısından değerlendirildiğinde ziyaretçilerin doğal, kültürel, tarihi ve benzeri zenginliklere yapılan harcamalarından oluşan ekonomik bir faaliyeti ifade etmektedir. Ziyaretçilerin bu çeşitli talepleri karşısında turizm bölgelerinde sunulan arz kaynaklarının da çeşitlenmesi bölgelerin ekonomik yönden gelişmesini sağlayarak yerel kalkınmaya anlamlı katkılar sağlamaktadır. Ancak bu etkiler bölgenin ekonomik büyüklüğüne ve çarpan etkisine bağlı olarak değişmektedir (Giritlioğlu, ve Bulut,2015:28). Dünyada gelişmiş ülkelerin milli gelirlerinde hizmet sektörünün payı %70-80’ler civarında iken

turizm gelirlerinin payı ise yaklaşık %30 civarındadır (Gülbahar, 2009:28). Şekil.1’de turizm sektörünün sağladığı doğrudan ve dolaylı katkılar, ekonomik aktivitede oldukça önemli bir etkiye sahiptir.

Şekil.1. Turizm Sektörünün Ekonomiyi Etkileme Kanalları



Kaynak: Travel&TourismEconomicImpact 2017, <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>

Konaklama, ulaşım ve eğlence gibi temel alanlar sektörün ekonomiye doğrudan katkısını oluştururken, bu sektörlerin yaptığı tedarikçi alımları ile yatırım harcamaları ve kamunun harcamaları ekonomiyi dolaylı olarak etkilemektedir. Sektörde çalışan kişilerin yaptıkları harcamalar ise ekonomide “uyarılmış tüketim” etkisi yaratmaktadır.

1960’lar Türkiye’de özellikle planlı döneme geçiş ile birlikte turizm sektörünün öneminin kavranmaya başladığı yıllardır (Çımat ve Bahar 2003; 3). Ancak 1980’lerde dışa açılma politikalarıyla, uluslararası turizm piyasasına girilmiştir. 1982 yılında çıkarılan Turizm Teşvik Kanunu ile sektöre yatırım teşvikleri ve mali destekler sağlanmıştır. Bu destekleyici politikalar sayesinde bu tarihten itibaren GSMH içindeki turizmin payı giderek artmıştır.

Turizm gelirleri Türkiye açısından değerlendirildiğinde GSYMH’daki payının yıllar itibarıyla belli bir seyri koruduğu aşağıdaki tabloda izlenmektedir. Özellikle 2003 yılından sonra Türkiye GSMH’sının yükselme eğilimi içinde olduğu bilinmektedir. Bu sebeple turizm gelirlerindeki artış devam etse de GSMH içindeki pay sayısal olarak çarpıcı bir artış göstermemektedir. Turizmden elde edilen bu gelirlerin ihracat içindeki payı değerlendirildiğinde de özellikle Türkiye’de yaşanan 2000, 2001 ve 2008 krizlerinin yaşandığı yıllardan sonra turizm gelirlerinin ekonomik istikrarın sağlanabilmesi açısından önemli bir gelir kaynağı olduğu görülmektedir.

Tablo.1.Turizm Gelirlerinin GSMH-İhracat Payı

Yıl	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki (%)	Turizm Gelirlerinin İhracata oranı (%)
2000	2,9	27,5
2001	5,3	32,1
2002	5,4	33,9
2003	4,5	28,2
2004	4,4	25,2
2005	4,2	24,7
2006	3,5	19,7
2007	3,2	17,3
2008	3,4	16,6
2009	4,1	20,8
2010	3,4	18,3
2011	3,6	20,8
2012	3,7	19,2
2013	3,9	21,3
2014	4,3	21,8
2015	6,2	21,9
2016	2,6	15,5

Kaynak:https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/gsmh-icinindeki-payi-1963-_79.html

