

İDEAL TURİZM DENGESİ

Yard.Doç.Dr.Pembegül ÇAKIR

T.C. Anadolu Üniversitesi

Turizm ve Otel İşletmeciliği

Yüksekokulu

ABSTRACT

For some countries, tourism is an important revenue source, and its impacts on economic, social, cultural and political areas, especially on international economic and political areas, especially on international economic and political relations have important consequences

Tourism incomes which takes places "invisible earnings and expenditures" of balance of payments, are very important for closing balance of payments deficits, and flow of foreign resources into country for developing countries. Tourism is an indirect export. In order to increase the number of foreign visitors, there should be wide campaigns to advertise the countries historic places, natural beauties without distorting social and cultural structures.

ÖZET

Günümüzde bazı ülkeler için çok önemli bir gelir kaynağı olan turizmin yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler ülkelerin

ekonomilerinde ve özellikle de uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmaktadır.

Ödemeler dengesinin görünmeyen kalemleri içerisinde yer alan turizm gelirleri, gelişmekte olan ülkeler açısından ödemeler bilançosunu dengelemek ya da bir ölçüde açığı kapatmak açısından özellikle de ülkeye döviz girişine(nakit girişi) olanak vermesi açısından oldukça önemlidir. Turizm dolaylı bir ihracattır. Turisti ülkeye çekebilmek için turist kabul eden ülkenin imajının dolaylı ve dolaysız tanıtımına, ülkenin sosyal ve kültürel yapısını bozmadan çeşitli kampanyalar düzenlenmelidir.

İDEAL TURİZM DENGESİ

Turizmin milli ekonomiler içindeki yeri ve ekonomik bağlantılardaki rolü ilk olarak ödemeler dengesindeki yeri ile belirtilmiştir. "Görünmeyen ithalat" şeklinde isimlendirilen dış pasif turizm hareketleri ile "Görünmeyen ihracat" olarak adlandırılan dış aktif turizm gelirleri ödemeler dengesinde yer alırlar. Bunlar diğer etkenler yanında ülkenin turizm sektörünün gelişme seviyesine bağlı olarak olumlu veya olumsuz etkilenirler. Dolayısıyla turizmin milli ekonomilerindeki bir diğer önemli fonksiyonu, ihracat ve ithalat şekli olmasında görülür. Çünkü ihracat ulusal mal ve hizmetlerin belirli kural ve şartlar altında yabancılara satışı, ithalat ise yine bazı kural ve şartlara bağlı olarak yabancı kökenli mal hizmetlerin satın alınmasını ifade etmektedir. Buna göre uluslararası borç ve alacak, yani döviz, talep ve arz bakımından mal ithal ve ihracı ile turizm hareketleri arasında hiçbir fark yoktur. Turizmde bir ülkeyi ziyarete gelen yabancılara bazı hizmetlerin satılması, yabancı ülkelere giden vatandaşlara da ilgili ülkeler tarafından bir takım hizmetlerin yapılması, bu hizmetlerin satın alınması söz konusudur. Böylece turizm hizmetlerine ödenen bedeller, karşılıklı döviz akımını doğurmuş olur¹.

¹ Dinçer, Mithat Zeki Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm, Filiz Kitabevi İstanbul, 1993 s.59.

Bu konuyla ilgilenen ekonomistler ve WTO (Dünya Seyahat Organizasyonu) gibi uluslararası kuruluşlar, bir ulusun ödemeler dengesinde yer alan turizm aktivitesini gerçek bir yıllık verimlilik hesabını çıkartmak ve dar kapsamlı IMF tanımını genişletmek gerektiği konusunda hem fikirdirler.

Yapılan bu faaliyetlerin etkili ve tam bir ekonomik yeterliliğine olanak veren, bir ülkenin ideal turizm dengesinin ne olabileceği aşağıda gösterilmektedir.

