

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TURİZMİN YEREL EKONOMİYE ETKİSİNİN
KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÖZELİNDE ANALİZİ:
MANAVGAT ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Gizem KÜÇÜKSARI**

Anabilim Dalı : Şehir ve Bölge Planlama

Programı : Bölge Planlama

OCAK 2011

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TURİZMİN YEREL EKONOMİYE ETKİSİNİN
KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÖZELİNDE ANALİZİ:
MANAVGAT ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Gizem KÜÇÜKSARI**

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 20 Aralık 2010

Tezin Savunulduğu Tarih : 26 Ocak 2011

**Tez Danışmanı : Doç. Dr. Ferhan GEZİCİ (İTÜ)
Diğer Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Betül ŞENGİZER (YTÜ)
Yrd. Doç. Dr. Ebru KERİMOĞLU (İTÜ)**

OCAK 2011

ÖNSÖZ

Turizm kavramının birçok boyutla ele alındığı ve yine birçok akademik çalışmaya konu olduğu bilinmektedir. Bu tez kapsamında, yerel kalkınma çerçevesinde turizmin ekonomik etkileri farklı bir açıdan ele alınmıştır. Konaklama işletmeleri ve tedarik uygulamaları üzerine yoğunlaşılın alan araştırmasıyla sonuçlanan bu çalışmadan, konu ile ilgili yapılacak olan çalışmalara yardımcı olması ve turizm sektöründe tedarik ile ilgili yeni yaklaşımların oluşturulmasına uç vermesi beklenmektedir.

İlk olarak; çalışmalarım boyunca benden bilgileri ve görüşlerinin yanısıra güler yüzünü, hoşgörüsünü ve sabrını hiç eksik etmeyen değerli hocam Sayın Doç.Dr. Ferhan GEZİCİ'ye teşekkürlerimi sunuyorum.

Manavgat'taki çalışmalarına her türlü katkısından dolayı, Manavgat Belediyesi İmar ve Şehircilik Müdürü Sayın Mustafa GÖK'e teşekkür edyorum.

Bu tez çalışmasının emek yoğun kısımlarına vakitlerini hiç bıkmadan ayıran sevgili arkadaşlarım Belgin ŞEKER, Ezgi ÖZ ve ayrıca Özkan ALPTEKİN'e teşekkür ediyorum.

Son olarak bugünlere gelmemi sağlayan, sevgilerini ve desteklerini benden hiçbir zaman esirgemeyen anneme ve babama çok teşekkür ediyorum.

Aralık, 2010

Gizem Küçüksarı
(Şehir Plancısı)

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	v
KISALTMALAR	ix
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xi
ŞEKİL LİSTESİ.....	xiii
ÖZET.....	xvii
SUMMARY	xix
1. GİRİŞ	1
1.1 Tezin Amacı	1
1.2 Tezin Kapsamı.....	2
1.3 Yöntem ve Hipotezler	2
2. TURİZM KAVRAMI VE YEREL EKONOMİK KALKINMAYA ETKİSİ.....	5
2.1 Genel Olarak Turizm Kavramı.....	5
2.1.1 Turizmin ortaya çıkış süreci.....	5
2.1.2 Turizm tanımı ve özellikleri.....	6
2.1.3 Turizmle ilgili diğer kavramlar	7
2.1.4 Turizm sektörünü oluşturan bileşenler ve kaynakları	8
2.1.5 Turizmin sosyal, fiziksel ve ekonomik etkileri	10
2.2 Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi	11
2.2.1 Ulusal düzeydeki etkileri.....	13
2.2.1.1 Ödemeler dengesi üzerindeki etkisi.....	14
2.2.1.2 Bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermedeki rolü.....	15
2.2.1.3 Gelir yaratıcı etkisi.....	16
2.2.1.4 Fırsat maliyeti etkisi.....	17
2.2.1.5 Yabancı sermaye etkisi.....	17
2.2.1.6 Enflasyon üzerindeki etkisi.....	18
2.2.1.7 İthalat etkisi.....	19
2.2.2 Yerel/bölgesel düzeydeki etkileri.....	20
2.2.2.1 İstihdam yaratıcı etkisi.....	20
2.2.2.2 Diğer sektörler üzerinde yarattığı çarpan etkisi.....	22
2.2.2.3 Mevsimsellik etkisi	24
2.2.3 Yerel ekonomik kalkınma sürecine turizm sektörünün etkisi.....	24
2.2.3.1 Yerel ekonomik kalkınmanın tanımı.....	25
2.2.3.2 Yerel ekonomik kalkınmada turizm sektörünün önemi.....	26
2.2.3.3 Yerel ekonomik kalkınma faktörleri ve turizm ilişkisi.....	27
2.2.3.4 Gelişmekte olan ülkelerde turizmin etkileri.....	30
2.2.4 Turizmin ekonomik etkilerinin ölçülmesi.....	32
2.3 Turizmin Ekonomik Etkilerinde Konaklama İşletmelerinin Rolü	35
2.3.1 Konaklama işletmeleri ve özellikleri.....	35
2.3.2 Konaklama işletmelerinin organizasyon yapısı ve tedarik.....	38

3. TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜ VE KONAKLAMA İŞLETMELERİ.....	45
3.1 Türkiye’de Turizmin Gelişim Süreci.....	45
3.1.1 Planlı dönem öncesi (1923-1962)	46
3.1.2 Planlı dönem (1963'ten günümüze).....	47
3.2 Türkiye’de Turizmin Ekonomik Etkileri	48
4. MANAVGAT İLÇESİ TURİZM YAPISI VE ALAN ARAŞTIRMASI.....	55
4.1 Manavgat Hakkında Genel Bilgiler.....	55
4.1.1 Tarihsel gelişim.....	55
4.1.2 Coğrafi konum ve iklim	55
4.1.3 İdari yapı	56
4.1.4 Demografik yapı.....	57
4.1.5 Ekonomik yapı	57
4.1.6 Ulaşım	57
4.2 Manavgat’ta Turizm Sektörü ve Konaklama İşletmeleri	58
4.2.1 Alan araştırması kapsamı ve yöntemi	62
4.2.2 Alan araştırmasına yönelik bulgular	66
4.2.2.1 İşletmeye ait genel bilgiler.....	66
4.2.2.2 İşgücü Bilgileri.....	69
4.2.2.3 Tedarikçi Bilgileri.....	71
4.3 Değerlendirme	76
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	81
KAYNAKLAR.....	85

