

MARMARİS İLÇESİNDE OTEL İŞLETMECİLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA TURİZM-KALKINMA İLİŞKİSİ¹ TOURISM-DEVELOPMENT RELATIONSHIP IN MARMARIS DISTRICT FROM THE PERSPECTIVE OF HOTEL MANAGERS

Kadir Öztürk²

Dr. Öğr. Üyesi Aykut Sezgin³

ÖZET

Günümüzde internet, ulaşım gibi imkânların artmasıyla birlikte insanların birbirleriyle etkileşime geçmesi sayesinde küreselleşen dünyada en önemli aksiyonlardan biri turizm hareketleri olmuştur. Sadece ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri olmayıp ülke ilişkilerini dahi belirleyebilen bu sektörün önemi günden güne daha da artmaktadır.

Ülkemiz için de en önemli gelir kaynaklarından biri olarak görülen turizm sektörü kırılğan bir yapıya sahiptir. Hassas bir sektör olan turizm ülkeler arasında yaşanan siyasi problemler, terör olayları gibi sektör dışı sorunlardan etkilenebildiği gibi kalifiye eleman yetersizliği, turizm işletmeciliğinin yetersizliği, turizm bölgelerindeki yatırım eksikliği ve tanıtım - pazarlama yetersizliği gibi temel problemlerden olumsuz yönde etkilenmektedir.

Buradan hareketle bu çalışmada Marmaris bölgesinin turizm hareketlerinden nasıl etkilendiği ve bölge gelişimi için turizmin gerekliliği hakkında araştırmada bulunulmuştur. Bu kapsamda Marmaris'teki 3, 4 ve 5 yıldızlı konaklama tesislerinin yöneticilerine anket uygulanmış ve turizmin Marmaris gelişimine etkilerinin yanında Marmaris'te turizmin eksiklikleri ve yapılması gerekenler de belirtilmiştir.

Sonuç olarak elde edilen veriler ışığında Marmaris'in yüksek turizm potansiyelini efektif bir biçimde kullanabilmesi için bölgede altyapı-üstyapı çalışmalarına önem verilmesi, yerel yönetimlerin denetimleri artırarak çarpık kentleşmeyi önlemesi tanıtım faaliyetlerini geliştirmesi ve turizm sektöründe işletme sahiplerinin yanında çalıştırılan personele turizm konusunda eğitimler verilerek bilinçlendirilmesi gerektiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bölgesel kalkınma. Turizm, Marmaris Turizmi

JEL Kodları: Z32, L83, R11

ABSTRACT

One of the most important actions in our globalizing world has been tourism movements, thanks to the increase of opportunities and the interaction of people with each other. This sector, which has not only economic, social and cultural effects but also can determine country relations, is getting more and more important day by day.

The tourism sector, which is seen as one of the most important income sources for our country, has a fragile structure. Tourism is a sensitive sector, can be affected by non-sectoral problems such as political problems, terrorist incidents among countries as well as basic problems like inadequacy of qualifications, inadequacy of tourism business, lack of investment in tourism areas and inadequacy of publicity are adversely affected.

In our study, it has been investigating how Marmaris region is affected by tourism movements and need for tourism for regional development. In this context, a questionnaire was applied to the managers of accommodation facilities which have 3,4 and 5 star in Marmaris andbesides the effects of tourism on development of Marmaris, the tourism shortages in Marmaris and the necessary things to be done were mentioned.

¹Bu çalışma Dr.Öğr.Üyesi Aykut SEZGİN danışmanlığında Kadir ÖZTÜRK tarafından tamamlanan “Turizm Endüstrisinde Otel İşletmeciliği ve Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Marmaris İlçesi Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

² Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, İktisat ABD, E-posta: kadir.ozturk48@gmail.com

³ Dr. Öğretim Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisat Bölümü, E-posta: aykutsezgin@sdu.edu.tr

As a result, in order to use high tourism potential of Marmaris effectively, it was determined that infrastructure works should be given importance, distorted urbanization should be prevented by increasing local inspections of administrations, promotional activities should be developed and the staff employed by the business owners in the tourism sector should be educated about tourism.

KeyWords: Regional development, Tourism, Tourism in Marmaris

JEL Codes: Z32, L83, R11

1. GİRİŞ

Sanayi devrimi sonrası hız kazanan hammadde arayışı ve bunun sonucunda sömürüye dayalı bir düzenin kurulmasıyla, iş gücünün önemi artmış, yer altı ve yer üstü kaynakların zenginliği daha da önem kazanmıştır. Merkantilist anlayışın hâkim olduğu dünyada uluslar ekonomilerini daha da canlandırmak için savaşlara girişmişler, seri üretimin hızlanmasıyla dünya ulusları arasında bir rekabet başlamıştır. Sanayi ve ticaret alanında her ülkenin güçlü olmadığı ortamda, 5 Temmuz 1841’de Thomas Cook önderliğinde Dünya’da turizm hareketleri başlamıştır. Dini emirleri yerine getirmek, endüstriyel yaşamın getirdiği çalışma koşullarından ötürü deşarj olmak, farklı kültürleri tanımak, yeni yerler görmek, farklı coğrafi koşullara sahip yerleri deneyimlemek gibi pek çok farklı amaçla yapılan bu hareket, refah düzeyinin yükselmesiyle birlikte hız kazanmış ve birçok ulus için çıkış kapısı olmuştur. Gerek turizm destinasyonlarında bulunan ülkelere döviz girdisi gerek o destinasyondaki doğrudan istihdam artışına etki etmesi gibi avantajları içinde barındıran bu olgu, diğer sektörleri de dolaylı olarak pek çok yönden etkilemiştir. Bu süreç ülkelerin birbiriyle olan ilişkilerini dahi etkilemiş, turizm sektörünün getirisinden geri kalmak istemeyen ulusların kendi aralarında dostane ilişkiler geliştirmesine neden olmuştur.

Diğer taraftan dünya tarihinde kültürel, sosyal, ekonomik, etnik yapı gibi tanımlardan yola çıkılarak oluşturulan bölge kavramı 1929 buhranından sonra özellikle 1950’li yıllarda kalkınma kavramıyla yeni bir kalıba sokulmuş, ekonomik anlamda birbirini tamamlayıcı sınırlar çerçevesinde yeniden kendine bir yer edinmiştir. Birçok ülkenin yürürlüğe koyduğu kalkınma politikaları bölgelerin ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda gelişmesine öncülük etmekle beraber, ülke ekonomileri içerisinde de önemli bir yer edinmiştir.

Turizm-bölge ilişkisi incelendiğinde gerek yeni istihdam alanlarının oluşturulması gerek döviz girişinin yapılması gibi etkenler sayesinde kalkınma politikalarında özellikle 80’li yıllardan sonra turizmin ön plana çıkarılması ve geliştirilmesi gündeme getirilmiştir. Buna paralel olarak sanayi yetersizliği, yer altı kaynağı zenginliğinden yoksunluk gibi bölgelerin gelişmemesine yol açan faktörlerin etkisi azaltılmış, bölgenin turizm hareketlerine katılmasını teşvik edici politikalar güdülerek, bölgenin kendi doğal kaynaklarının kullanılmasıyla ekonomik açıdan canlanması sağlanmaya çalışılmıştır.

Çalışmada, yerel ve bölgesel kalkınma için turizmin ne denli gerekli olduğuna Marmaris örneği üzerinden vurgu yapılmaktadır. Yerel ve bölgesel kalkınma için turizmin gerekliliği konusuna açıklık getirilecek ve Marmaris bölgesinde anket çalışması yapılarak turizm potansiyelinin yerinde kullanımına ilişkin bölgenin avantaj ve dezavantajları gözler önüne serilecektir. Literatürde söz konusu Marmaris bölgesi turizmüne yönelik yapılan çalışma sayısı azdır. Çalışma hem otel yöneticileri üzerine aktüel durumu ortaya koyması, hem de sorunların akademik bakış açısı ile tespit edilmesi açısından önemlidir.

Çalışmada bu tanımlardan yola çıkılarak ikinci bölümde turizm ile bölgesel ve yerel kalkınma kavramları arasında ilişki kurulacaktır. Üçüncü bölümde Marmaris ilçesine dair tarih, kültür ve turizm potansiyelleri üzerinde durulacaktır. Dördüncü bölümde ise Marmaris ilçesindeki 3, 4 ve 5 yıldızlı konaklama tesislerine uygulanan anketlerin sonuçları değerlendirilecek ve bölgenin turizm uygulamalarındaki artı ve eksi yönler ortaya konacaktır. Bu bölümde otel yöneticilerinin negatif algıları, oluşturulan hipotezler eşliğinde ayrıca incelenecektir. Sonuç bölümünde ise Marmaris ilçesinin turizm potansiyelini kullanabilmesi için anket verileri ışığında yapılan analiz ve grafiklere bakılarak önerilerde bulunulacaktır.

Anket çalışmasında öncelikle ‘Konaklama tesisleri Marmaris turizmi hakkında ne düşünüyor?’ şeklindeki soru üzerinden değerlendirme yapılacaktır. Bu soru kapsamında çeşitli hipotezler üretilecek ve bu hipotezlerden elde edilen veriler ışığında negatif algılara yönelik cevaplar verilmeye çalışılacaktır. Genel olarak turizm ve bölge kavramları ile arasındaki bağıntılar incelendikten sonra 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerle yüz yüze görüşülerek işletme sahiplerinin bu konu hakkındaki görüş ve önerileri alınarak, üretilen hipotezler için önemli bir veri kaynağı oluşturulacak ardından SPSS programı sayesinde veriler incelenip, grafikler üzerinden yorumlamalarda bulunulacaktır. Marmaris’in ülkemizin önde gelen turizm merkezlerinden biri olması nedeniyle işletme sayısının azımsanamayacak sayıda olması, önemli bir veri tabanı oluşturmaktadır.