İDEAL MİLLİ TURİZM DENGESİ

BÖLÜM TOPLAM	BÖLÜM TOPLAM
Turizm harcamaları (Yurt dışındaki vatandaşların giderleri)	Turizm Gelirleri (yabancı turistlerin harcamaları) -
Ürünlerin ihracatı (Başlıca gıda Maddeleri ve ara mallar)	İhracat (dayanıklı yada yarı dayanıklı mallar, el ürünleri) -
Ulaşım (vatandaşların sağladığı Uluslar arası seyahat payı)	Ulaşım(Vatandaşlar dışından sağlanan uluslar arası seyahat payı) -
Yurtdışındaki turizm yatırımları	Ülke içindeki dış turizmin yatırımları -
Dış yatırımlar ile ilgili giderler ve sermayenin geri ödemesi	Yurt dışında yapılan Turizm yatırımlarından elde edilen gelirler -
Dış turizm işçilerine ödenen Gelirin geri dönmesi	Yurt dışında ikamet eden ulusal turizm işçilerine ödenen gelirin geri dönmesi -
Halkla ilişkiler,Reklam vs.	Halkla ilişkiler,Reklam vs. -
BORÇ DENGESİ = Açık Toplam	ALACAK DENGESİ= Fazlalık Toplam

Sadece sonuçlanan denge, bir ÷lkeye, uluslararası turizmin katkısının gerçek hesabını etkili bir şekilde verebilir. Çünkü dış hesaplar için yalnızca bu tür turizm dengesinin kapsamı idealdir. Sadece, yabancı ve yerli turistlerin harcamalarının karşılaştırılmasının sonucunda ödemeler dengesi için turizmin ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Bunun için bir ulusun ideal turizm dengesinin çeşitli bileşenlerinden sadece birinin göstergesidir. Eğer, yukarıdan verilen dengeye göre, turizm dengesi kendi bütünlüğü içerisinde böyle bir denge kurulabilirse, bir çok sürpriz olayı açıklayabilir.

Ödemeler dengesinde yer alan, görünmeyen kalemlerden biri olan turizm dengesi ile ilgilenirken, uluslararası ticaret çerçevesinde ve bir ÷lkenin ekonomik durumu üzerindeki etkisi açısından tüm turizm fenomeni ile karşılaştırılan mevcut istatistiklerin sınırlı verilerini daima dikkate almalıyız.

ULUSLARARASI TİCARETTE DengeLEYİCİ BİR FAKTÖR OLARAK TURİZM

Ödemeler dengesi çerçevesinde, turizmin uluslararası ticaret açısından bir denge ve uyarıcı faktör olarak yeri değiştirilemeyen bir fonksiyonu vardır.

Turizm aksi taktirde açık verebilen dış hesaplarını aktivite aracılığı ile dengeleyebilen ÷lkeler açısından, döviz bağlantısı olduğu için mükemmeldir. Aynı zamanda, aşırı fazlalıkları olan ve bu yüzden enflasyon ve etkileri ile uğraşmak zorunda kalan bu ÷lkelerin ödemeler dengesini sağlamaya da yardım eder Bu açıdan bakıldığında, uluslararası ekonominin temel gereksinmelerinden biri olan, iki ÷lke arasında daha iyi bir ticari denge için turizmin katkısına yeni bir boyut getirilebilir.

Diğer bir değişle, bu konu, bir kaç petrol üreten ÷lke hariç, Üçüncü Dünya ÷lkeleri ve endüstrileşmiş ÷lkeler arasındaki mevcut dengesizlik açısından ele alınmalıdır.

Turizm, yeni bir eşitlik sağlayıcı fonksiyon olarak, aynı ÷lkenin çeşitli coğrafik bölgeleri arasında dengeleyici bir faktör olarak

üstlendiği bu görevi, aynı şekilde, uluslararası ekonomik dengesizlikte de otomatik düzenleyici bir faktör olarak sürdürür.

Ekonomik bir aktivite olarak turizm, çok doğal oluşu ile, az gelişmiş ve endüstrileşmiş ekonomiler arasındaki ticari ilişkilerde geçiş köprüsü kurmaya yardım etmektedir. Bu geçiş köprüsünü kurmanın tek yolu, üçüncü dünyadan endüstrileşmiş dünyaya ihracatları arttırmaktır.

Üçüncü Dünya Ülkeleri, yeterli bir gelişme politikası benimseyerek, milli turizm endüstrisinin sesini duyurmak için eldeki tüm varlıkları kullanarak uluslararası turizmin çok büyük bir kısmını ele geçirebilirse, yüksek bir ithalat düzeyini-özellikle ara mallarda-korumaya da devam edebilirler. Bu ithalatlar, endüstrileşmiş ülkelerin ekonomileri için olduğu kadar, kendi ekonomileri için de gereklidir.