KISALTMALAR

DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GSKD	: Gayri Safi Katma Değer

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 3.1 : Turistik illere ait turizm göstergeleri ve gelişmişlik sıralamaları.....	54
Çizelge 4.1 : Turizm göstergelerine göre Antalya İli'nin öne çıkan ilçeleri.	60
Çizelge 4.2 : Ortalama tesis büyüklüğü	62
Çizelge 4.3 : Anket yapılan tesislerin genel özellikleri	625
Çizelge 4.4 : Güvenilirlik analizi.....	66
Çizelge 4.5 : Varyansların homojenliği testi	70
Çizelge 4.6 : Faliyet alanlarına göre tedarikçilerin bulunduğu yerler	78
Çizelge 4.7 : Faliyet alanlarına göre tedarikçilerle olan ilişki süreleri	79
Çizelge 4.8 : Faliyet alanlarına göre tedarikçi sayıları	80
Çizelge 4.9 : Tedarikçi seçim kriterleri	80

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 2.1 : Turizm endüstrisi ve etkisi altında kaldığı faktörler.	9
Şekil 2.2 : Turizm endüstrisini oluşturan bileşenler arası tedarik zinciri ve akış yönleri.	39
Şekil 3.1 : Turizm merkezleri ve koruma gelişim bölgeleri.	51
Şekil 3.2 : Yatak kapasitelerine göre iller.	53
Şekil 4.1 : Turizm göstergelerine göre Antalya İli'nin öne çıkan ilçeleri.	61
Şekil 4.2 : İdari sınırlara göre tesis ve yatak sayıları.	63
Şekil 4.3 : Anket yapılan tesislerin mekansal dağılımı	64
Şekil 4.5 : Tesislerin yatak kapasiteleri.	66
Şekil 4.6 : Yaşlarına göre tesisler.	67
Şekil 4.7 : İşletme sahibinin orijini.	67
Şekil 4.8 : Tesislerin sermaye yapıları.	68
Şekil 4.9 : İşletme sahiplerinin orijini ile işletmelerin sermaye yapıları karşılaştırması.	68
Şekil 4.10 : İkinci tesislerin konumu.	69
Şekil 4.11 : Personelin geldiği yerler.	69
Şekil 4.12 : Post-hoc testi.	70
Şekil 4.13 : Sermaye yapısı ile bilgi işlem teknolojileri tedarikçilerinin bulunduğu yer ilişkisi.	72
Şekil 4.14 : Sermaye yapısı ile ön büro hizmetleri tedarikçilerinin bulunduğu yer ilişkisi.	72
Şekil 4.15 : Sermaye yapısı ile bakım, onarım ve dekorasyon hizmetleri tedarikçilerinin bulunduğu yer ilişkisi.	73
Şekil 4.16 : Pazarlama hizmetleri alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	73
Şekil 4.17 : Pazarlama hizmetleri alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	74
Şekil 4.17 : Pazarlama hizmetleri alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	74
Şekil 4.18 : Ulaşım alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	74
Şekil 4.19 : Ulaşım alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	74
Şekil 4.20 : Güvenlik hizmetleri alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	75
Şekil 4.21 : Yönetim ve organizasyon alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	75
Şekil 4.22 : Enerji alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	76
Şekil 4.23 : Yiyecek-içecek alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	77
Şekil 4.24 : Bakım onarım ve dekorasyon hizmetleri alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler.	77

TURİZMİN YEREL EKONOMİYE ETKİSİNİN KONAKLAMA İŞLETMELERİ ÖZELİNDE ANALİZİ: MANAVGAT ÖRNEĞİ

ÖZET

Geçmişten günümüze; büyüme ve gelişme trendi sergileyerek gelen turizm, yarattığı olumlu ve olumsuz etkilerle çok boyutlu bir sektör halini almıştır. Farklı ölçeklerde ele alınan bu konu; hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülke, bölge veya yöreler için kalkınma yolunda bir araç olarak görülmektedir.

Turizmin ekonomik kalkınmaya olan katkısı çerçevesinde şekillendirilen bu tez, temel ekonomik kavramlar ve göstergelerin dışında, turizm endüstrisinin tedarik yapısı gereği bulunduğu bölgede yarattığı etki alanını sınamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, sektörü oluşturan işletmeler arasında tedarik gereksinimi en yoğun olan konaklama işletmeleri ele alınmıştır.

Bu kapsamda; kısaca turizm kavramı ve sektörel özellikleri incelenerek, ekonomik olarak ne ifade ettiği tanımlanmıştır. Olumlu ve olumsuz ekonomik etkiler olarak gruplandırılan bu aşama, bölgesel ve yerel kalkınma adına önemli göstergelerin açılımını içermektedir. Turizm yatırımlarının diğer sektörlerle olan ilişkisiyle ortaya çıkan ekonomik canlanma süreci, bölgesel kalkınmayı desteklemekte ve hızlandırmaktadır. Ülkemizde, turizm faaliyetlerinin planlı olarak gerçekleştirilmeye başladığı, “kalkınma planları”nın ortaya çıkışıyla sektörün gerçek gelişim süreci başlamış ve günümüze kadar bu irdelenmiştir. Yatırım ve uygulama politikalarının yer aldığı bu planlar, bölgesel ve yerel kalkınma açısından anahtar bir rol üstlenmiştir. Planlı dönem öncesinde yatak kapasitelerinin oldukça yetersiz olmasından dolayı, kalkınma politikaları, ziyaretçi çekmek ve kapasite arttırmak üzerine yoğunlaşmıştır. Beş yıllık kalkınma planlarının yürürlüğe girmesinin ardından önem kazanmaya başlayan konaklama işletmelerinin, organizasyon yapıları ve gereksinimleri ele alınmıştır.