Diğer taraftan anket soruları çalışan personelin nitelikleri, müşterilerin işletme ve bölge hakkındaki olumlu ve olumsuz bakış açıları, bölge turizminin geliştirilmesine yönelik yapılması gereken çalışmalar, son yıllardaki turizmde meydana gelen gelişmeler gibi temalar üzerinde durulacak, böylelikle işletmelerin Marmaris turizmi hakkındaki düşünceleri değerlendirilecektir.

2. TURİZM İLE BÖLGESEL VE YEREL KALKINMA İLİŞKİSİ

Sanayi devrimiyle beraber seri üretimin önem kazanması ve bunun sonucunda çalışma saatlerinin artması insanları yeni arayışlara yöneltmiş, gelir düzeyinin de artmasıyla tatil ve dinlenme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. İlk olarak sanayinin geliştiği yerlerde turizm hareketleri görülmüş daha sonra insanlar kitle turizmi potansiyeli olan diğer bölgelere akın etmişlerdir. Kitle turizminin artması ekonomik sonuçlara da olumlu yansımış hizmet sektörünün de gelişmesine yol açmıştır. Hizmet sektörü ise vasıflı-vasıfsız her kesimden insanın istihdamında çok önemli rol oynamaktadır.

Geleneksel tarım ürünlerinden elde edilen ihracat gelirlerinin yetersiz kalması ve hedeflenen ekonomik büyümenin gerisinde kalınması turizm gelirlerinin artmasında etkili olmuştur. Turizm, yalnız döviz girdisi sağlamakla kalmayıp ayrıca istihdama olan etkisi, altyapının gelişmesi, milli geliri olumlu etkilemesi ve kamu gelirlerinin artması nedeniyle büyük öneme sahiptir. Ayrıca hizmet alt sektörlerini birleştiren bir yapıda olması ve ekonominin diğer alt sektörleriyle doğrudan ve dolaylı bağlantılarının olması önemini daha da artırmaktadır (İncekara, 2001: 27). Bu gibi etkilere sahip olmasından dolayı turizm, ülkelerin bölgesel ve yerel kalkınma planlarında da büyük pay sahibi olmaktadır.

2.1. Turizmin Kalkınmaya Kültürel Açıdan Etkisi

Bölgedeki doğal ve kültürel yapıların korunması turizmin devamlılığı için gerekli bir unsurken, bu yapıların geliştirilmesi ve korunması için de turizm önemli bir araçtır. 1972 Stockholm Konferansı ve 1980 Dünya Koruma Stratejisi gibi çalışmalarla 1970'lerden sonra literatüre giren doğal ve kültürel kaynakların korunması kavramı, turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmeyi ve kültürel, folklorik öğelerin zenginleştirilmesini amaçlamaktadır (Uslu ve Kiper, 2006: 306).

Kültür ve turizm birbiri ile ilişkili kavramlar olmakla beraber birbirinden beslenen olgulardır. Farklı kültürler görmek, tarihi ve doğal yapıları ziyaret etmek doğrultusunda seyahat eden insanlar gittikleri yerlere de kendi kültürlerini yansıtmaktadırlar. Turizmin kültür üzerindeki olumlu etkileri incelendiğinde aşağıdaki etkiler görülmektedir (Emekli, 2005: 99-107):

- Turizm ziyaretlerinden ötürü antik kentlerin ziyarete açılması,
- Geleneksel mimari özelliklerinin korunması ve turizme kazandırılması,
- Geleneksel yaşam tarzını yansıtan öğelerin turizmde kullanılması,
- Tarihe mal olmuş kişi ve kahramanların tanıtılması,
- Bölge kültürüne turizm sayesinde sahip çıkılması.

Turizm sayesinde destinasyonların reklamı yapılmakta ve insanlar değerlerine sahip çıkmaktadırlar. Unutulmaya yüz tutmuş kültürel faaliyet ve değerler, yeniden uğraş haline gelmekte ve unutulmasının önüne geçilmekte, kültür alışverişinde bulunan toplumların birbirini anlamaları kolaylaşmakta ve barış toplumu inşa edilmesi adına önemli adımlar atılabilmektedir.

2.2. Turizmin Kalkınmaya Sosyal Açıdan Etkisi

Turizm faaliyetleri sonucunda bölgede inanç ve aile yapısı, değer yargıları, sosyal ve siyasal yapılar üzerinde değişimler olmaktadır. Turizmin geliştiği bölgelerde de halk üzerinde sosyal etkinin arttığı görülmektedir. Ziyaret edilen bölge (destinasyon) halkı ile turistler arasındaki etkileşimin olumlu sosyal sonuçları aşağıdaki gibi olmaktadır (Avcıkurt, 2009: 51-52):

- Farklı kültürlerden insanların birbirlerini tanımaları ve anlamaları sonucu daha yüksek empati sahibi bireylerin yetişmesi ve dünya barışına katkı sağlaması,
- Turizm faaliyetlerinin geliştiği yerlerde yöre halkının turistlerle iletişime geçebilmek adına kendini geliştirmesi,
- Yöre halkının kendi değer ve kültürünü ön plana çıkarmak istemesi ve bu değerleri koruması,
- Hoşgörü sahibi bireylerin yetişmesine katkı sağlaması.

2.3. Turizmin Kalkınmaya Çevresel Açıdan Etkisi

Toplumsal açıdan turizm, ziyaretçiler ve destinasyon halkı olarak incelenmektedir. Bacasız fabrika olarak nitelendirilen turizm sektörü ülke veya bölge için planlaması iyi yapıldığında hızla gelişmeye açık bir sektördür. Bir ülkede ya da bölgede turizmin gelişmesi ve devamlılığının sağlanabilmesi için çevreye verilen önem de artmaktadır. Turizmin çevre üzerinde olumlu etkilerini ise şöyle sıralayabiliriz (Avcıkurt, 2003: 33):

- Doğal alanların korunması,
- Arkeolojik, tarihi mekânların ve mimari tarzın korunması,
- Çevre bilincinin ve kalitesinin artması,
- Altyapının iyileştirilmesi.

2.4. Turizmin Kalkınmaya Ekonomik Açıdan Etkisi

Bir bölgenin kalkınması denildiğinde akla ilk gelen olgu ekonomi olmaktadır. Çünkü ekonomik faktörün iyi olması neticesinde bölge çok yönlü gelişme gösterebilir. Her bölge farklı bir potansiyele sahiptir. Bazı bölgeler endüstrisi ile ön plana çıkarken, bazıları kültürel ve doğal güzellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Endüstriyel olarak gelişmemiş ve bu merkezlerin dışında kalmış bölgelerde yapılacak iyi bir planlama sonucunda turizm sayesinde kalkınmaları ve ekonomilerini düzeltmeleri mümkündür (Bahar, 2000: 17; Zengin ve Şengel, 2014: 161).

Turizmin ekonomik olarak bölge kalkınması açısından olumlu etkileri ise şöyle sıralanmaktadır (Bahar, 2006: 138-140; Önder ve Durgun, 2008: 366):

- Bölgeye yabancı sermaye girişi,
- İstihdama olan etkisi,
- Bölge halkının sahip olduğu kültürü hizmete çevirmesi neticesinde kendilerine yeni iş alanları ve ekonomik faaliyetler oluşturması.

2.5. Turizmin Kalkınmaya İstihdam Açısından Etkisi

İstihdam terimi emek ve onun üretime katkısı demektir (Erdoğan, 1996: 227). Amacı ülkelerini endüstri toplumuna çevirmek olan gelişmekte olan ülkelerde endüstrinin gelişmesi istihdamda büyük artışlar sağlayamamakta ve işsizlik sorununa tam olarak çare olamamaktadır (İlkin ve Dinçer, 1991: 37). Turizmin ekonomik getirisinin yanı sıra getirdiği en önemli olumlu sonuçlardan biri de istihdama olan etkisidir. Bu nedenle kendisi ve bu sektörle ilişkili diğer sektörlerle de istihdamı artırıcı etki yaptığından dolayı sadece bölge açısından değil ülke açısından da istihdamı olumlu etkilemektedir (Coltman, 1989: 226-227). Turizmin istihdam üzerindeki etkileri ise şöyle sıralanmaktadır (Kozak vd., 2009: 82):

- Turizm sektörünün içinde faaliyet gösteren işletmelerin kendi bünyelerinde çalışan sayılarını direk artırmaları sonucu oluşan doğrudan istihdam ile bölge kalkınmasına yardımcı olması,
- Turizmin direkt içerisinde yer almayan fakat ulaşım, eğlence, alışveriş merkezleri gibi yerlerde istihdamın artması sonucu oluşan dolaylı istihdamın bölge kalkınmasını etkilemesi,
- Bölge halkının elde ettikleri geliri yeniden harcamaları sonucunda market gibi iş imkânlarının artmasıyla elde edilen uyarılmış istihdamın bölge kalkınmasına etkisi.