Turizm faaliyeti, ekonomik gelişmeleri tamamlanmış ülkelerin tecrübesi sonucunda, turizmin önemli bir döviz kaynağı durumunda olduğunu göstermektedir. Turizmin büyümesi, yurt dışı uzun dönem ödemelerinden dolayı, likiditedeki büyüme ile birlikte gerçekleşmiştir.

Turizm faaliyetinde teknik düzey, mamul üreten endüstrilerdekinden daha az önemlidir. Çünkü burada önemli olan insan gücüdür. En son teknik yeniliklerin uygun bir kombinasyonu verimliliği arttırmasına rağmen turizm için insan gücü son derece önemlidir.

Turizm sektöründe, Üçüncü Dünya Ülkeleri kendilerini endüstrileşmiş ülkelere ayıran teknoloji farkından etkilenmezler. Hatta, sosyo-ekonomik yapılarının endüstrileşmiş ülkelerinki ile karşılaştırıldığında, turizm üretiminde onlara avantaj sağladığını söyleyebiliriz. Ekonomik yönden zayıf olan ülkeler için turizmin doğal bir ticari denge sağlayıcı faktör olduğu bilinmektedir. Özellikle Türkiye açısından, ödemeler dengesini düzenlemede turizmden elde edilen gelir önem kazanmaktadır.

Bir ekonomi içinde turizm olayının geçerliliği hiçbir zaman ekonomik gelişme düzeyinden ayrı olarak düşünülmediği için; turizm faaliyetini aynı zamanda, uluslararası yönü ile de incelenmesi, turizmin ne oranda önemli olduğunun bir göstergesidir.

Türkiye için turizm, daima ülkenin doğal ve coğrafik yapısının ekonomik ve sosyal gelişiminde katlanmak zorunda olduğu önemli

ekonomik güçlükleri ile denge sağlamak için, doğa ve tarih tarafından sunulan bir fırsat olmuştur.

NAKİT YARATICISI OLARAK ULUSLARARASI TURİZM

Turizm, tüm ülkelerde ekonomi için bir nakit taşıyıcısı konumundadır. Bu durum ülkelerin gerekli araç ya da diğer malları ithal etmelerini sağlamış ve ulusal ekonomik gelişmeye önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Ayrıca turizm hem gelişmekte olan ülkeler için hem de gelişmiş ülkeler için dengeleyici bir rol üstlenmektedir.

Üçüncü dünya ülkelerinin ödemeler dengesi açıklarını azaltmak için uluslararası turizm önemli rol oynar. Turizm, Üçüncü dünya ülkeleri için oldukça önemli olan doğal bir ihracattır. Fakat dünya ticareti için bir uyarıcı olarak turizmin fonksiyonu artar.

Turizm endüstrileşmiş ülkenin ekonomisi için sadece dolaylı bir uyarıcı değildir. Çünkü, turizm, aynı zamanda yabancı turistlerin ziyaret ettiği ülkede nakit yaratır ve turistlerin kendi ülkesinden alışveriş yapmaları için turizm ülkesini (ziyaret edilen ülke) teşvik eder².

Diğer bir deyişle, başka bir ülkeden gelen turisti kabul eden ülke, doğal olarak aynı üretici ülkeden ithalatlarını arttırmak için bu gelirleri kullanmaya teşvik edilir. Milli ödemeler dengelerinde, turizm aracılığı ile likiditenin büyüdüğü açıkça görülebilir.

Turizm harcamasının, hem turist akışını izleyerek nakit akışı sağlayan turizm ülkesine yararlı olduğunu, hem de turizmin, belli bir dereceye kadar, aynı üretici turizm ülkelerinin ekonomilerine de yararlı olduğu asla unutulmamalıdır. Bu ülkeler, vatandaşlarının turist olarak gideceği ülkelere karşı yüksek bir ihracat düzeyi belirleyebilirler³.

² SESSA Alberto, Element of Tourism Economics, Roma 1983, s.69

³ Srtephen L.J. Smith, Tourism Analysis A Handbook, Third Edition, Newyork, 1993, s. 51.

ULUSLARARASI TURİZM VE KORUNMASI

Uluslararası ticarete daha iyi bir denge kurmanın temeli, dünya ticaretinin artan hacmidir. Bu artış, öncelikle, serbest ve dengeli bir uluslararası döviz sistemine, yani tüm ülkelerde daha fazla ihracat için hiçbir engel çıkartmayan bir sisteme dayanmalıdır.