Bu çerçevede; hem turizm hareketlerinin yoğunluğu, hem de yatak kapasitesinin büyüklüğü nedeniyle öne çıkan Antalya bölgesinden, Manavgat ilçesi örnek alan olarak seçilmiştir. Yerel sermaye ile birlikte, bölge dışı sermayeyi de barındıran Manavgat’taki, turizm işletme belgeli tesislerin ihtiyaç duydukları mal, hizmet ve personelin tedarikini, yine bölge içerisinden karşılayıp karşılamadıkları çeşitli değişkenlerle ilişkilendirilerek analiz edilmiştir. Bunun sonucunda; konaklama işletmelerinin büyük oranda bir üst kademe merkez durumunda olan Antalya ile ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak bu durum; hem tedarik türlerine, hem de işletme özelliklerine bağlı olarak farklılık göstermektedir.

AN ANALYSIS OF TOURISM IMPACTS ON LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT BASED ON ACCOMODATION SECTOR: THE CASE OF MANAVGAT

SUMMARY

From past to present, tourism has become a multi-dimensional sector with the growth and development trends and positive/negative effects. This topic, dealt with different scales; both developed and developing countries, regions or local areas seen as “development engine”.

The contribution of tourism to economic development is the main focus of this thesis. Between businesses, lodging industry is considered the most intense of the sector procurement requirement.

In this context; briefly examined the concept of tourism and industry characteristics and described what it meant economically. Positive and negative economic effects are grouped in this phase includes the opening of regional and local development on behalf of the important indicators. In Turkey, tourism began to be realized as planned activities, “development plans” of the actual development process of the emergence of the sector began to present this are discussed. Plans that includes investment and implementing policies, played a key role in regional and local development. Before the planned period due to insufficient bed capacity, development policies, focused on increasing the capacity to draw visitors. Five-year development plans, following the entry into force of accommodation management started to gain attention, organizational structures and requirements were discussed.

In this context, Manavgat district was chosen as the sample area in Antalya because of the intensity of tourism activities, the size of bed capacity. Local capital, together with the capital from outside the region that hosts in Manavgat, the certified tourism business facilities that needs goods, services, and provision of personnel that gain from the region or outside were analyzed in relation with different variables. In terms of economic contribution, the results says lodging industry generally works with Antalya center instead of Manavgat because of lowness of suppliers’ capacity. This situation depends on, kind of suppliers and properties of management.

1. GİRİŞ

Turizm; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri olan, temelde insan faktörüne dayalı, dinamik bir süreçtir. Amaçları ve biçimleri zaman içerisinde değişiklik gösterse de, günümüzde oldukça önem taşıyan bir sektör halini almıştır. Turizm, kavramın geçtiği ilk tarihten bugüne, büyük bir gelişme göstererek gelmiş ve beraberinde birçok sektörü de çeşitli şekillerde etkilemiştir. Bu açıdan bakıldığında turizmin ekonomik etkisinin, diğer etkilerine göre daha fazla dikkat çektiği söylenebilmektedir.

Turizm, hem dünya genelinde çok yaygın olması, hem de ekonomik anlamdaki önemli etkisi nedeniyle birçok araştırmaya konu olmuştur. Aynı zamanda disiplinlerarası bir özellik taşıyan turizm kavramı ilişkili olduğu birçok bilim dalı tarafından da incelenmiştir. Bölgesel ve yerel kalkınma konusunda da, turizmin yarattığı ekonomik etkiler, önemli rol oynamakta ve kalkınma açısından temel göstergeleri oluşturmaktadır.

1.1 Tezin Amacı

Bu tez kapsamında temel olarak amaçlanan; turizm sektörünün, coğrafi anlamda bulunduğu bölge ekonomisine sağladığı katkıları ve etki alanını tespit etmektir. Turizm kavramının çok yönlülüğü nedeniyle, sektörün arz yönünde temel bir unsur olarak kabul edilen konaklama işletmeleri üzerine odaklanılmış ve bu işletmelerin tedarik zincirleri açısından bölgede yarattığı ekonomik ilişkiler incelenmiştir. Böylece turizmin ekonomik kalkınma üzerindeki etkisinin daha sınırlı bir çerçevede analiz edilebilmesi sağlanmıştır.

Belirlenen amaç doğrultusunda; turizm sektöründe en önemli bölgelerden biri olan Antalya ele alınmış ve sahip olduğu tesisler açısından bölge içerisinde öne çıkan Manavgat'a yoğunlaştırılmıştır. Manavgat'ta bulunan konaklama işletmelerinin yerel /bölgesel ekonomide ne ölçüde yer aldığını inceleyerek yerel ekonomik kalkınmaya katkı sağladığı bilgisi araştırılmıştır. Bu aşamada konaklama işletmelerinin her türlü mal, hizmet ve işgücü tedariğini nerelerden gerçekleştirdiği önem taşımaktadır.

1.2 Tezin Kapsamı

Giriş bölümünün ardından; turizm ve yerel kalkınma ilişkisindeki teorik arka plan sunulmuştur. Ekonomik kalkınma çerçevesinde turizm kavramı ve ekonomi ile ilişkisi tanımlanmaya çalışılmıştır. Turizmin, olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri, iktisadi olarak açıklanması gereken terim, kavram ve değerleri de içererek kısaca ele alınmıştır. Bu etkileri ölçmek için kullanılan yöntemler/göstergeler vurgulanarak, turizmin ekonomik etkileri ve bölgesel/yerel kalkınmaya olan katkısı kavramsal olarak ortaya konmuştur.