2.6. Turizm Odaklı Bölgesel Gelişme Araçları

Bir bölgenin tarihi, kültürel ve doğal güzelliklere sahip olması turizm yönünden kalkınması için yeterli olmamakta, devreye pazarlama ve reklam da girmektedir. Nispeten gelişmemiş bölgelerde bu tanıtların yapılmasının yanı sıra gerekli tesis ve düzenlemeleri içeren projelerinde hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu projeleri kapsayan bölgesel gelişme araçları, kültürel nitelik bakımından aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (DPT, 2005: 21):

- Konferans/Sergi/Fuar Merkezleri; sergi, fuar gibi kültürel etkinliklerin gerçekleştirildiği bu yerler bulunduğu bölgeye ekonomik olarak getiri sağladığı gibi bölgenin dinamizmini de olumlu yönde etkilemektedir.
- Rekreasyon Parkları; bilimsel, kültürel, eğitim ve eğlence gibi pek çok amacı içinde barındıran bu parklar, yörenin kendi karakteristiğini yansıtmakta ve ziyaretçilerin o yörenin kültürünü tanınmasında etkili rol oynamaktadır.
- Alternatif Turizm; bölgenin kendine ait doğal ve tarihi kaynakların farklı eylem ve prosedürlerle özel turizm ürünlerine dönüştürülmesidir.
- Bölgesel Doğa Parkları; bölgelerin turizm faaliyetlerini zenginleştirmekte ve bulunduğu yöreyi çekici kılmaktadır.
- Kültür Merkezleri; bölgenin sahip olduğu kültürel değerlerin kullanılmasıdır. Müzeler örnek olarak verilebilir.

3. MARMARİS İLÇESİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ VE TURİZM POTANSİYELİ

Marmaris, turizm potansiyelinin yüksek olduğu Ege bölgesinin güneybatı kıyı kesiminde bulunmaktadır. Türkiye'nin önde gelen yatçılık merkezlerinden biri olan Marmaris, etrafının da çam ormanlarıyla çevrelenmiş olmasından dolayı halk arasında 'Yeşil Marmaris' olarak adlandırılmaktadır. Yüksek turizm potansiyelinden ötürü modern tesislere sahiptir. Bünyesinde pek çok kıyı ve körfez barındırmaktadır. Kültürel turizmde de birçok yapıya sahip olmakla birlikte çevresinde bulunan turizm merkezlerine yakınlığıyla da avantajlı konumda bulunmaktadır. Günübürlük tekne turları, Rodos adasına düzenli sefer imkânları, gece hayatı, alışveriş imkânları, düzenli dolmuş ve otobüs seferleri ile geniş ulaşım imkânları, mücevher, deri, kilim, halı gibi hediyelik eşyaların bulunabildiği turistik bir bölge olan Marmaris'te tarihsel turizm de ön plana çıkmaktadır. Başta Karia Uygarlığı gibi pek çok uygarlığa ev sahipliği yapmakla birlikte Marmaris Kalesi, antik şehirler ve kalıntıları görmek mümkündür. Ayrıca elverişli iklimi ve bitki örtüsü ile Türkiye'nin önde gelen turizm merkezlerinden biridir.

Marmaris şehrinin konumlandığı yöre ilkçağlarda Physkos (Fiskos) olarak anılmıştır. Eski adı Physkos olan bu liman şehri Karia dilinde 'Doğa kenti' anlamına gelmektedir. Karyalıların Marmaris'i Fiskos diğeri bir deyişle doğa kenti olarak adlandırmasına gerekçe olarak bu şehrin doğanın bütün unsur ve güzelliklerini bünyesinde bulundurması gösterilmektedir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

Marmaris'in günümüzde konumlandığı tepede ilk yerleşikleri olan Türkmen'ler tarafından, Bizans döneminde, mermer-şehri adıyla kurulduğu bilinmektedir. Yaptığı uluslararası mermer ticareti yoluyla altın çağını Menteşeoğulları döneminde yaşayan bu liman kenti o dönemde 'Mermeris' adıyla anılmıştır. Şehrin doğal felaketler, yağma ve talan yolu ile yok olan Fiskos'un rolünü Rodos'un fethine kadar sürdürdüğü bilinmektedir (SeturMarinas, 2017). Bugün, Anadolu'nun güneybatısında Muğla'nın güneyinde bir liman kenti olan Marmaris Muğla iline bağlı turistik bir ilçedir. Marmaris'in güney kısmında Akdeniz, batı tarafında Reşadiye Yarımadası ve Kerme Körfezi kuzeyinde Ula, doğu tarafında ise Balan Dağı, Günlük Tepeleri ve Karadağ bulunmaktadır (Kara, 2016: 585). Marmaris'in yüzölçümü 963,73 km² alan olup bu alanın %80'ini ormanlar, %5'ini tarım arazileri kaplamaktadır. Bunun yanında kıyı uzunluğu 451.72 km'dir. Öte yandan Marmaris ilçesi bağlı olduğu Muğla iline 52 km, Dalaman Havaalanı'na 90 km, Adnan Menderes Havaalanı'na da 280 km uzaklıktadır. Bunun yanında düzenlenen günübürlük seferlerle Yunanistan'ın Rodos Adası'na da ulaşım sağlanmaktadır(Marmaris Kaymakamlığı, 2018).

Muğla ilinin Marmaris ilçesi turistik arz kaynakları bakımından zengin bir potansiyele sahiptir. Bu zenginliğin önemli bölümüne Marmaris Ticaret Odası'nın stratejik planında yer verilmiştir. Marmaris Ticaret Odası'na göre Marmaris'in sahip olduğu turistik arz kaynakları doğal güzellikler, orman, deniz, iklim, Yunan adalarına yakınlık, ticari olanaklar, kıyıları boyunca deniz toplu taşımacılığının olması, ilçenin turizm çeşitlendirmesine uygunluğu, tarıma dayalı turizmde gelişme alanlarının olması, coğrafi konum olarak Ege ve Akdeniz'in kesiştiği yerde bulunması, yat turizmi açısından Türkiye'nin önemli destinasyonlarından biri olması, bölgenin kara - deniz - hava ulaşımına elverişli olması, temiz enerji kaynaklarının varlığı, yat imalatı ve ihracatının yapıyor olması, eğlence sektörünün gelişmiş olması, İçmeler mevkiindeki Ilıca suyu işletmesi gibi yeni projelerin üretilerek turizme katkı yapılması, yelken sporu ve mavi tur yatçılık sektörünün geliştiriliyor olması bunun yanında da Kale bölgesinin cazibe merkezi haline getirilmesi Marmaris'in sahip olduğu belli başlı arz kaynakları olarak sıralanabilmektedir (MTO, 2014:21).

Türkiye'nin önde gelen turizm bölgelerinden biri olan Marmaris'te 2006-2017 yılları arasında ziyaretçi sayısı ve turizm gelirleri Tablo 1'te gösterilmiştir.

Tablo 1. Marmaris'in 2006–2017 Yılları Arasındaki Turizm Gelirleri

Yıllar	Turizm Geliri (1000\$)	Ziyaretçi Sayısı
2006	18.593.951	23.148.669
2007	20.942.500	27.214.988
2008	25.415.067	30.979.979
2009	25.064.482	32.006.149
2010	24.930.997	33.027.943
2011	28.115.692	36.151.328
2012	29.007.003	36.463.921
2013	32.310.424	39.226.226
2014	34.305.904	41.415.070
2015	31.464.777	41.617.530
2016	22.107.440	31.365.330
2017	26.283.656	38.620.346

Kaynak: TÜİK, 2018.

Kitle turizminin hâkim olduğu günümüzde turizm faaliyetleri giderek artmakta ve buna paralel olarak turizm gelirleri de artmaktadır. Artan turizm potansiyeline karşın Marmaris bu potansiyeli taşıyabilecek konaklama olanaklarına sahiptir (Bostan vd., 2013: 713).

Veriler incelendiğinde yüksek turizm potansiyeline sahip olan Marmaris, uluslararası anlamda Türkiye’de turizm hareketinin en yoğun olduğu bölgelerden biri olmaktadır. En fazla yaz aylarında turist çeken bölgeye ziyaretçiler kara ve hava yolu ile gelmeyi tercih etmektedirler. Bölgeyi tercih eden ziyaretçiler ise en çok İngiltere sonra Hollanda, Rusya, Almanya, Fransa şeklinde sıralanmaktadır (Bostan vd., 2013: 714).

Ziyaretçilerin bu bölgeye gelmesinde 5 önemli faktör göze çarpmaktadır. Bunlar yaş, gelir seviyesi, eğitim seviyesi, destinasyon fiyatları ve kültürel yapısıdır. Bu nedenle daha yüksek yaşam standartlarına sahip AB ülkelerinin Marmaris’i tercih ettikleri gözlemlenmiştir (Uzun ve Avcı, 2007: 109).

Marmaris’te 3, 4 ve 5 yıldızlı otellere bakıldığında 69 tanesi Turizm Bakanlığı işletme belgeli, 3 tanesi tatil köyü olmak üzere toplamda 72 tane otel olduğu görülmektedir. Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre araştırılan kategorideki otellerin toplam oda sayısı 12206, yatak sayısı ise 25233 olarak kayıtlara geçirilmiştir. İşletme belgeli otellerin yanı sıra yatırım belgeli oteller de görülmektedir. Bu otellerin de 3 - 4 ve 5 yıldızlı olanları toplamda 16 tanedir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistikleri, 2017)

4. MARMARİS İLÇESİNDE YAPILAN ALAN ARAŞTIRMASI

Bu bölümde Marmaris ilçesinde otel yöneticilerine uygulanan anket ve analiz sonuçları hakkında bilgi verilmektedir. Öncelikle araştırmanın yöntemi ve otellerin genel profilleri hakkında tanımlayıcı istatistiklere yer verilecektir. Ardından elde edilen sonuçlara göre oluşturulan hipotezler çapraz tablolar analizi ile ayrı ayrı test edilecektir.