Günümüzde bir çok ülkelerin liberalizasyon politikalarına ve büyük entegre ticari alanları olmasına rağmen, böyle bir sistem hala yoktur. Bu, Üçüncü dünya ve endüstrileşmiş ülkeler arasındaki ilişkilere ve de endüstrileşmiş ülkelerin kendileri arasındaki ilişkilere de uygulanır. İthalatlar, ağır vergilerle ve harcamalara ciddi bir engel olan dolaylı vergilerle zorlaştırılır. Niceliksel olarak dış alımları sınırlayan mallarda hala bir kota sistemi vardır.

Bu sınırlamalar karşısında turizmin durumunu incelendiğinde, tablonun sonucu değişebilir. Koruyucu sınırlamalarla turizm engellenemez. Uluslararası turizmin temel üretici ülkelerinden turistlerin çıkışında sınırlamalar yoktur. Turistlerin kendi ülkelerinden çıkışlarının, ödemeler dengesindeki mamul ithalatına eşit olabilecek düzeye gelebilir. Turistlerin çıkışında kota sistemleri ve yurt dışına seyahat edilen turistlerin sayısında sınırlama yoktur. Turizm ürünün ithalatçısı olan üretici ülke tarafından dolaysız vergiler ve ithalatta gümrük vergileri ile turizmi engellemek daha zordur. Bu sınırlamalar, vizeleri ya da pasaport sayıları için fazla nakit sınırlamalarını içerir ve bunlar mallar üzerinde benzer sınırlamalar kadar kabul görmezler. Uluslararası turizmin temel üretici ülkeleri (turizm ürünün ithalatçıları) sınırsız nakit tahsilatlarını ya da OECD kotalarını izleyen örnekleri kabul etmişlerdir. Ödemeler dengesi güçlüklerinin bir sonucu olarak, en önemli turist ihracatçılarından bazıları tarafından kabul edilen nakit tahsisi sınırlamaları kısa sürede azaltılmış ya da yürürlükten kaldırılmıştır.

Mamul ihracatı ile karşılaştırıldığında, turizmin diğer bir avantajı da “görünmeyen vergiler ” ile ilgisidir. Farklı gümrük komplikasyonları bir ülkenin ithalatını durdurmak isteyebileceği belirli özel malları etkiler. Diğer bir deyişle bunlar gizli olan önleyici sınırlamalardır. Fakat bu görünmeyen vergiler, turizm faaliyetine uygulanamaz, çünkü seyahat eden mallar değil, tüketicidir.

Turist gelişini kabul eden ülkede herhangi bir bürokratik formalite ile turistlerin girişini engelleyici hiçbir şey yoktur.

Genellikle, oldukça çok sayıda turist geldiği endüstriyel olarak gelişmiş bir ülkenin, vatandaşların yurt dışına seyahat etme imkanını kısıtlamak yerine bir ürüne ithalat vergisi ya da dolaylı vergi uygulamayı tercih ettiğini söyleyebiliriz.

Bu son sınırlama türü politik olarak öncekinden de az benimsenir. Bu nedenle, birkaç hükümet, sadece kısa acil dönemleri, için, bunu kullanmayı kabul eder.

Turizm buna benzer uygulamayı kabul etmemiştir. Yurt dışındaki birleşik devletler turistleri seyahatinde hiçbir kısıtlama almamıştır.

TURİZM ENDÜSTRİSİ İŞLETMELERİ VE ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ

Ekonomik tarih bize, gelişmekte olan bir endüstrinin daima bir dizi koruyucu sınırlamalar gerektirdiğini öğretmektedir.

Bu tür verginin ekonomik gerekliliği endüstrinin başlangıç aşamasında, yani aynı malı üreten uluslararası rakiplerine ayak uyduramayacağı sıradadır. Bu olay birçok endüstrileşmiş ülkelerin doğuşunda gözlenebilir..

Yeni bir endüstrinin başlangıç ve etkinlik safhaları arasında fark vardır. Her devletin, uzun dönemde uluslararası pazarda gerçek rekabet yapabilecek yeni endüstriler kurmak için fırsatı olabilir. Aynı zamanda, bu endüstriler, yurt dışından ithal edebileceklerinden daha az kaliteli ve daha pahalı, yüksek gümrük vergilerinden sınırlı, yerel malları üretmemelidirler. Turizm endüstrisi tüm bu özelliklere sahiptir. Turizm endüstrisinin işletme giderleri, ağır değildir.