Üçüncü bölümde; turizmin ekonomik coğrafyaya yansıması değerlendirilmiştir. Turizm sektörünün Türkiye'deki gelişimi, kalkınma planları ve politikalar çerçevesinde ele alınmıştır. Ekonomik etkiler anlamında Türkiye'de neler yaşandığı ve konaklama işletmelerinin bu konuda ne ifade ettiği açıklanmıştır. Konaklama işletmeleri de daha detaylandırılarak, tedarik kavramı açısından yine bu bölüm kapsamında değerlendirilmiştir.

Dördüncü bölümde ise; tezin amacına uygun olarak ve hipotezleri sınamak üzere alan çalışmasına konu olan, Manavgat ilçesi ve buradaki turizm sektörü ele alınmıştır. Araştırmanın temel olarak odaklandığı konaklama işletmelerinin dışardan temin ettikleri mal, hizmet ve personelin, bölgeye/yerele sağladığı ekonomik katkı ortaya konarak sonuca ulaşılmıştır.

1.3 Yöntem ve Hipotezler

Tezin ortaya çıkış noktasını oluşturan temel varsayımlar konaklama işletmeleri özelinde şu şekildedir:

- Konaklama işletmeleri, personel ihtiyacını yine bulunduğu yerden karşılamakta ve bölgede istihdam yaratmaktadır.
- Konaklama işletmeleri işgücü dışındaki diğer gereksinimlerinin tedarigi için yine bulunduğu bölgeyi tercih etmekte ve bölgede ekonomiyi canlandırıcı etki yapmaktadır.
- Tesislerin yıldız sınıflamasına göre bakıldığında, 3, 4 ve 5 yıldızlı tesisler arasında tedarik konusunda anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Belirlenen hipotezler altında, söz konusu konaklama işletmelerinin tedarik konusundaki tercihlerinin, neye/hangi özelliklerine göre farklılık göstermekte olduğu da araştırmanın başka bir boyutudur.

Hipotezlerin sınanmasında, yerel ekonomiye katkısı değerlendirmek üzere istihdam ve tedarik ilişkileri üzerine analiz yapılmıştır. Manavgat ilçe sınırları içerisinde bulunan konaklama tesislerine yönelik, işletmede yetki sahibi kişilerle birebir görüşme tekniğiyle anket uygulaması yapılmıştır. Soru gruplarının oluşturulmasında, konaklama işletmelerinin organizasyon yapısı ve temel giderleri konusunda literatür araştırması ve örnek alanda ön uygulama yöntemleri kullanılmıştır. Tesislerin sayıları ve yatak kapasiteleri belirlenirken, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca verilen ve denetime tabi olan turizm yatırım/işletme belgeli tesisler dikkate alınmıştır. Toplanan veriler; frekans dağılımı, çapraz tablolar, ki-kare ve anova-post hoc analizleri kullanılarak değerlendirilmiştir.

2. TURİZM KAVRAMI VE YEREL EKONOMİK KALKINMAYA ETKİSİ

2.1 Genel Olarak Turizm Kavramı

Küreselleşme sürecinin vermiş olduğu ivme ile birlikte, günümüzde milyonlarca insan, çeşitli nedenlerden dolayı günlük hayatlarını, devam ettirdikleri yerlerden, geçici süreler için başka yerlerde devam ettirmektedir. Bu faaliyet günümüze has olarak görünmesine karşın insanlık tarihi kadar eskidir de denilebilir. Önceleri, iktisadi ve askeri nedenlerden dolayı insanların bir yerden bir yere seyahat etmeleri daha sonraları ticari bir durum arzemiş ve günümüzün modern turizm endüstrisi doğmuştur. (Kayar, Kozak, 2007)

2.1.1 Turizmin ortaya çıkış süreci

Turizm hareketlerinin nedenleri incelendiğinde birçok faktörün etkili olduğu görülmüştür. Lea (1993) bunları; gelir artışı, mobilitenin kolaylaşması, ulaşımdaki gelişmeler, insanlardaki kaçış ihtiyacı, eğitim durumu ve yeni alışveriş alışkanlıkları şeklinde sıralamaktadır.

Dünyada, özellikle geride bırakılan son yüzyılda çok hızlı teknolojik gelişimler ortaya çıkmıştır. Toplumlar giderek sanayiye daha fazla önem vermiş ve bunun sonucunda hızlı kentleşmeyle birlikte ortaya çıkan gürültü, hava kirliliği, trafik sorunu, aşırı stres vb. sorunlar insanların toplumsal ve psikolojik yapısı üzerinde olumsuz etkiler meydana getirmiştir. Gün geçtikçe, bu tür sorunların artması insanların daha fazla dinlenme, eğlenme, gezip-görme ve kendilerine boş zaman ayırma gereksinimlerinin doğmasında etkili olmuştur. Teknolojik olanaklar, ulaşımda erişilen teknik düzey; uzaklık kavramında dolayısıyla mekan-zaman kavramında ve ilişkilerinde büyük değişiklikler ortaya çıkartmıştır. Günümüzde milyonlarca insanın, gezip-görme, eğlenme, dinlenme, öğrenme gibi psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayabilmek için sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle başka ülke yada bölgelere gittikleri bilinmektedir. Turizm adı verilen bu hareket,

günümüz özellikle gelişmiş (sanayileşmiş) toplumları için bir lüks olmaktan çıkmış, temel bir gereksinim halini almıştır (Zhang, Chen, Cao, 2010; Kozak ve Bahar, 2005; Yağcı, 2007)

Modern anlamda turizm, kapitalizmin gelişimine paralel olarak batı ülkelerinde ortaya çıkmıştır. Ancak turizmin uluslararası bir boyut kazanması II.Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan bir gelişmedir. Savaş sonrasında yaşanan refah artışı ve özellikle ulaşım teknolojilerindeki gelişimin bir sonucu olarak, 1950 ve 1960 yılları arasında kitle turizmi Avrupa ülkeleri arasında yaygınlaşmıştır (Kerr, 2003; Roney, 2007).