4.1. Araştırmanın Yöntemi ve Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmanın kapsamını Marmaris’te bulunan 3,4 ve 5 yıldızlı oteller oluşturmaktadır. Araştırmada örnekleme Muğla İl Kültür Turizm Müdürlüğü verilerinden ulaşılmıştır. 2018 yılı verileriyle Muğla İl Kültür Turizm Müdürlüğü verilerine göre ilçede 3, 4 ve 5 yıldızlı 88 otelin bulunduğu belirlenmiştir. İlçede bu statüde bulunan 88 otelin 55’i ile görüşülmüştür. Anket çalışması yapılırken Marmaris’te bulunan otel yöneticileri ve yetkilileri ile yüz yüze görüşülmüştür. 33 sorudan oluşan anketin ilk bölümünde işletmenin genel yapısına yönelik sorular sorulurken ikinci bölümde Marmaris turizmüne yönelik otel işletmeleri algısını belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Bazı sorularda birden fazla cevap işaretlenebilirken bazı sorular evet-hayır gibi iki şıktan oluşmaktadır (Durgun, 2006: 150-156). Marmaris’e uygulanan anketin değerlendirmesinde SPSS-24 programı kullanılmıştır ve sonuçlar tanımlayıcı istatistikler ve çapraz tablolar ağırlıklı olarak incelenmiştir.

Uygulanan anket sonuçlarına bakıldığında son 5 yıl içinde kurulan otel yüzdesinin %23.3, 6–10 yıl aralığında %21.5, 11–15 yıl aralığında %9, 16–20 yıl aralığında %21.5 ve 21 yıl ve üzerinde ise %39.5 olduğu saptanmıştır. Uygulanan anket verilerine göre otellerin ortalama kuruluş tarihi 2003 olarak belirlenmiştir.

Anket sonucunda Marmaris'te faaliyet gösteren otellerin 43 tanesinin sezonluk olduğu, sadece 11 otelin tüm yıl hizmet verdiği ortaya çıkmaktadır. Bu durum da Marmaris'te deniz-kum-güneş turizminin egemen olduğunu kanıtlamaktadır. Son 5 yıl içinde kurulan tesislerde konaklayan turist sayısı ele alındığında sadece %20 oranında konaklayan yabancı turist sayısında artış eğilimi görülmektedir.

Otellerin çalıştırdığı personel sayısına bakıldığında 11-20 arası personel çalıştıran otel sayısı 7, 21-30 arası personel çalıştıran otel sayısı 14, 30 ve üstünde personel çalıştıran otel sayısı da 34 olarak belirlenmiştir. Bunun yanında dikkat çeken husus ise Marmaris'te anket uygulanan 55 otelden hiçbirisi 0-10 arası personel çalıştırmamaktadır.

Turistlerle doğrudan iletişimde olan resepsiyonistlerin eğitim seviyeleri incelendiğinde %49'unun lise mezunu ve %45'inin üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Otellerde çalışan diğer personelin eğitim durumlarına genel olarak bakıldığında sırasıyla kat görevlilerinin %49,45 ilkökul ve %36,64 ortaokul mezunu olduğu, mutfak görevlilerinin %23,45 ilkökul, %17,73 ortaokul, %46,64 lise, %10,36 üniversite mezunu olduğu, servis elemanlarının %50,45 gibi büyük çoğunluğunun lise mezunu, %26,82'sinin üniversite mezunu olduğu, diğer birimlerde çalışan personelin ise yine %47,27 gibi büyük çoğunluğunun lise mezunu iken %32,36'sının üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında otellerde daha çok lise mezunu personel çalıştırıldığı göze çarpmaktadır. Özellikle mutfak, servis ve resepsiyonda istihdam edilenlerin büyük çoğunluğunun lise mezunu olması bu alanlarda personel seçiminde turizm meslek lisesi mezunu olanların öncelikli olduğunu gösterebilir. Aynı zamanda servis elemanı ve resepsiyonda istihdam edilen personellerden üniversite okuyanların da sayısı dikkat çekicidir. Yüz yüze yapılan görüşmelere göre bu pozisyonlarda çoğunluğu Marmaris ve çevresi olmak üzere diğer illerden tatil dönemlerinde çalışmaya gelen üniversite öğrencilerinin çalıştığı söylenebilir. Bu kitlenin Haziran - Temmuz - Ağustos gibi yüksek sezonda çalışıp Marmaris'te turizmin düşüşe geçtiği Eylül ayında işlerinden ayrılarak yaz tatillerinde ekonomik kazanç sağladıkları görülmektedir.

İlkökul ve ortaokul mezunu olarak çalışanların genel olarak kat görevlisi olması ve bu alanlarda pek fazla kalifiye işgücüne ihtiyaç duyulmaması ile Marmaris ve çevresinde yaşayan birçok işsiz kadının mevsimlik olarak bu alanlarda istihdam edilmesine olanak sağlanmaktadır.

Otellerde çalışan personelin yabancı dil durumu incelendiğinde, 55 otelin hepsinde İngilizce konuşan personel bulunurken bu otellerin 33'ünde Almanca, 38'inde Rusça ve 19'unda da diğer herhangi bir dili bilen personel bulunmaktadır. Otellerde İngilizce konuşan personel sayısı minimum 3 kişi iken maksimum 250 kişidir. Ortalama olarak İngilizce konuşan personel sayısı 55 otelde 32,82 kişidir. Otellerde Almanca konuşan personel sayısı minimum 0 kişi iken maksimum 15 kişi olarak görülmektedir. Ortalama olarak Almanca konuşan kişi sayısı otel başına 2,24 kişidir. Rusça konuşan personel sayısına bakıldığında minimum 0 kişi iken maksimum 50 kişi olarak görülmektedir. Ortalama olarak bakıldığında ise otel başına 3,51 kişi düşmektedir. Diğer dilleri konuşan personel sayısı minimum 0 iken maksimum 30 kişidir ve otel başına ortalama 1,82 kişi düşmektedir (bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Yabancı Dil Bilen Personel Sayısı

	Minimum	Maksimum	Ortalama
İngilizce Bilen Personel Sayısı	3	250	32,82
Almanca Bilen Personel Sayısı	0	15	2,24
Rusça Bilen Personel Sayısı	0	50	3,51
Diğer Dilleri Bilen Personel Sayısı	0	30	1,82

Otellerde çalışan personelin yıl boyu istihdam durumu ele alındığında 55 otelden hiçbirisi tüm personelini yıl boyu çalıştırmamaktadır. Tablo 3'ten de anlaşılacağı üzere resepsiyon pozisyonunda 21 otel, temizlikçi pozisyonunda 18 otel, rehber pozisyonunda 3 otel, idari pozisyonunda 54 otel, servis pozisyonunda 13 otel, mutfak pozisyonunda 18 otel, teknik servis pozisyonunda 4 otel ve diğer pozisyonunda ise 24 otel personelini yıl boyu çalıştırmaktadır.

Tablo 3. Otelerde Yıl Boyu İstihdam Edilen Departmanların Otel Bazında Sayısı

	Çalıştıran Otel	Çalıştırmayan Otel
Resepsiyon	21	34
Temizlikçi	18	37
Rehber	3	52
İdari	54	1
Servis	13	42
Mutfak	18	37
Teknik Servis	47	8
Diğer	24	31

Tesislere gelen turistlere yönelik tutundurma ve tanıtım faaliyetlerine bakıldığında 54 otelde tutundurma ve tanıtım faaliyeti yapılırken sadece 1 otelde bu faaliyetlerin yapılmaması dikkat çekicidir.

Tutundurma ve tanıtım faaliyetlerinde kullanılan araçlara bakıldığında işletmecilerin %65,5'i promosyon ürünlerini kullanırken %34,5'i bu seçeneği kullanmamaktadır. İnternet ve medya araçlarının kullanımına bakıldığında otellerin %96,4'ünün yani 53 otelin bu aracı kullandığı dikkat çekmektedir. Reklam ve halkla ilişkiler aracını da yine otellerin %65,5'i kullanırken %34,5'i bu aracı kullanmamaktadır.

Otellere gelen turistlerin ortalama konaklama süresi incelendiğinde genellikle 1 hafta konaklama yapıldığı görülmektedir. Bir ve üç gece konaklamalar ise çok nadir görülmektedir. Bu durum Marmaris'e gelen turistlerin paket turlarla 1 hafta veya 10 günlüğüne geldiğini göstermektedir. Aynı zamanda Marmaris'te anket uygulanan otellerin hepsi tatil sistemi uygulamaktadır. Bu hususta dikkati çeken, anket uygulanan otellerden sadece 2 tanesinde her şey dâhil sisteminin uygulanmamasıdır.

Tesislerde konaklayan turistlerin Marmaris'e geliş amaçları incelendiğinde, çoklu seçim yapabilecekleri bu alanda, öncelikle turistlerin %100'ünün eğlence-dinlenme amacı ile geldiği görülmektedir. Bunun yanı sıra %15 gibi çok az bir kesimin eğlence dinlenmeye ek olarak iş için geldiğini, %7'sinin kültür, %4'ünün sağlık ve %2'sinin spor amaçlı geldiği görülmektedir. Böyle bir sonucun çıkmasına kuşkusuz Marmaris'in uzun plajları ile deniz-kum-güneş turizmüne olanak sağlaması ve bölgede eğlence sektörünün gelişmiş olması neden olmaktadır.

Otellerin seyahat acentesi ile çalışma durumu analiz edildiğinde ise anket uygulanan tesislerin hepsinin hem yerli hem de yabancı birçok seyahat acentesi ile çalıştığı görülmektedir. Oteller işbirliği içinde oldukları seyahat acentelerinin başlıcalarını; Tui, Corendon, Thomas Cook, Anex, Intourist, JollyTour, Lemar, Jet2holidays, Anı Tur olarak sıralamışlardır.