Bu bağlamda turizmin ekonomik büyümeyi sağlayan faktörlerden biri olduğu görüşü, ihracat ve ekonomik büyüme ilişkisi üzerine yapılmış olan ampirik çalışmaların sonuçlarına dayandırılmaktadır (Ghali,1976; Hazari ve Sgro,1995; Balaguer ve Cantavella-Jorda,2002; Dritsakis, 2004; Katırcıoğlu, 2009; Yamak vd.,2012; Kızılkaya vd.,2016). Çalışmalardan elde edilen bulgular değerlendirildiğinde turizm faaliyetleri ve ekonomik büyüme arasında anlamlı ve pozitif yönlü güçlü ilişkilerin olduğu görülmektedir.

Turizmin ülke ekonomisine olan katkısı ödemeler dengesindeki açıkları kapatma fonksiyonu ile de kendini göstermektedir. Uluslararası turizm hareketliliğinin, döviz talebi ve döviz arzı üzerindeki arttırıcı etkileri sayesinde ülkelerin ödemeler dengesi açıkları karşılanmaya çalışılmaktadır. Aşağıdaki şekilde yıllar itibariyle turizm gelirlerinin DTA kapatmadaki payı verilmiştir.

Tablo.2. Türkiye’de Turizm Gelirlerinin DTA Kapatma Payı

Yıllar	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	Turizm Geliri \$	Turizm Gelirinin DTA Kapatma payı (%)
2000	26.727.914	9.990.841	37,38
2001	10.064.867	13.450.127	133,63
2002	15.494.708	15.214.514	98,19
2003	22.086.856	16.302.053	73,81
2004	34.372.613	20.262.640	58,95
2005	43.297.743	24.124.501	55,72
2006	54.041.498	23.148.669	42,83
2007	62.790.965	27.214.988	43,34
2008	69.936.378	30.979.979	44,30
2009	38.785.809	32.006.149	82,52
2010	71.661.113	33.027.943	46,09
2011	105.934.807	36.151.328	34,13
2012	84.066.659	36.776.645	43,75
2013	99.858.613	32.308.991	32,35
2014	84.508.918	34.305.903	40,59
2015	63.268.398	31.464.777	49,73
2016	55.995.686	22.107.440	39,48

Kaynak: https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi_916.html

Yukarıdaki tablo değerlendirildiğinde turizmin dış ticaret açıklarını kapatmadaki rolü son derece açık şekilde görülmektedir. Yıllar itibarıyla incelendiğinde turizm gelirlerinin dış ticaret açığını önemli ölçüde finanse ettiği dikkat çekicidir. 2015 yılında dış ticaret açığının yaklaşık yarısı turizm gelirleriyle karşılanmıştır.

Diğer bir dikkat çekici nokta ise özellikle kriz dönemlerinde turizm sektörünün ülke ekonomisi açısından ne kadar önemli bir sektör olduğudur. Veriler değerlendirildiğinde 2000, 2001 ve 2008 krizleri sonrasında dış ticaret açıklarını kapatma oranının yüksekliği görülmektedir.

Turizm sektöründe istihdam edilen işgücü ile bölgelerin gelişmişlik düzeyleri arasında da bir ilişki kurulabilir. Turizm sektörü bilindiği üzere emek yoğun çalışmayı gerektirmektedir. Bu nedenledir ki bu sektördeki tüketim harcamaları doğrudan ve dolaylı olarak istihdam üzerinde pozitif etkiler yaratmaktadır. Sektörde yaratılan istihdamın 3 farklı etki kanalı söz konusudur. Öncelikle sektörün birincil faaliyetlerini sürdürebilmesi için yaratılan emek talebi; otel, restoran gibi turizm işletmelerinde çalışan kişilerin sayısında yaratılan artıştır. İkinci olarak, sektörü besleyen ulaştırma, gıda, eğlence gibi sektörlerde turizm talebindeki artışla birlikte yaratılan istihdam artışıdır. Son olarak da gelirin yeniden harcanması sonucunda çarpan etkisiyle birlikte makro anlamda meydana gelen istihdam artışıdır.