2.1.2 Turizm tanımı ve özellikleri

Kavramsal olarak tarihsel gelişimine bakıldığında; çağdaş turizm kavramının ilk olarak İkinci Dünya Savaşı döneminde İsviçreli ekonomistler Walter Hunziker ve Kurt Krapf tarafından ele alındığı görülmektedir. Buna göre; 'turizm, insanların sürekli çalışma ve konutlarının bulunduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen ilişki ve olayların tümü' şeklinde tanımlanmaktadır (Bahar, Kozak, 2008).

Bu tanım, daha sonra Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti (AIEST) tarafından da kabul edilmiştir. Benzer şekilde, 1963 yılında toplanan Dünya Turizm Örgütü de (WTO) bu tanımı kabul etmiştir.

Turizm olayını karmaşık ve çok disiplinli yönü ile ele alarak sosyo-ekonomik kapsamı içinde ortaya koyan görüşler ve tanımlar da bulunmaktadır. Capsar, turizm olayını, 'turist, turistik işletmeler, turizm organizasyonlarının oluşturduğu alt sistemler ve bu alt sistemlerin ekonomik, sosyal, psikolojik, hukuki, teknolojik ve ekolojik çevre ile olan ilişkilerine dayanan global bir sistem' olarak tanımlamaktadır (Kozak ve diğerleri, 2010). Turizm, farklı etkinlikleri, farklı ilgi alanlarını, farklı katılımcıları/paydaşları, farklı işletme türlerini birbirine bağlayan bir "amalgam" olarak da tanımlanmıştır (Harewood, 2008).

Turizme bakış açısındaki değişim incelendiğinde, İkinci Dünya Savaşı sonrasında 3 aşama bulunmaktadır (Gezici, 1998):

- 1940'ların sonu ve 1950'lerde uluslararası hareketlilik üzerinde kısıtlamaların kaldırılması

- 1950'lerin sonu ve 1960'larda hükümetlerin, turizmin parasal getirisi ile ilgilenmeye başlaması ve yabancı pazarlarda turizm endüstrisinin yaygınlaşması
- 1970 ve 1980'lerden itibaren, turizmin sosyal ve çevresel içerikleri de dikkate alınmaya başlanması

Turizme karşı tutumlar zaman içerisinde değişim göstererek, günümüz hizmetler sektörünün en önemli alt sektörlerinden biri haline gelmiştir. Sektörün bugün ulaştığı noktada, en temel ve genel altı özelliği şu şekilde sıralanmaktadır (Bahar, Kozak, 2008):

- 1.Turizm, toplumsal ve kültürel değerlerden oluşan sosyo-kültürel bir etkinlik olup, soyut ve somut anlamda sunulan her türlü birikim turizm ürününü oluşturur.
- 2.Turizm; ulaştırma, konaklama, dinlenme-eğlenme, yeme-içme, sağlık, alışveriş, araç, tesis ve faaliyetlerden meydana gelen, çok geniş kapsamlı bir alt ekonomik sektör ya da disiplindir.
- 3.Turizm, insanların yani turistin gittiği yerde yaptığı tüketim harcaması nedeniyle mali bir işlem özelliğe sahiptir.
- 4.Turizm, insanların gittiği tatil bölgesindeki yerel, toplumsal, ekonomik ve çevresel ilişkilerin; doğal, tarihi ve kültürel yapının dikkatli bir şekilde korunmasını gerektiren çok yönlü bir ekonomik faaliyettir.
- 5.Sosyal bir olgu olma özelliği ile turizm; farklı insanlar, kültürler, dinler ve uluslar arasında barışın, dostluğun, kardeşliğin korunmasında önemli bir araçtır.
- 6.Turizm sağladığı yaralarla bir ülkedeki üreticileri, tüketicileri, toplumları ve ulusal ekonomileri ilgilendiren kapsamlı bir mikro ve makro ekonomik faaliyettir.

2.1.3 Turizmle ilgili diğer kavramlar

Turizm sektörünün içerdiği temel kavramların kısaca tanımlarının yapılması gerekirse; *turist*, Türkiye 'de 1996 yılında Seyahat Acentaları Yönetmeliği'ne göre şu şekilde tanımlanmaktadır; 'Para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve

eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışında geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimsedir.’ (Bahar, Kozak, 2008).

Destinasyon denince ise; turist denilen tüketici gruba bütünleştirilmiş hizmetler sunan ve turizm ürünlerinin birleşmesinden oluşmuş coğrafi bir bölge akla gelmelidir. Turistlerin yaşadığı yerden ayrılıp da tatil ya da iş gezisi vs. için gideceği yerler bir bütün olarak ‘destinasyon’ şeklinde tanımlanmaktadır (Kozak ve diğerleri, 2010).

Turizm ürünü; ‘ bir turistin seyahatinin başlangıcından bitimine kadar geçen zaman dönemi içerisinde gereksinimlerini karşılamak amacıyla elde ettiği ve turizm arzını oluşturan faktörler tarafından sunulan nesnel ve öznel değerlerin bütünü şeklinde’ tanımlanmaktadır (Yağcı, 2007). Farklı bir tanımda ise turizm ürününün; bir ağ yapısını oluşturan, birçok farklı hizmet türü bileşenlerinden meydana geldiği vurgulanmaktadır (Zhang, Song, Huang, 2009). Yang, Li ve Lan (2009), turizm ürününün tanımını yaparken “tümleşik ve kombinasyonel” özelliklerine dikkat çekmektedir.

Turizm endüstrisi; turist ve günübirlikçi olarak tanımlanan insanlara hizmet ve mal arz eden çok sayıda örgüt ve işletmelerden oluşmaktadır. Bunlar; seyahat acenteleri, tur operatörleri, ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence ve diğer yardımcı hizmetleri sunan küçük, orta ya da büyük ölçekli bir çok işletmeyi kapsamaktadır (Bahar, Kozak, 2008).