4.2. Otel İşletmelerinin Marmaris Turizmine ve Yerel Kalkınmaya Yönelik Algıları

Anketin ikinci bölümünde otel yöneticilerinin Marmaris turizmine ve yerel kalkınmaya yönelik tespitlerini incelemek amacıyla sorular sorulmuştur. Yöneticilerden alınan bilgilere göre, Marmaris'te turistlerin beklenti ve memnuniyet durumlarını öğrenmeye yönelik, 52 otel kendi anket çalışmaları ve araştırmalarını yaparken sadece 3 otel bu konuyla ilgili herhangi bir girişimde bulunmadığını beyan etmiştir. Yöneticilerin topladığı bilgilere göre Marmaris'e gelen turistlerin memnuniyetsizlikleri %41,8 kalifiye eleman yetersizliğinden, %29,1 eğlence ünitelerinin yetersizliğinden, %9,1 çevre düzensizliğinden, %5,5 ulaşım zorluklarından, %12,7 konaklama tesislerinin yetersizliğinden ve %58,2 diğer konulardan kaynaklanmaktadır. Çıkan sonuçlara bakıldığında turistlerin en fazla kalifiye eleman yetersizliğinden rahatsız oldukları ortaya çıkmaktadır.

Turizmin ekonomiye katkısı otel yöneticilerine uygulanan ankette beş ayrı alanda incelenirken bunlar; istihdam, döviz girişi, tanıtım, dolaylı istihdam ve dolaylı üretim artışını kapsamaktadır. Otel yöneticilerinin çoklu işaretleme yapabilecekleri bu soruda yöneticilere göre turizmin ülke ekonomisine en çok katkı yaptığı alanın %98,2 ile döviz girişi olduğu görülmektedir. Yine otel yöneticilerinin çoğu turizmin %87,3 ile tanıtıma, %94,5 ile istihdama, %74,5 ile dolaylı istihdama ve %70,9 ile de dolaylı üretim artışına etki ettiğini savunmaktadırlar. Marmaris'te turistlerin en çok hangi alanlara harcama yaptığı incelendiğinde, %74,5 ile konaklama en çok harcama yapılan alan olarak dikkat çekmektedir. Turizmin Marmaris'in gelişimine katkısı anket uygulanan tüm otel yöneticileri tarafından olumlu değerlendirilmiştir. Yöneticilerin çoğu turizmin Marmaris'in tanıtımı ve reklamında, ilçedeki istihdam ve gelir artışında etkisi olduğunu savunmaktadırlar. Yine Marmaris'teki otel yöneticilerinin büyük

çoğunluğu ilçede turizmin gerekli tanıtım ve yatırımların yapılmamasından dolayı yeterli seviyede gelişmediğini belirtmektedirler. Çevre illerin Marmaris turizmine etkisi incelendiğinde otel yöneticilerinin büyük kısmının bu konuda olumsuz görüş bildirdiği görülmektedir.

Anket uygulanan otel yöneticilerinin görüşlerine göre Marmaris'te geliştirilebilecek alternatif turizm türleri Tablo 4'te gösterilmiştir. Tabloya göre Marmaris'te %74,5 oranla gençlik ve spor turizminin geliştirilebileceği gösterilirken %3,6 gibi çok küçük oranla inanç turizminin geliştirilebileceği görülmektedir.

Tablo 4. Marmaris'te Geliştirilebilecek Alternatif Turizm Türleri

Alternatif Turizm Türleri	Evet	Hayır
İnanç Turizmi	%3,6	%96,4
Yayla Turizmi	%7,3	%92,7
Gençlik ve Spor Turizmi	%74,5	%25,5
Su Sporları	%61,8	%38,2
Eko Turizm	%49,1	%50,9
Mesire Yerleri	%20	%80
Yamaç Paraşütü	%16,4	%83,6
Diğer	%25,5	%74,5

Otel yöneticileri Marmaris'in kalkınmasında en önemli gelir kaynağını %100 turizm olarak göstermektedirler. Bunun yanında tarım - hayvancılığın önemi %1,8 gibi çok düşük gösterilirken yöneticilerin sanayi sektörü ve diğer sektörlerin ilçe ekonomisine katkısının olmadığını belirtmişlerdir. Böyle bir sonucun çıkmasında Marmaris'te sanayi anlamında herhangi bir kurumsal firmanın olmaması etkilidir. Turizmin Marmaris'in kalkınmasındaki fayda ölçeğine bakıldığında otel yöneticilerinin %71,4'ü faydalı olarak gösterirken %26,8'i yatırım yapılırsa daha da faydalı olacağını savunmaktadır.

Öte yandan yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmaları incelendiğinde, 47 otel (%85,45) Marmaris'teki yerel yönetimlerin çalışmalarının yetersiz olduğunu belirtirken 8 otel (%14,55) turizm konusunda yerel yönetimlerin çalışmalarının yeterli olduğunu belirtmiştir. Yerel yönetimlerin yetersizliğini savunan 47 otel genel olarak tanıtım ve reklamın yeterli düzeyde yapılmaması, denetimde eksikliklerin olması diğer bir deyişle ruhsatsız mekânların olması, kaçak işçi çalıştırılması, altyapı ve üstyapı çalışmalarının eksikliği, şehir planlamasındaki eksikliklerdeki yetersizliği belirtmişlerdir.

Marmaris'te turizmin zayıf yönleri incelendiğinde en önemlileri %72,7 ile tanıtım ve pazarlamanın yetersizliği, %69,1 ile yetişmiş insan kaynağının yetersizliği, %67,3 ile konaklama ve yeme - içme tesislerinin yetersizliği ve kalite düşüklüğü, %60 ile turizm işletmeciliğinin yetersiz olması, %38,2 ile destek ve teşviklerin yokluğunun yanı sıra %32,7 ile tesislerdeki düşük doluluk oranı olarak göze çarpmaktadır. Marmaris turizminin diğer zayıf yönlerini ise %18,2 ile yol standartlarının düşüklüğü ve tur organizasyonlarının yetersizliği, %12,7 ile tarihi eserlerin yeterince muhafaza edilmemesi ve son olarak %7,3 ile turistik ürün arzının yetersiz olması olarak sıralamak mümkündür (bkz. Tablo 5).

Tablo 5. Marmaris Turizminin Zayıf Yönleri

Zayıf Yönler	Evet	Hayır
Turizm İşletmeciliğinin Yetersizliği	%60	%40
Yetişmiş İnsan Kaynağının Yetersizliği	%69,1	%30,9
Tesislerdeki Düşük Doluluk Oranı	%32,7	%67,3
Turistik Ürün Arzının Yetersizliği	%7,3	%92,7
Tanıtım ve Pazarlamanın Yetersizliği	%72,7	%27,3
Tarihi Eserlerin Yeterince Muhafaza Edilememesi	%12,7	%87,3
Yol Standartlarının Düşüklüğü ve Tur Organizasyonlarının Yetersizliği	%18,2	%81,8
Destek ve Teşviklerin Yokluğu	%38,2	%61,8
Konaklama ve Yeme İçme Tesislerinin Yetersizliği	%67,3	%32,7

Marmaris turizminin en güçlü yanı çok özel bir coğrafi konuma sahip olmasıdır. Marmaris güney ege kıyısında konumlanan bir sahil kenti olması nedeni ve uzun plajları bünyesinde barındırmasıyla yılın 6 ayı turizm faaliyetlerinin yapılmasına olanak sağlamaktadır. Anket uygulanan otel yöneticilerine göre de %98,2 ile coğrafi konum avantajı Marmaris'in en güçlü yönü olarak belirlenmiştir. Marmaris turizminin diğer güçlü taraflarını ise

önem sırasına göre şu şekilde sıralamak mümkündür; zengin tarihi dokusu ve yüksek kültür varlığı, ana pazara yakınlığı, endemik bitki örtüsüne sahip olması, diğer turizm avantajları, kaplıcalara yakınlığı, yolların kesişme noktasında yer alması ve şehirde üniversitenin varlığı (bkz. Tablo 6).

Tablo 6. Marmaris Turizminin Güçlü Yönleri

Güçlü Yönleri	Evet	Hayır
Coğrafi Konum	%98,2	%1,8
Zengin Tarihi Dokusu Ve Yüksek Kültür Varlığı	%34,5	%65,5
Üniversitenin Varlığı	%5,5	%94,5
Yolların Kesişme Noktasında Olması	%12,7	%87,3
Endemik Bitki Örtüsüne Sahip Olması	%23,6	%76,4
Kaplıcalara Yakın Olması	%12,7	%87,3
Ana Pazara Yakın Olması	%25,5	%74,5
Diğer	%20	%80

Marmaris turizminin sahip olduğu fırsatları analiz edildiğinde en önemli fırsatın %90,9 oranla Ege Bölgesi'nin çekiciliği olduğu belirtilmiştir. Ege bölgesinin sahip olduğu iklim, doğal güzellikler ve bölgede ulaşım sorununun olmaması bu sonucun ortaya çıkmasında etkin rol oynamaktadır. Diğer turizm fırsatlarını ise anket uygulanan otel yöneticilerinin verdiği cevaplar sonucu çıkan önem derecelerine göre şu şekilde sıralamak mümkündür; alternatif turizm türleri için şehrin potansiyel yüksekliği, diğer turizm fırsatları, zengin tarih ve kültürel varlıklar fırsatı ve son olarak ilçede bulunan MYO'da turizm bölümünün olması şeklindedir (bkz Tablo 7).