Tablo.3. Turizm Sektörünün İstihdam Üzerinde Doğrudan Etkisi

Yıllar	Türkiye				Dünya			
	Doğrudan		Toplam İstihdam		Doğrudan		Toplam İstihdam	
	(000 kişi)	%	(000 kişi)	% Payı	(000 kişi)	%	(000 kişi)	% Payı
2004	521.5	2.4	1853.7	8.5	94246.3	3.3	254790	9.5
2005	474	2.1	1794.2	8.1	95307.4	3.5	256508	9.4
2006	495.4	2.2	1747.3	7.9	98473.9	3.5	263553	9.5
2007	441.4	2.1	1710.3	8.2	97794	3.4	271805	9.6
2008	461.1	2.1	1756	8.3	97527.6	3.4	260838	9.1
2009	459.1	2.1	1773.5	8.3	95260.1	3.3	252720	8.8
2010	477.3	2.1	1833.9	8.1	96130.5	3.3	250565	8.6
2021**	658	2.5	2216	8.3	120427	3.6	323826	9.7

Kaynak: www.wttc.org

Dünya genelinde 2010 yılı itibariyle turizm sektörünün toplam istihdam içindeki payı 8,6 olarak hesaplanmıştır. Genel ekonomi içerisinde istihdam değerleri tahminine göre 2021 yılında turizm sektörünün payının 9,7 olacağı öngörülmektedir. Bu tahminler yapılırken turizm sektörünün gelişimi ve turizm piyasasında meydana gelen artışlara bağlı olarak değişebileceği belirtilmiştir. Türkiye açısından toplam istihdam içinde turizm sektörü değerlendirildiğinde sektörün payının 8,1 seviyesinde olduğu görülmektedir. Bu oran dünya ortalamasının altındadır. Geleceğe yönelik tahmin öngörüsü toplam istihdam içinde sektörün payının 2,5 olacağı yönündedir. Bu sonuç dünya geneliyle kıyaslandığında düşük olması nedeniyle sektörde yeni iş alanlarının yaratılması için uygun kamu politikaları geliştirilmelidir.

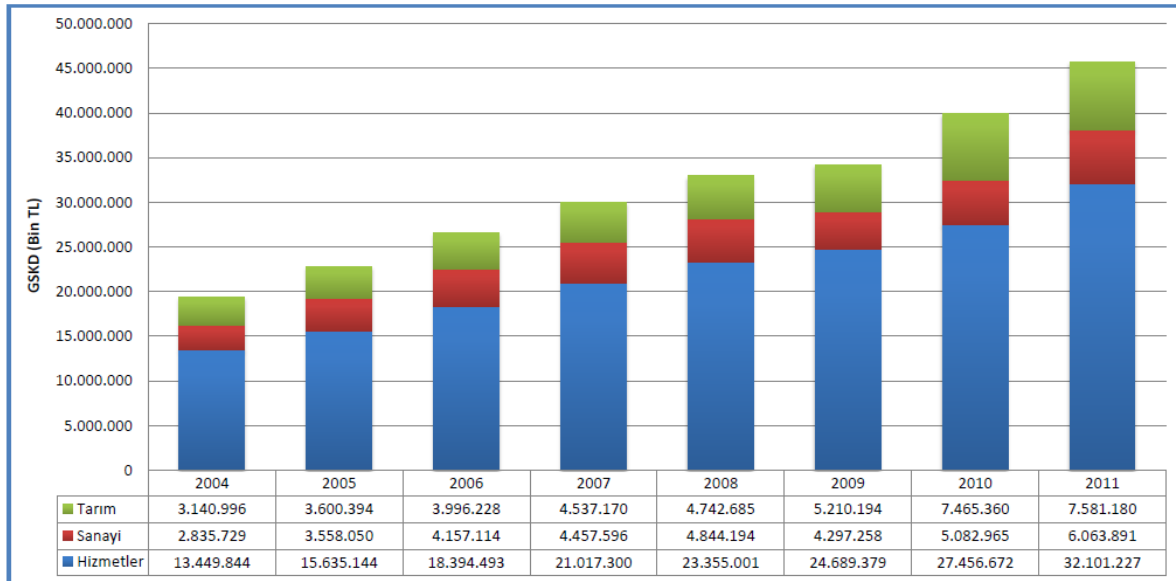
3. TR 61 BÖLGESİ GENEL GÖRÜNÜMÜ VE TURİZM POTANSİYELİ