2.1.4 Turizm sektörünü oluşturan bileşenler ve kaynakları

Diğer sektörlerde olduğu gibi turizmde de küreselleşme, bireylerin tatil gereksinimlerinin daha da kişiselleşmesine ve beklentilerin çeşitlenmesine neden olmuştur. Birey odaklı bu sektör, ekonomik, sosyal, fiziksel, siyasi olaylara ve hatta psikolojik etkilere açık durumdadır (Chen, 2009; Harewood, 2008, Xinyue ve Yongli, 2008).

Turizm endüstrisinin temel bileşenleri ve etkisi altında kaldığı faktörleri Lea (1993) aşağıdaki şekilde özetlemiştir:



Şekil 2.1 : Turizm endüstrisi ve etkisi altında kaldığı faktörler.

Endüstriyi oluşturan bileşenler ve aralarındaki ilişki, tedarik zinciri kavramı içerisinde ele alınarak, her bileşenin rolü daha detaylı incelenecektir.

Turizmi, ekonominin diğer sektörlerinden ayıran özelliklerinin bulunduğu görülmektedir (Gezici, 1998 ve Bahar, Kozak,2008);

- 1.Turizm ürünü, fiziksel varlığı olan bir mal olmayıp, daha çok hizmet içeriklidir. Depolanabilen veya taşınabilen bir ürün değildir.
- 2.Hizmetin tüketicisi olan turist, ürünün satıldığı ve hizmetin sunulduğu yere gelmek zorundadır. Başka bir deyişle üretilen yerde tüketim söz konusudur.
- 3.Turizm, büyük ölçüde kaynağa dayalı ve yöreye özgüdür.
- 4.Sunulan ürünün birbirine benzemesi ancak tıpatıp aynı olmamasıdır.
- 5.Turizm arzının sabit ya da kısıtlı olmasına karşın, turizm talebinin esnek ve duyarlı bir yapıya sahip olmasıdır.
- 6.Çevresinde, kendisine bağlı başka sektörlerin gelişimini sağlamaktadır.

Ekonomideki kaynaklar, genel olarak iki grupta değerlendirilmektedir. Birincisi herhangi bir çaba göstermeden elde edilen ‘serbest’ kaynaklar, ikincisi ise arzı genellikle sınırlı ve beşeri çabalarla arttırılmaya çalışılan ‘kıt’ kaynaklardır. Turizmin büyük ölçüde serbest kaynaklardan yararlandığını ve kamu ve özel sektörün bir karması olarak da kıt kaynakların kullanıldığını göstermektedir (Bahar, Kozak, 2008).

Bir ülkenin sahip olduğu turistik çekicilikler (turizmin hammadde) turizm talebi yaratmak için yeterli değildir. Bu kaynakların altyapı ile desteklenmesi ve ayrıca konaklama, ulaşım ve diğer turizm işletmelerinin ortaklaşa sunduğu, nitelik olarak birbirinden farklı ama aynı zamanda birbirini tamamlayan hizmetlerden oluşan

heterojen bir turistik ürüne dönüştürülmesi gerekir. Ayrıca sadece talepleri karşılamaya yönelik değil, gelecek nesillerin de turizm gelişimiyle ilgili aynı fırsatlardan ve haklardan yararlanabilmesi için turizm kaynakları koruma altına alınmalıdır (Wei ve Lu, 2008; Roney,2007).

Temel varlık nedeninin insan gereksinimlerinin karşılanması olmasından kaynaklanan çok yönlü özelliği nedeniyle turizm kavramının çeşitli bilim dalları ile yakın ilişkiler içinde bulunması kaçınılmazdır. Bunlar; ekonomi, işletme, coğrafya, sosyoloji, psikoloji, hukuk ve siyasettir.

2.1.5 Turizmin sosyal, fiziksel ve ekonomik etkileri

Turizmin sürdürülebilir gelişimi ile ilgili temel fikirler, ekonomik fayda, sosyal fayda ve fiziksel-ekolojik çevre üzerine kuruludur. Dolayısıyla turizm sektörü, faaliyet gösterdiği her ülkedeki sosyal, fiziksel ve ekonomik çevre ile etkileşim halindedir. Tez kapsamında ekonomik çevre ve turizm ilişkisi daha detaylı biçimde ele alınacağından, sosyal ve fiziksel çevre üzerindeki etkisi ortaya konmuştur.

Turizmin *sosyal çevre* üzerinde gözlenen olumlu etkilerini Korça (1998); tarihi ve kültürel mirasın korunması, kültürler arası değiş tokuş, sosyal yapıdaki olumlu değişiklikler, yerli halk için yeni rekreasyon ve eğlence olanaklarının yaratılması olarak sıralarken; kültürel değerlerin istenmeyen yönde değişmesi, kimliğin kaybolması, bireylerin davranışlarında aşırı ticarileşme, kalabalıklaşmanın ortaya çıkardığı yeni durumlar, yöresel dil üzerindeki etkisi, kötü alışkanlıkların artmasını olumsuz etkiler arasında gösterilmektedir. Bu açıdan bakıldığında; turizmden fayda sağlayan kesimin, turizmin sosyal fırsatlarından büyük ölçüde yararlandığı bilinmektedir (Göymen, 2000; Erkuş Öztürk, 2010).