Tablo 7. Turizm Fırsatları

Fırsatlar	Evet	Hayır
Alternatif Turizm Türleri İçin Potansiyel Yükseklik	%58,2	%41,8
Zengin Tarihi ve Kültürel Varlıklar Fırsatı	%18,2	%81,8
MYO' da Turizm Bölümünün Olması	%14,5	%85,5
Ege Bölgesinin Çekiciliği	%90,9	%9,1
Diğer	%20	%80

Marmaris turizmini tehdit eden unsurlar analiz edildiğinde, ilçedeki plansız yapılaşmanın %78,2 gibi büyük bir oranla şehri tehdit ettiği görülmektedir. Aynı zamanda %69,1 oranla çevre sorunlarının ortadan kaldırılmaması, %61,8 oranla altyapı eksikliği ve tesislerin yetersizliği Marmaris'i tehdit eden en önemli sorunlardır. Bu temel sorunlara ek olarak çevre illerdeki turizm imkânlarının yüksek olması, tarihi yapıların yeteri kadar korunmaması ve diğer faktörler Marmaris'i tehdit eden unsurlar olarak sıralanabilmektedir (bkz. Tablo 8).

Tablo 8. Tehdit Unsurları

Tehditler	Evet	Hayır
Tarihi Yapıların Yeteri Kadar Korunmaması	%23,6	%76,4
İlçedeki Plansız Yapılaşma	%78,2	%21,8
Çevre İllerdeki Turizm İmkânlarının Yüksek Olması	%23,6	%76,4
Çevre Sorunlarını Ortadan Kaldırılmaması	%69,1	%30,9
Altyapı Eksikliği ve Tesis Yetersizliği	%61,8	%38,2
Diğer Faktörler	%9,1	%90,9

4.3. Marmaris Turizmine Yönelik Negatif Algıların Kaynakları Üzerine Analizler

Çalışmada otel yöneticilerinin beyanlarına ve anket sonuçlarına göre Marmaris turizmine yönelik elde edilen negatif algıların kaynakları üzerine 7 hipotez oluşturulmuştur. Hipotezler çapraz tablolar aracılığıyla test edilmiştir. Oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

Hipotez 1: Bölgede turizmin gelişmesi için yerel yönetimlerden ziyade turizm sektörüne gönül vermiş özel teşebbüs ön plana çıkmaktadır.

Hipotez 2: Marmaris turizmindeki kalifiye eleman yetersizliği sektördeki turizm işletmeciliğinin yetersizliğinden kaynaklanmaktadır.

Hipotez 3: Marmaris turizmindeki kalifiye eleman yetersizliği Marmaris'te yetişmiş insan kaynağının yetersizliğinden kaynaklanmaktadır.

Hipotez 4: Marmaris’te turistlerin bölgeye has olarak üretilen hediyelik eşyalara harcama yapmasında bölgedeki zengin tarihi ve kültürel varlıkların etkisi yoktur.

Hipotez 5: Marmaris turizminde tanıtım ve pazarlamanın yetersizliğinden dolayı son 5 yılda otellerde konaklayan turist sayısında artış eğilimi yoktur.

Hipotez 6: Marmaris turizmindeki plansız yapılaşma, ilçedeki yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yetersizliğinden kaynaklanmaktadır.

Hipotez 7: Marmaris turizmini çevre sorunlarının ortadan kaldırılmaması durumunun tehdit etmesi yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yetersizliğinden kaynaklanmaktadır.

Marmaris’teki tesislerin turistleri ağırlama konusundaki yeterliliği ve yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmaları birbiriyle kıyaslandığında, tesis yeterliliği konusunda 19 otelin yetersiz cevabına karşın 36 otelin yeterli cevabıyla göze çarpmaktadır (bkz. Tablo 9). Yüzdeliğe vurulduğunda ise %65 yeterli cevabı verilmiştir. Yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarına bakıldığında ise otellerin 47’si yetersiz cevabı vermesine karşın 8 otel yeterli cevabı vermiştir. Yüzdelerle gösterildiğinde %85 oranla yerel yönetimlerin çalışmaları yetersiz görülmektedir. Bu bilgilerden yola çıkarak bölgede turizmin gelişmesinde yerel yönetimlerin desteğinden ziyade özel teşebbüslerin girişimleri ön plana çıkmaktadır denilebilir.

Tablo 9. Hipotez 1 Analizi

Marmaris’teki Tesislerin Turistleri Ağırlama Konusundaki Yeterliliği * Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmaları Çapraz Analiz Tablosu		Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmaları		
		Yetersiz	Yeterli	Toplam
Marmaris’teki Tesislerin Turistleri Ağırlama Konusundaki Yeterliliği	Yetersiz Sayı	18	1	19
	Yetersiz Yüzdeler	%94.7	%5.3	%100
	Yeterli Sayı	29	7	36
	Yetersiz Yüzdeler	%80.6	%19.4	%100
	Toplam Sayı	47	8	55
	Toplam Yüzdeler	%85.5	%14.5	%100

Marmaris turizmindeki kalifiye eleman yetersizliği ile ilçedeki turizm işletmeciliğinin yetersizliği kıyaslandığında otel yöneticilerinin %42’si kalifiye eleman yetersizliğinden kaynaklanan şikâyetlerin olduğunu belirtirken %60’ı turizm işletmeciliğinin yetersiz olduğunu savunmaktadır (bkz. Tablo 10). Bu oranlara istinaden sektördeki kalifiye eleman yetersizliğinin sebeplerinden birinin turizm işletmeciliğinin yetersiz olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 10. Hipotez 2 Analizi

Şikâyetlerin Kalifiye Eleman Yetersizliği Üzerine Olması * Marmaris’in Turizmdeki Zayıf Yönünün Turizm İşletmeciliğinin Yetersiz Olması Çapraz Analiz Tablosu		Marmaris’in Turizmdeki Zayıf Yönünün Turizm İşletmeciliğinin Yetersiz Olması		
		Hayır	Evet	Toplam
Şikâyetlerin Kalifiye Eleman Yetersizliği Üzerine Olması	Hayır Sayı	16	16	32
	Hayır Yüzdeler	%50	%50	%100
	Evet Sayı	6	17	23
	Evet Yüzdeler	%26,1	%73,9	%100
	Toplam Sayı	22	33	55
	Toplam Yüzdeler	%40	%60	%100

Marmaris turizminde kalifiye eleman yetersizliği ile ilçenin zayıf yönü olarak belirtilen yetişmiş insan kaynağı yetersizliği kıyaslandığında anket uygulanan otel yöneticilerinin %42’si müşterilerinden kalifiye eleman yetersizliği üzerine şikâyetler aldıklarını belirtmektedir (bkz. Tablo 11). Otel yöneticilerinin %69,1’i Marmaris’in turizmdeki zayıf yönünün yetişmiş insan kaynağının yetersiz olduğunu savunmaktadır. Bu oranlara istinaden

Marmaris'in zayıf yönü olan yetişmiş insan kaynağı yetersizliğinin turistlerin kalifiye eleman yetersizliği konusundaki şikâyetlerinin ana sebebi olduğu söylenebilir.

Tablo 11. Hipotez 3 Analizi

Şikâyetlerin Kalifiye Eleman Yetersizliği Üzerine Olması * Marmaris'in Turizmdeki Zayıf Yönünün Yetişmiş İnsan Kaynağının Yetersiz Olması Çapraz Analiz Tablosu	Marmaris'in Turizmdeki Zayıf Yönünün Yetişmiş İnsan Kaynağının Yetersiz Olması			
	Hayır	Evet	Toplam	
Şikâyetlerin Kalifiye Eleman Yetersizliği Üzerine Olması	Hayır Sayı	12	20	32
	Hayır Yüzdeleri	%37,5	%62,5	%100
	Evet Sayı	5	18	23
	Evet Yüzdeleri	%21,7	%78,3	%100
	Toplam Sayı	17	38	55
	Toplam Yüzdeleri	%30,9	%69,1	%100

Marmaris turizmde turistlerin harcama yaptığı alanlardan hediyelik eşya ile ilçenin tarihi ve kültürel varlıkları fırsatı kıyaslandığında otel yöneticilerinin %40'ı turistlerin hediyelik eşya üzerine harcama yaptığını belirtirken Marmaris'in zengin tarihi ve kültürel varlıkları fırsatı olduğunu belirten otel yönetici sayısı yalnızca %18,2 olarak göze çarpmaktadır (bkz. Tablo 12). Bu bilgilerden yola çıkılarak Marmaris'in sahip olduğu zengin tarihi ve kültürel varlıkları fırsatının turistlerin hediyelik eşya satın alma talebine etkisi olmadığı söylenebilir.

Tablo 12. Hipotez 4 Analizi

Turistlerin En Çok Hediyelik Eşya Üzerine Harcama Yaptığı * Marmaris'in Zengin Tarihi ve Kültürel Varlıkları Fırsatı Çapraz Analiz Tablosu	Marmaris'in Zengin Tarihi ve Kültürel Varlıkları Fırsatı			
	Yoktur	Vardır	Toplam	
Turistlerin En Çok Hediyelik Eşya Üzerine Harcama Yaptığı	Hayır Sayı	31	2	33
	Hayır Yüzdeleri	%93,9	%6,1	%100
	Evet Sayı	14	8	22
	Evet Yüzdeleri	%63,6	%36,4	%100
	Toplam Sayı	45	10	55
	Toplam Yüzdeleri	%81,8	%18,2	%100

Marmaris turizmde tanıtım ve pazarlama durumu ile son 5 yılda ilçede konaklayan turist sayısındaki artış eğilimi kıyaslandığında otel yöneticilerinin %72,7'sinin tanıtım ve pazarlamanın yetersizliğini savunduğu görülürken %80'i de son 5 yılda otellerde konaklayan turist sayısında artış eğilimi olmadığını belirtmiştir (bkz. Tablo 13). Bu bilgilerden yola çıkılarak Marmaris turizmdeki tanıtım ve pazarlama yetersizliğinden dolayı tesislerde konaklayan turist sayısında artış eğiliminin olmadığını söylemek mümkündür.