İBBS Düzey 2 sınıflamasına göre Antalya, Isparta ve Burdur illerini kapsayan TR61 bölgesi, Kalkınma Bakanlığı tarafından yayınlanan İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması (SEGE) 2011 Araştırmasına göre, 26 düzey 2 bölgesi arasında beşinci sırada yer almaktadır.

Bölge 36.996 km²lik alanla Türkiye yüzölçümünün %4,7sini, 2012 yılı verilerine göre 2.763.541 nüfus ile Türkiye nüfusunun %3,7sini oluşturmaktadır. Bölge nüfusunun %76'sı Antalya, %15'i Isparta ve %9'u Burdur'da ikamet etmektedir. TR61 Bölgesi yoğun göç alan bir bölgedir. 2012 yılı net göç verilerine göre TR61 Bölgesi, TR10(İstanbul) Bölgesi'nden sonra en yoğun göç alan ikinci bölge konumundadır. (BAKA, 2014:35)

2012 yılı verilerine göre TR61 Bölgesi'nde iş gücüne katılma oranı %57 olarak gerçekleşmiştir. İstihdam edilenlerin %55'i hizmet, %32'si tarım ve %13'ü sanayi sektöründe çalışmaktadır (BAKA, 2014:35). Görüldüğü üzere bölge ekonomisindeki en yüksek pay hizmet sektörüne aittir.

TR61 Bölgesinin Türkiye ekonomisine sağladığı katma değer 2006-2010 yılları arasında sürekli artış göstermiştir. 2010 yılında Türkiye'de elde edilen Gayri Safi Katma Değerin (GSKD) %4,08'i bölgeden karşılanmıştır. TR61 Bölgesinin kişi başına GSKD'si 10.094 \$'dır. Bu değer, 8.926 \$ olan Türkiye geneli kişi başı GSKD'sinin üzerindedir. Bölge, kişi başı GSKD Türkiye sıralamasında 26 bölge arasında yedinci sırada bulunmaktadır (BAKA, 2014:36).

Tablo.4. TR61 Bölgesinde Cari Fiyatlarla Gayri Safi Katma Değer (Bin TL)

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu / Zaman Serisi Aralığı: 2014-2011

Tablodan görüldüğü üzere bölgede hizmetler sektörünün payı yıllar itibariyle giderek artış göstermektedir. Bölge ekonomisinde hizmet sektörünün lokomotif sektör olmasındaki en önemli etmenlerden biri turizm sektörü olduğunu söylemek çokta yanlış olmayacaktır. Çünkü sektörün özelliği itibariyle en önemli alt grubu olan “Otel ve Lokantacılık” sektörü hizmet sunumunu gerçekleştirirken 49 sektörden girdi sağlamakta, bu sektörün sunduğu hizmetler ise 55 farklı sektörcü girdi olarak kullanılmaktadır. Otel ve lokantacılık sektöründeki gelişmeler bu sektöre girdi sağlayan gıda ürünleri ve içecek imalatı ile tarım ve hayvancılık sektörlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Aynı zamanda otel ve lokantacılık sektörünün ürün ve hizmetlerini girdi olarak kullanan seyahat acenteleri, kara ve havayolu taşımacılığı ile toptan ve perakende ticaret sektörlerinin faaliyetleri de sektördeki gelişmelere oldukça hassastır. Özellikle Antalya ilinin dünyada kabul görmüş turizm destinasyonlarından biri olması ve bölgedeki otel ve lokanta sayısı bakımından ekonomik katkısı yüksektir.