Ara malların ihracatı, turizmin alt ve üst yapılarının oluşumu için, şüphesiz ki gerekli olacaktır. Fakat turizm olayı bir kez başlatıldığında, insan gücü ve yiyecek ürünleri, turizm tüketimini oluşturan tüm diğer hizmetlerle birlikte ithal edilmeden sağlanabilecektir.

Turizm endüstrisinin yedek parçaları, normal bir imalat endüstrisinin yedek parçaları ile aynı düzeye ulaşmaz. Örneğin, diğer

endüstrinin bir klimayı, bir asansörü ya da bir buzdolabını tekrar yerine koymaları gerekebilir. Düzenli bir şekilde etkinliğini sürdürmek için sürekli olarak makine parçalarını yerine koyması gereken bir endüstri ile karşılaştırıldığında, turizm endüstrisini tüm avantajları da dikkate alındığında, aralarında çok büyük bir fark vardır.

TURİZM – DOLAYLI İHRACAT

Turizm ihracatının temel özelliklerinden birisi, üretilen mal ve hizmetlerin turizm ülkesinin kendisinde kalmasına rağmen, ihracatta yer almasıdır. Mallar satın alınması için gemiye yüklenmez, fakat alıcı (ithalatçı) satın alımı gerçekleştirmek için seyahat eder.

Bu, ülke içinde meydana geldiği için kural dışı ve tamamıyla özel bir ihracat şeklidir. Bu nedenle buna dolaylı ihracat demekteyiz.

Perakende Fiyatlarla Satın Alma

İlk şart yabancı turistin kalışı sırasında satın alınan malların fiyatları ile ilgilidir. Bu mallar gıda maddeleri ya da ulaşım şeklinde olabilir.

İhracat mallarını genellikle oldukça düşük toptan fiyatları olduğu halde, turist bu malları perakende fiyatından satın alır.

Turizm ülkesi, turizm tüketiminden mal ihracatından elde ettiğinden daha yüksek bir kar elde eder; çünkü toplam perakende fiyatları arasındaki fark milli ekonomi içerisinde kalır⁴.

Satış Fiyatı

Çoğunlukla ihracat endüstrileri, ithal eden ülkenin milli pazarında rekabetçi bir ürün sunmak için, gümrük vergileri ya da ağır ulaşım masraflarının neden olduğu fiyat yüksekliğini düşürmek üzere

⁴ Peter Johnson - Barry Thomas, Perspectives on Tourism Policy, Mansell Publishing Limited London 1992, s. 92.

karsız ya da az kar getiren çok düşük fiyatlar koymak zorunda kalmaktadır⁵.

Bu durumda, ihracat endüstrisi, sadece kar elde etme amacından ziyade en yüksek üretim kapasitesini kullanmaya çalışır. Kendi üretimi sürecindeki gereksinimlerini satın almak üzere ihtiyacı olan güçlü nakit parayı kazanmak için böyle yapmaktadır.

Turizmde ulaşım maliyetleri, satılan ürünler ithal eden ülke (turist kaynağı olan ülke) tarafından alınan gümrük vergilerinden kaynaklanan fiyat yükselmelerine bağlı olamadığı halde, daima alıcıya yansıtılır. Bu nedenle her zaman olduğu gibi, endüstrinin kazancını yok etmek için fiyatların düşürülmesi gerekmez.

El Yapımı Ürünleri Satın Alımı

Bu tür turizm tüketimi, başka bir şekilde ihracatı zor olan bütün bir üretim stilini teşvik etmektedir.

El sanatları ürünleri satışı tipik bir örnektir. Bunlar, genellikle bir turistin satın aldığı “ süs eşyaları”dır ve bu tüketim türü işçilik faktörünü temel olduğu bir sektörü yaşatmaktadır.

Tarımsal ürünlerle birlikte, bu tip ürünün yabancı pazarlarda satışı zordur; fakat turistler bu ihracatı kendiliğinden sağlamaktadır.