Tablo 13. Hipotez 5 Analizi

Yabancı Turist Sayısında Artış Eğilimi Durumu * Marmaris'in Turizmdeki Zayıf Yönünün Tanıtım ve Pazarlamanın Yetersiz Olduğu Çapraz Analiz Tablosu	Marmaris'in Turizmdeki Zayıf Yönünün Tanıtım ve Pazarlamanın Yetersiz Olduğu			
	Hayır	Evet	Toplam	
Yabancı Turist Sayısında Artış Eğilimi Durumu	Artış Yok Sayı	11	33	44
	Artış Yok Yüzde	%25	%75	%100
	Artış Var Sayı	4	7	11
	Artış Var Yüzdeleri	%36,4	%63,6	%100
	Toplam Sayı	15	40	55
	Toplam Yüzdeleri	%27,3	%72,7	%100

Marmaris turizmde ilçedeki plansız yapılaşma durumu ve yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarını kıyaslandığında otel yöneticilerinin verdiği cevaplara göre Marmaris turizmini plansız yapılaşmanın tehdit etmesi %78,2 gibi yüksek bir orana karşılık gelirken yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yetersizliği de yapılan analizde %85 olarak belirlenmiştir (bkz. Tablo 14). Elde edilen bu bilgilerden hareketle Marmaris

turizmdeki plansız yapılaşma ilçedeki yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yetersizliğinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 14. Hipotez 6 Analizi

Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmaları * Marmaris Turizmini Plansız Yapılaşmanın Tehdit Etmesi Çapraz Analiz Tablosu		Marmaris Turizmini Plansız Yapılaşmanın Tehdit Etmesi		
		Hayır	Evet	Toplam
Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmaları	Yetersiz Sayı	9	38	47
	Yetersiz Yüzdeler	% 19,1	% 80,9	% 100
	Yeterli Sayı	3	5	8
	Yeterli Yüzdeler	% 37,5	% 62,5	% 100
	Toplam Sayı	12	43	55
	Toplam Yüzdeler	% 21,8	% 78,2	% 100

Marmaris'te çevre sorunlarının ortadan kaldırılmaması sorunu ile yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yetersizliği kıyaslandığında otel yöneticilerinin verdiği cevaplara göre çevre sorunlarının ortadan kaldırılmaması durumunun %69,1 oranla ilçeyi tehdit ettiği görülürken yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yetersizliği de %85 olarak belirlenmiştir (bkz. Tablo 15). Belirlenen bu oranlara istinaden çevre sorunlarının giderilmemesi yüzünden turizmi tehdit etmesi yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yetersizliğinden kaynaklanmaktadır denilebilir.

Tablo 15. Hipotez 7 Analizi

Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmaları * Marmaris Turizmini Çevre Sorunlarının Ortadan Kaldırılmaması Durumunun Tehdit Etmesi Çapraz Analiz Tablosu		Marmaris Turizmini Çevre Sorunlarının Ortadan Kaldırılmaması Durumunun Tehdit Etmesi		
		Hayır	Evet	Toplam
Yerel Yönetimlerin Turizm Konusundaki Çalışmaları	Yetersiz Sayı	13	34	47
	Yetersiz Yüzdeler	% 27,7	% 72,3	% 100
	Yeterli Sayı	4	4	8
	Yeterli Yüzdeler	% 50	% 50	% 100
	Toplam Sayı	17	38	55
	Toplam Yüzdeler	% 30,9	% 69,1	% 100

5. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Bölgeler arasındaki farklılıklar temelde coğrafi faktörler, ekonomik faktörler, sosyal ve kültürel farklılıklardan oluşmaktadır. Bölgelerin sahip olduğu yer altı kaynakları, yer üstü zenginlikleri, iklimi, yer şekilleri, ulaşım imkânları gibi coğrafi faktörler bölgesel kalkınmada ana etkidir. Çünkü bölgelere yapılan yatırımları bu faktörler etkilemektedir. Bir bölge yer altı kaynakları bakımından zenginse oraya madencilik ile ilgili yatırımlar yapılırken, deniz kıyısında bulunup sıcak iklimi de sahip olduğu takdirde turizm odaklı yatırımlar yapılacaktır. Yatırımların belli alanlara yapılması bölgesel dengesizliği doğurmaktadır. Bunun yanında bir bölgeye yapılan yatırımların karşılığının alınmaması yine bölgesel farklılıklara yol açacaktır. Bu çerçevede bölgesel dengesizliklerin giderilmesi için bölgesel kalkınma politikaları geliştirilmiştir.

Ülkemizde de bölgeler arası dengesizlikler zaman zaman geliştirilen politikalarla giderilmek istenmiş ve bölgelerin gelişimsel süreçleri arasındaki fark en aza indirgenmeye çalışılmıştır. Planlı dönem öncesi ve sonrası diye ayrılan süreçte kalkınma planları bu politikaların temelini oluşturmuştur.

Kalkınma planları ve diğer uygulamaların yetersiz kaldığı noktada ise bölgelerin kendi iç dinamikleri devreye girmiş, sanayi ve tarım bölgeleri kendi potansiyellerini kullanarak gelişimini sürdürmüştür. Fakat bu potansiyellere sahip olmayan bölgelerde ise bacasız fabrika olarak adlandırılan turizmin önemi daha da artmıştır. Turizm diğer sektörlerle iç içe olması ve doğrudan ya da dolaylı pek çok alanı etkilemesiyle ülke ve bölgeler için vazgeçilmez bir sektör olmuştur.

Kitle hareketlerinin hız kazanması ve ulaşım imkânlarının artmasıyla turizm hareketleri önemli ölçüde artmış, ülkelerin ekonomik bakımdan kayda değer getirisiyle pastada önemli bir paya sahip olan turizm sektörü kendine has politikalar üretilmesini zorunlu kılmıştır.

Gerekli fizibilite çalışmaları yapıldığında uygulanan politikaların verimi artırdığı gözlemlenmekle beraber bölgenin turizm potansiyelini uygun biçimde değerlendiremeyen projelerin de bölgeyi geriye götürmesi muhtemeldir.

Ülkemiz için yerel ve bölgesel kalkınmada kayda değer bir öneme sahip olan turizm sektörü gelişme gösterdiği bölgeleri sosyal, kültürel, çevresel, ekonomik alanlarda ve istihdam alanında etkilemektedir. Bölgenin kültürünü pazarlaması, bölgede çevre bilincinin oluşması ve gerek ekonomi gerek sosyal açıdan pek çok avantajı kapsayan turizm sektörü, halkın başkalarıyla etkileşimde olması ve kendilerine ürünlerini satmak için birçok fırsat sunması gibi aksiyonlar doğru zamanda ve doğru yerde uygulandığında turizmin bölgeyi kalkındırmaması için hiçbir neden görülmemektedir. Ülkemizde artmakta olan turizm hareketlerinden dolayı çeşitli bölgelerde turizm tesislerinin artırılması hedeflenmekte ve turizm potansiyelinin en efektif biçimde değerlendirilmesi öngörülmektedir.

Çalışmamızın konusu olan Marmaris bölgesinin ise bulunduğu coğrafi konum, iklimi, doğal güzellikleri, eğlence merkezleri, yat limanı gibi pek çok avantajı bünyesinde bulundurması sayesinde değerlendirilmesi gereken potansiyellerin belirli plan ve program dâhilinde uygulamaya konulduğu takdirde bölgenin kalkınmasında en önemli etken olan turizmin daha da gelişerek ülke kalkınmasına da yaptığı pozitif etkinin artırılabilceği kaçınılmaz bir sonuçtur.

Bu kapsamda Marmaris turizminin sorunlarının ortaya konulması açısından 7 tane hipotez üretilmiş olup ilçedeki 3, 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticilerine anket uygulanmıştır. Bu bağlamda incelenen birinci hipotezde bölgede turizmin gelişmesi için yerel yönetimlerden ziyade turizm sektöründe faaliyet gösteren özel teşebbüsün öne çıktığı saptanmıştır. Marmaris'in sahip olduğu yüksek turizm potansiyelinden dolayı bölgede sadece özel müteşebbisin yatırımlar yapması bölgedeki gelişimin sınırlı kalmasına neden olacaktır. Dolayısıyla yerel yönetimlerin de özel müteşebbisler ile ortak çalışmalar yapıp bölgede turizmin daha hızlı gelişmesine ve büyümesine olanak sağlanmalıdır.

İkinci hipotezde ise Marmaris turizminde kalifiye eleman yetersizliğinin nedenlerinden birinin sektördeki turizm işletmeciliğinin yetersiz olmasından kaynaklandığı saptanmıştır. Marmaris'te turizm işletmeciliğinin yetersiz olması sektörde istihdam edilen personel seçimine de yansımaktadır. Diğer bir deyişle sektörde istihdam edilen personel seçiminde titiz davranılmamasını ve turizm konusunda kalifiye olmayan personelin sektörde istidam edilmesine yol açmaktadır.