Fiziksel çevre üzerinde ise; insanların, boş zamanlarını değerlendirmek için çeşitli önceliklere göre farklı varış (destinasyon) alanlarına yönelmeleri, turizm arzını ve buna bağlı olarak turizm aktivitelerinin konumlandığı mekanları da şekillendirmede etkili olmaktadır (Gezici, Gül ve Alkay, 2006). Bu açıdan büyük değişimlere neden olan turizmin, açık mekanların yaratılması ve bakımının sağlanması, altyapı niteliğinin iyileştirmesi gibi olumlu etkileri bulunurken; mimari kirlenme, kıyılarda kentleşme, altyapının aşırı yüklenmesi, trafik sorunları, arazi kullanımında çelişkiler, ikinci konutlarda yoğunlaşma gibi yapısal olumsuz etkileri söz konusudur. Giderek daha çok dikkat çeken doğal çevre üzerindeki etkisi ise, özellikle kitle turizmiyle

birlikte, bitki türlerinin azalması, yaban hayatın tahrip edilmesi, yüzeysel suların kirlenmesi, hava ve gürültü kirliliği, tarım alanlarının yok olması şeklinde sıralanmaktadır. Daha önce halkın kullanımına açık olan bölgeler (sahil, orman, piknik ve rekreasyon alanları), turizm faaliyetleri sebebiyle ulaşılamaz duruma gelmekte ve fiziksel etkilere farklı bir boyut kazandırmaktadır (Korça, 1998; Göymen, 2000; Kuvan, 2010). Gezici ve diğerlerine (2006) göre; genel olarak kitle turizmi, özgünlüklerini yitirmiş, birbirine benzer, standartlaşmış turizm-kıyı alanları ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

2.2 Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi

Bugün birçok ülkede ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklardan biri olarak görülen turizmin bu kapsamda değerlendirilebilmesi için kısaca, turizm ekonomisi, turizm piyasası, arz ve talep kavramları üzerinde durulmuştur.

Turizm ekonomisi; ulusal yada uluslararası turizm hareketlerinin nedenlerini, kapsamını, gelişme koşullarını, sonuçlarını, bu olaylar arasındaki neden-sonuç ilişkilerini bilimsel yöntemlerle araştırarak ortaya koyan bir disiplindir (Bahar ve Kozak, 2008).

Turizm piyasası: piyasa alıcı ve satıcıların kendi aralarında haberleşmelerini ve ilişki kurmalarını sağlayan bir organizasyon olarak nitelendirilmektedir (Sarı, 2007). Ekonomik bir düzeni yansıtan piyasa ekonomisinde, ortada arz edilen bir mal veya hizmet ve bunun talebi olmak durumundadır.

Turizm piyasasını oluşturan arz ve talep kavramlarından kısaca bahsetmek gerekirse; *turizm talebi*, belirli bir fiyat seviyesinde sunulan turistik mal ve hizmetleri satın almak isteyen ve bu arzusunu gerçekleştirmek için gereken gelir ve boş zamana sahip olan kişilerin fiilen satın almayı kabul ettiği mal ve hizmetlerin toplamı şeklinde tanımlanabilir (Sarı, 2007).

Turizm arzı ise; belirli bir ülke veya bölgedeki turizm talebini karşılamak için gereken mal ve hizmetlerin üretimidir.

Turizm, dünyada en hızlı büyüyen sektörlerden biri olarak ve hizmetler sektörünü temsil edici özelliği ile tanımlanmaktadır (Huang, Song and Zhang, 2010). Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelere, turizmin zayıf ekonomiler için istihdam ve gelir yaratıcı özelliğine ve aynı zamanda ülkeleri birbirine bağlayan küresel

entegrasyonun bir parçası olmasına vurgu yapılmaktadır. Üçüncü Dünya ülkeleri, turizmi ekonomik stratejilerinin temel bileşeni yerine koyarken, Kuzey Amerika ve Avrupa gibi gelişmiş ülkeler kentsel yenilenme ve canlanmanın bir yolu olarak kullanmaktadır.

Diğer sektörlerde gelişmeyi sağlaması ile ekonomide canlılık yaratan turizm sektörü, işgücü yaratımı ve gelir arttırıcı etkileri ile birlikte, doğal ve kültürel kaynaklarla da ilişki kuran önemli bir aktivite örneğidir. Özellikle ekonomik kaynak ve aktiviteleri sınırlı olan bölgelerde, geniş ölçekli ve hızlı bir büyüme gösteren turizmin gelişimine öncelik verilmesi, birçok ülkenin kullandığı bir politikadır (Gezici, 1998; Rosentraub ve Joo, 2009).

Turizmin ekonomideki yeri ve önemi konusunda üç önemli soru karşımıza çıkmaktadır (Ryan,1991):

- 1.Ekonomik etkinin nasıl ölçüleceği?
- 2.Turizmin yapısı, ev sahibi bölge/yöre için gerçekten istihdam ve gelir yaratılması konusunda fayda sağlıyor mu?
- 3.Ekonomik olarak turizmden kim kazanç sağlıyor?

Turizmin çeşidine, gerçekleştiği yöre/bölgeye, işletmelerin sermaye yapısına, konaklama türü/ölçeğine ve turist profiline göre ekonomik etkiler arasında dikkate değer farklar bulunmaktadır. Bu koşullara göre, turizmden elde edilen gelirin bölge içerisinde mi ya da dışında mı kaldığı değişiklik göstermektedir. Turist profili dışındaki diğer faktörlerin tümü, turiste yönelik hizmetin tedariki ile ilgili unsurlar iken; turist profili kendi harcamaları açısından ekonomik getiri açısından büyük önem taşımaktadır. Burada talep konusu öne çıkmaktadır. Yereli aşan talepler doğrultusunda, turizm geliri-turist harcamaları bölge dışına çıkmaktadır. Ciddi bir gelir kaybına yol açar (Ryan,1991).

Turizmin ekonomik kuramının öncülerinden olan Kurt Krapf, uluslararası turizmin gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmasında önemli katkılarda bulunacağı tezini ilk olarak geliştirenlerden birisi olarak kabul edilmektedir. 1960'lardan bu yana, özellikle 1967'de Dünya Bankası'nda Turizm Projeleri Bölümünün oluşturulmasından sonra, gelişmekte olan ülkelerin turizme açılmaları batılı gelişmiş ülkeler tarafından desteklenmektedir. Bu ülkelerde turizm sektörünün teşvik

edilmesinin altında yatan en önemli varsayım, turizmin olumlu ekonomik etkileri ile ilgili beklentiye dayanmaktadır (Sarı, 2007).