TR61 bölgesinde sadece kıyı turizmi değil alternatif turizm olanakları da çeşitlidir. İnanç turizmi açısından Hristiyanlık tarihinde önem arz eden kiliseler, Selçuklu ve Osmanlı dönemine ait eserler, antik çağ kentlerinin izleri bölgenin kültürel çekiciliğini arttırmaktadır.

Türkiye birinci sınıf konaklama hizmeti veren tesis sayısı, ulaşım olanakları, doğal güzellikler, iklim gibi koşullara sahip olması özellikle maliyet avantajı sebebiyle sanayileşmiş ülkelere hizmet sektörünün büyüklüğüyle bir alternatif olmaktadır. Özellikle Antalya ili kongre turizmi için çekici bir destinasyondur.

Akdeniz bölgesinde turizmin çeşitlenmesi ve sadece yaz aylarında değil oniki aya yayılması önemli bir yere sahiptir. Sağlık ve Spor turizmi açısından bölgenin avantajı yüksek yatak kapasitesine sahip, donanımlı bölge ve üniversite hastanelerini içinde barındırmasıdır. Akdeniz üniversitesinde yapılan ileri düzeyde organ nakli operasyonları bölgenin marka değerini arttırmaktadır. Bölge aynı zamanda engelli ve ileri yaş turizminde de rekabet avantajına sahiptir.

Coğrafi ve iklimsel olarak su sporları, dağcılık, yamaç paraşütü, golf ve kayak sporları için uygun bir doğal ortama sahiptir. Özellikle golf turizmi için bölgeye gelen turistler diğer turistlere kıyasla 5 kat daha fazla döviz bırakmaktadır. (BAKA,2011) Bu açıdan değerlendirildiğinde sektörün doğrudan ve dolaylı olarak etkilediği sektörler de bulunmaktadır.

Yat ve kurvaziyer turizmi açısından da Antalya ili hizmet ve tedarik açısından donanımlı bir marinaya sahiptir.

Bölgenin sahip olduğu doğal güzellikler, iklim koşulları, on iki aya yayılan turizm olanakları ve çeşitliliği sürekli ve sürdürülebilir turizm faaliyetleri için son derece elverişli bir çevre yaratmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bilindiği üzere bölgesel kalkınma ekonomik ve toplumsal potansiyelin uyarılması aracılığıyla bir bölgenin refah seviyesindeki artışı ifade etmektedir. Bu artışı kimi ülkeler /bölgeler sanayi sektörü üzerinde yoğunlaşarak sağlamaya çalışırken görece sanayisi gelişmemiş bölgeler ise alternatif kalkınma araçlarına ihtiyaç duymaktadır.

Bu bağlamda bacasız sanayi olarak da isimlendirilen turizm sektörü bölgelerin kalkınmasında önemli bir politika aracı olarak görülmektedir. Turizm sektöründeki talep, arz kaynaklarının da çeşitlenmesini beraberinde getirirken bölgelerin ekonomik yönden gelişmesini sağlayarak yerel kalkınmaya anlamlı katkılar sağlamaktadır. Bu etkiler bölgenin ekonomik büyüklüğüne ve çarpan etkisine bağlı olarak değişmektedir.

1980 yılından sonra Türkiye uluslararası turizm piyasasına girmiş ve sektörün gelişmesi adına çıkarılan yasal ve mali düzenlemelerle birlikte GSMH içinde sektörün payı giderek artmıştır.