Üçüncü hipotezde, Marmaris turizmindeki kalifiye eleman yetersizliğinin Marmaris'te yetişmiş insan kaynağının yetersizliğinden kaynaklandığı savunulmuştur. Uygulanan ankettten elde edilen gerekli verilerin analiz edilmesiyle bu durumun da doğruluğu kanıtlanmıştır. Marmaris'in zayıf yönü olan yetişmiş insan kaynağı yetersizliğinin turizm sektöründe kalifiye eleman yetersizliğine neden olduğu açık bir gerçektir. Mevsimlik turizm faaliyetinin egemen olduğu bölgede kalifiye eleman yetersizliği sorununun ortadan kaldırılması için turizm sezonunun bitmesiyle gerekli eğitim altyapısının oluşturulup sektör personelinin turizm konusunda kendini geliştirebileceği zorunlu eğitimler verilmesiyle bu sorunun belli ölçüde çözüme ulaştırılabileceği mümkündür.

Dördüncü hipotezde, Marmaris bölgesinde turistlerin hediyelik eşya üzerine harcama yapmasında bölgedeki zengin tarihi ve kültürel varlıkların etkisinin olmadığı görüşünün doğruluğu kanıtlanmıştır. Otel yöneticilerinin görüşlerine göre bölgenin kendine has zengin tarihi ve kültürel yapıya sahip olmaması turistlerin hediyelik eşya üzerine harcamalarının sadece Marmaris yazılı buzdolabı süsleri ve kale bölgesi manzaralı duvar süslerinden öteye gitmemesine neden olmaktadır.

Beşinci hipotezde ise Marmaris turizminde tanıtım ve pazarlamanın yetersiz olmasından dolayı son 5 yıl içinde tesislerde konaklayan turist sayısında artış olmadığı savunulmuş ve yapılan analiz kapsamında bu durumun doğruluğu kanıtlanmıştır. Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri bölgenin uluslararası alanda tanınmasında ve turistik ürünlerin pazarlanmasında büyük önem taşımasının yanında her açıdan bölgenin gelişimini etkilemektedir. Marmaris'in gelişimi için yerel yönetimlerin uluslararası fuarlara katılarak bölgenin tanıtım ve pazarlamasını en etkili bir biçimde yapmaları gerekmektedir. Bunun yanında bölgeye gelen turistlerin de arzuladığı tatil imkânlarının sağlanması ve sorunsuz bir tatil fırsatı sunulması bir diğer tanıtım aracıdır.

Altıncı hipotezde, Marmaris turizmindeki plansız yapılaşmanın ilçedeki yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yetersizliğinden kaynaklandığı görüşünün doğruluğu kanıtlanmıştır. Bu bağlamda yerel

yönetimlerin yetersiz denetimleri sonucu yapılan izinsiz yapılar şehrin turistik cazibesini yok etmekte ve şehri bir beton yığını haline dönüştürmektedir. Bunun yanında Marmaris'te Bodrumdaki gibi şehrin kendine has yapı tipinin olmaması da bir dezavantajdır.

Son hipotezde ise Marmaris turizmini çevre sorunlarının ortadan kaldırılmaması durumunun tehdit etmesi yerel yönetimlerin turizm konusundaki çalışmalarının yetersizliğinden kaynaklandığı savunulmuş ve yapılan analizler neticesinde hipotezin doğruluğu desteklenmiştir. Yaşanılan alanı kapsayan çevrenin düzenli ve temiz olması o bölgede yaşayanları sağlık, kültürel, yatırım olarak birçok yönden gelişimini etkilenmektedir. Bölgede çevre sorunları ortaya çıktığında orada yaşayanların mutluluk seviyesi dâhil birçok faktör olumsuz etkilenmektedir. Turizm bölgelerinin çekiciliğini koruyabilmesi adına çevre sorunlarına daha fazla dikkat etmeleri gerekmektedir. Marmaris'te de yerel yönetimlerin bu konuda üstüne düşen görevi büyük bir titizlikle yapmaları gerekmektedir.

Marmaris'te 3, 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticilerine uygulanan anket sonucunda yöneticilerin verdikleri cevaplar neticesinde turizmin bölgede temel geçim kaynağı olduğu ortaya çıkarılmıştır. Aynı zamanda otel yöneticileri turizm aracılığıyla bölgeye döviz girişi sağlandığını, istihdam olanakları yaratıldığını, dolaylı üretim artışının sağlandığını, ülke tanıtımının yapıldığını belirtmişlerdir. Bu da Marmaris için, turizmin bölgesel ve yerel kalkınmada vazgeçilmez bir kalem olduğunu göstermektedir. 1990 ve 2000 yıllarının başında Marmaris'te zirveye çıkan turizm hareketleri uygulanan yanlış politikalar ve davranışlar yüzünden son 15 yılda düşüşe geçmiş ve Marmaris turizmde bir marka olma fırsatını kaçırmıştır. Anket uygulanan otel yöneticilerinin büyük çoğunluğu Marmaris'in 1990 ve 2000'li yıllardaki turistik cazibesini kaybettiğini belirtmişlerdir. Bu duruma neden olan en büyük sebeplerin ise çarpık kentleşme sonucu şehrin beton yığını haline getirilmesi, bilinçsiz personelin sektörde istihdam edilmesi, Marmaris'teki esnafın turistleri sömürmeye yönelik davranışları, şehrin tanıtımı ve pazarlamasının yapılmaması, yerel yönetimlerin denetimlerinin yetersizliği, altyapı ve üstyapı sorunlarının giderilmemesi olarak saptanmıştır.

Sonuç olarak Marmaris bölgesinin sahip olduğu yüksek turizm potansiyeli tanıtım – pazarlama gibi gerekli politikaların uygulanması, şehir düzenlemesi – denetlemesiyle çarpık kentleşmenin önüne geçilmesi, gerekli turistik yatırımların yapılması ve turizm sektöründe çalışan işveren ve işçilerin yanında ilçedeki esnafın da turizm konusunda bilinçlendirilmesi ile Marmaris'in turizm sektöründe kalitesini arttırabileceği ve hizmet ettiği turist profiline olumlu yönde değişebileceği saptanmıştır. Marmaris turizmi için belirlenen bu faaliyetlerin yerine getirilebilmesi için ise hem yerel yönetimlerin hem de turizm sektöründe istihdam edilen personelin yanında işverenlerin de üstlerine düşeni yapmaları gerekmektedir.

6. KAYNAKÇA

- Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi: Tursis - Yerel Halk Etkileşimi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C. (2009). Turizm Sosyolojisi: Genel ve Yapısal Yaklaşım, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O., (2000), Turizm Talebini Etkileyen Faktörler ve Bu Faktörlerin Güney Ege Turizmi Açısından İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Muğla.
- Bahar, O. (2006). Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: VAR analizi yaklaşımı. Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(2), 137-150.
- Bostan, A., Türk, Z., ve Kurnaz, H. A., (2013), "Ülke Kalkınmasında Marmaris Turizm Sektörünün Önemi ve Rus Turistlerin Marmaris'i Tercih Etme Nedenleri", International Conference on Eurasian Economies Bildiri Kitabı, St. Petersburg, Rusya.
- Coltman, M. M. (1989). Introduction To Travel And Tourism: An International Approach. New York: Wiley.
- DPT. (2005). Bölgesel Gelişimde Temel Araçlar ve Koordinasyon Özel İhtisas Komisyonu Nihai Raporu - 1. Taslak. Ankara.
- Durgun, A. (2006). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü : Isparta Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Isparta.

- Emekli, G., (2005), Avrupa Birliğinde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm, Ege Coğrafya Dergisi, 99-107.
- Erdoğan, H. (1996). Ekonomik, Sosyal, Kültürel, Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm, Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınevi.
- İlkin, A., ve Dinçer, Z. (1991). Ekonomik ve Sosyal Sorunlar - Çözüm Önerileri Dizisi 2: Turizm (Türk Ekonomisindeki Yeri Ve Önemi), Ankara: TOBB Yayınları.
- İncekara, A. (2001). Anadolu’da Yeni Turizm Olanakları ve Bölgesel Kalkınmadaki Yeri, İstanbul: İTO Yayınları.
- Kara, E., (2016), “Sürdürülebilir Turizm Potansiyelinin Belirlenmesinde Swot Analizi: Marmaris Örneği”, Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 585.
- Kozak, N., Akoğlan, M., ve Kozak, M. (2009). Genel Turizm İlkeler – Kavramlar, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Marmaris Kaymakamlığı. (2017). <http://www.marmaris.gov.tr/kaymakamligimizin-tarihcesi>, (Erişim tarihi: 1 Ağustos 2017).
- MTO. (2014). Marmaris Ticaret Odası Stratejik Planı 2014-2017.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistikleri. (2018). <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-73710/turizm-istatistikleri.html>, (Erişim tarihi: 15 Ocak 2018).
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2017). <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR.157653/tarih.html>, (Erişim tarihi: 1 Ağustos 2017).
- Önder, K., ve Durgun, A. (2008). Effects of tourism sector on the employment in Turkey: An econometric application, ICME 2008, 365-373.
- SeturMarinas. (2017). <http://www.seturmarinas.com/tr/marinalar/marmaris-marina/tarihce-ve-cografya>, (Erişim tarihi: 1 Ağustos 2017).
- TÜİK. (2018). <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, (Erişim tarihi: 15 Ocak 2018).
- Uslu, A. ve Kiper T., (2006), “Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı”, Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi , 306.
- Uzun, E., ve Avcı, Y., (2007)., “Yabancı Turistlerin Marmaris’i Tercihine Etki Eden Faktörlerin Araştırılması”, Mevzuat Dergisi, 109.
- Zengin, B., ve Şengel, Ü., (2014, Nisan), “İstanbul Kapalı Çarşı Esnafının Turizm Algısı Üzerine Bir Araştırma”, 13. Geleneksel Turizm Paneli, İstanbul.