İhracatlar İçin Devlet Kredisi

İhracat endüstrileri, çoğunlukla, milli hükümetin ihracatları teşvik etmek için endüstrilere sağlandığı güvenli kredileri alırlar. Ortaya çıkan bütçe yükü gerekli kapitalin devri açısından önemlidir.

Oysa ki dolaylı turizm ihracatı durumunda hükümetle ilgili kredi ayrıcalığının yapısal karşılığı yoktur.; çünkü yabancı turist, ziyaret eden ülkedeki turizm ürününü karşılayacak şekilde çok büyük miktarda harcamalar yapar.

⁵ A. Matthieson, G Wall, Tourism, Economic, Phisical and Social Impacts, Longman Ltd. Harlow, 1991, s. 89.

Vergi Yardımı

Bir hükümet için avantaj ihracat kredileri ile sınırlı değildir. Vergi alanını da kapsar. Gerçekten ihracata etkili bir şekilde yardımcı olabilmek için bir hükümet, normal olarak, ihraç endüstrisinin uluslar arası pazarda rekabet etmesini sağlamak için vergi ihracat primleri ya da indirimleri sağlanmalıdır.

Turistin yaptığı harcamalar milli hazineye kar getirir. Yabancı turistin satın aldığı ve tükettiği mal ve hizmetlerdeki dolaylı vergileri, yurt içi satıştan yeniden kazanacaktır.

Yabancı turistin tüketimini oluşturan harcama ve satın alımları çok olmasından dolayı indirim ve ihracat primleri uygulamak çok zordur.

Özel çekle ödeme yapan yabancı turist tarafından yapılan tüm satın alımlarda sabit bir indirim gibi sınırlamaları birkaç ülke kabul etmiştir.

Fakat bu ülkeler, sonradan oluşabilecek olası vergi kaçırma tehlikesinden dolayı, bu sınırlamaları kaldırmışlardır.

Turizm İmajı

Uluslararası pazardaki bir ülkenin turizm başarısı, tüm dünyadaki ürünlerinin başarısını mukayese edilmez bir parçasıdır.

Ülkenin turizm ürünün satmak için yaratması gereken turizm imajı gerçekten de yabancı tüketicie sunulan doğrudan reklamın tartışılmaz bir parçasıdır.

Bu tanıtın iki şekilde başarılıdır.

1-Dolaysız (Doğrudan) Tanımı

Bu ilk tanıtım şekli, bir ülkenin dünya pazarında yer alması için yurt dışında yapılan kampanyaların direkt ürünüdür.

Bu tanıtım, özellikle potansiyel yabancı turist tüketicilerinin gözü önünde ülkenin turizm imajının yaratılması ile oluşacaktır. Bu, ülkenin başarısının ilk basamağıdır.

Bu durumda ilgili giderlerin hepsi, az ya da çok, devlet tarafından yapıldığı için, devlet hazinesine çok pahalıya mal olmaktadır.

2. Dolaylı Tanıtım

Reklamın ikinci şekli dolaylı tanıtımdır. Bir turistin kaldığı sürede o ülke hakkında edindiği bilginin sonucudur. Bu durumda turist, ihraç edilebilir ürünleri kendisi görecektir ve onları kendi ülkesine döndüğünde tanıtacaktır.

İtalya ve İspanya'nın deneyimlerini düşünürsek, bu dolaylı reklamın değerini daha iyi anlayabiliriz.

Yabancı turistlerin İtalya'da kalışı sürecinde en hızlı edinilen bilgi, İtalyan otomobillerine çok yardımcı olmuştur; çünkü İtalyan otomobilleri yurt dışında çok az tanınmakta ve dolayısıyla da az ihraç edilmekteydi.

Aynı olay, turistlerin İspanya'da kalışları sırasında ki tüketimleri ile teşvik edilen İspanya portakallarının ihracatında da gerçekleşmiştir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

A. Matthieson, G Wall, **Tourism, Economic, Physical and Social Impacts**, Longman Ltd. Harlow, 1991, s. 89.

Dinçer, Mithat Zeki, **Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm**, Filiz Kitabevi İstanbul, 1993 s.59.

Peter Johanson - Barry Thomas, **Perspectives on Tourism Policy**, Mansell Publishing Limited London 1992, s. 92.

SESSA Alberto, **Element of Tourism Economics**, Roma 1983, s.69

Srtephen L.J. Smith, **Tourism Analysis A Handbook**, Third Edition, Newyork, 1993, s. 51.