Çalışmaya konu olan Antalya, Isparta ve Burdur illerini kapsayan TR61 bölgesi, turizm potansiyeli açısından Türkiye'nin önemli bölgeleri arasında yer almaktadır. Bölgede turizm sadece deniz, kum, güneş üçgenine sıkışmamış birçok alternatif turizm türleri itibarıyla geniş bir yelpazeye yayılmıştır. Ancak bu alternatif turizm alanlarından yeterince de yararlanılmadığı bir gerçektir. Mevcut bu potansiyeli destekleyici politikalar ve paydaşların işbirliği içerisinde geliştireceği projelerle bölge cazibe merkezi olma yolunda ilerlemelidir.

TR61 bölgesindeki üniversitelerde bulunan turizm bölümlerinin sektörün gelişmesindeki payı göz ardı edilmemelidir. Bu kapsamda üniversite-sanayi işbirliği geliştirilerek, sektörün ihtiyaç duyduğu kalifiye eleman, hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve ortak işbirlikleri kurulması yoluyla ortaya çıkacak sinerji sektöre sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacaktır.

Turizm sektörünün yarattığı doğrudan ve dolaylı etkilerin diğer sektörlerle etkisi de göz önünde bulundurulduğunda kamu otoritesi ve yerel yönetimlere önemli görevler düşmektedir. Sektörün geliştirilmesi, bölgeye yeni yatırımların çekilmesi, gerekli tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, halkın bilinçlendirilmesi, sektörün eğitimli insan gücüyle desteklenmesi gibi konularda tüm paydaşlar işbirliği yapmalıdır.

KAYNAKÇA

BAKA, "Baka Golf Turizmi Sektör Raporu", Şubat, Isparta, 2011.

BAKA, "Bölge Planı 2014-2023", TR61 Düzey 2 Bölgesi, Antalya, Isparta, Burdur, 2014.

Balaguer, J. and Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case, *Applied Economics*, 34: 877 - 884.

Bozgeyik, Y. ve Yoloğlu, Y. (2015). Türkiye'de turizm gelirleri ile GSYH arasındaki ilişki: 2002-2014 dönemi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40): 627-640.

Christaller, W. (1964). Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions – under developed countries – recreation areas. *Papers in Regional Science*, 12(1): 95–105.

Çeken, H. (2004). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerine teorik bir inceleme, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(2): 293-306.

Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (6): 1-18.

Doğan, S. ve Yıldız, Z. (2007). Bölgesel kalkınma, turizmin ilişkisi ve göller bölgesi kalkınmasında alternatif turizm potansiyelinin kullanılabilirliğine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6: 147-181.

Ghali, M.A., (1976). Tourism and economic growth: an empirical study. *Economic Development and Cultural Change*, 24 (3): 527-538.

Giritlioğlu, İ. ve Bulut, E. (2015). Yerel halkın bakış açısına göre Gaziantep turizmi ve sürdürülebilirlik. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (1): 25-31.

Gülbahar, O. (2009). Turizmin bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermedeki rolü (Türkiye örneği). *Atatürk Üniversitesi- İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1): 19- 47.

Hazari, B. R. ve Sgro, P.M. (1995), Tourism and growth in a dynamic model of trade, *The Journal of International Trade and Economic Development*, 4: 253 -256.

Huijbens, E. Jóhannesson, H. ve Jóhannesson, G. Þ. (2014). Clusters without content? icelandic national and regional tourism policy. *Scandinavian Journal of Public Administration*, 18(1): 63-85.

Katırcıoğlu, S. T. (2009). Tourism, trade, and growth: the case of Cyprus. *Applied Economics*, 41: 2741-2750.

Saarinen, J., Moswete, N. ve Monare, M. (2014). Cultural tourism: new opportunities for diversifying the tourism industry in Botswana. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 26: 7-18.

Vukonic, B. (2012). *An Outline of The History of Tourism Theory*. In C. H. Hsu, & C. W. Gartner, *The Routledge Handbook of Tourism Research* (3-20). New York: Taylor & Francis Group.