Ancak 1970'lerin sonu ve 1980'lerin başından itibaren pek çok iktisatçı, uluslararası turizm endüstrisinin yapısının, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik gelişme hedeflerine ulaşmasını büyük ölçüde engellediğini öne sürmektedir. Turizmin tarihsel olarak Batı'da ortaya çıkmış olması, gelişmiş ülkelerin uluslararası turizmin organizasyon ve pazarlamasında söz sahibi olmalarını sağlamıştır. Başka bir ifade ile, gelişmekte olan ülkelerdeki turizm endüstrisini denetimleri altında tutmaktadırlar. Bu durum sadece ekonomik açıdan sıkıntı yaratmasının yanı sıra, bu ülkelerdeki sınıfsal ve bölgesel eşitsizliklerin sürdürülmesine, çevresel sorunlara yol açmaktadır (Sarı, 2007).

Dünya genelinde yaşanan teknolojik değişim ile tüketim ve tüketici tercihlerindeki farklılaşma, yüksek rekabet gücü gerektiren bu sektörlerde dinamik olmayı gerektirmektedir. Turizm sektörü dinamik bir özellik arz etmektedir. Turizm arz ve talebinde, temel ekonomik davranışlarla birlikte, gelenek/görenekler, sosyal, psikolojik, politik ve yasal faktörler, moda vb. unsurlar önemli rol oynamaktadır.

Ekonomideki birçok alt sektörden mal ve hizmet satın alarak, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere nihai ürünü bir bütün halinde tüketiciye (turiste) sunan turizm, görünmez bir ihracat sektörüdür. Bu nedenle, turizm ürününün üretim ve tüketiminin her aşaması ayrı bir ekonomik faaliyettir ve bu faaliyetler zinciri ekonomiden ayrı düşünülemez. Ayrıca; doğal, kültürel ve tarihi çevrenin kaynak olarak ekonomik bir değer niteliğine kavuşması da yine turizm sektörünün sayesinde gerçekleşmektedir (Wie ve Lu, 2008, Yağcı, 2007).

Son 50 yılda, dünyada büyüme potansiyeli en yüksek faaliyet alanlarından biri olarak görülen turizmin sadece bir dinlenme ve eğlenme aktivitesi ya da sadece makroekonomik düzeydeki katkısı ile değil, bulunduğu bölge/yöredeki etkisiyle de birçok çalışmaya konu olmuştur (Cunha,2007). Bu durum yerel ekonomik kalkınmada bir araç olduğunun göstergesidir.

2.2.1 Ulusal düzeydeki etkileri

Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun turizmin, ülkelerin ekonomik gelişiminde belirli bir payı bulunmaktadır. GSMH makro düzeyde ekonominin en önemli kavramı olup, bir ekonominin toplam üretim gücünü göstermektedir. Ülkelerin ekonomik güçleri,

iktisadi refahları ve kalkınma seviyeleri karşılaştırılırken GSMH değerleri ölçü olarak alınmaktadır (Sarı, 2007).

Dünya genelinde hizmetler sektörü her geçen gün gelişmekte ve ülke GSMH'nın yaklaşık %70-80'ini oluşturmaktadır. Bir hizmet sektörü olan ve dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olarak kabul edilen turizmde ise, 2004 yılı verilerine göre, dünya hizmet ticaretinin %30'unu tek başına oluşturmaktadır.

2.2.1.1 Ödemeler dengesi üzerindeki etkisi

Bir ülkenin ödemeler dengesi bilançosu o ülke bireyleri ve işletmeleri ile yabancı ülke bireyleri ve işletmeleri arasında yapılan tüm ekonomik işlemlerin sistematik bir şekilde tutulan kaydı olarak tanımlanmaktadır. (Sarı,2007).

Bir başka deyişle, bir ülkenin dünyanın geri kalan ülkeleriyle yapmış olduğu dış ekonomik ve mali ilişkilerinin durumunu gösteren bir kayıttır. Ödemeler bilançosu, yabancı turistlerin ülkede yaptıkları harcamaları (ülkeye olan döviz akışını) ve ülkeden yurtdışına çıkan ülke vatandaşlarının yapmış olduğu harcamayı (ülkeden döviz çıkışını) ve sonuçta turizmin ekonomiye olan net katkısını göstermesi bakımından önem arz etmektedir.

Ödemeler bilançosunun dengede olabilmesi için, bir ülkenin dışarıdan elde ettiği gelirlerin, dışarıya yaptığı ödemelere eşit olması gerekir. Bu noktadaki bir açıklık veya fazlalık, ülkenin makroekonomik değişkenleri ve dolayısıyla ekonomik büyümeyi etkileyecektir. Turizm ödemeler dengesine olumlu etkisinden söz edebilmek için, ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz gelirinin, döviz kayıplarından daha fazla olması gerekmektedir. Turizmden elde edilen net döviz girdisini hesaplayabilmek için, turist harcamalarından turizm sektöründe kullanılmak üzere ithal edilen gıda maddeleri ve diğer kalemler için yapılan ödemeleri, yatırımcıları turizm alanına çekmek için tanınan vergi ve gümrük kolaylıklarını, düşük faizli kredileri ve kamu hizmetlerinin maliyetinin altında bir bedelle satılması gibi ayrıcalıkları brüt döviz girdisinden düşmek gerekir. (Yağcı, 2007; Roney, 2007)

Uluslararası ticarete dengeleyici bir faktör olarak, turizmin ödemeler dengesi üzerinde olumlu etki meydana getirdiği bilinmektedir. Örneğin, ödemeler dengesi fazla veren gelişmiş bazı ülkeler bazı fazlalığın enflasyona yol açmaması için ülke vatandaşlarını harcama yapmaları için ülke dışındaki turizm hareketlerine katılımları yönünde teşvik etmektedir.

Öte yandan turizm, bir ülkenin geri kalmış coğrafik bölgeleri arasındaki eşitlikçi gelir dağılımı ve ekonomik kalkınma açısından dengeleyici bir faktör olduğu kadar, uluslar arası anlamda ülkeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesine de yardımcı olmaktadır.

2.2.1.2 Bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermedeki rolü

Öncelikle konunun çerçevesini oluşturan büyüme ve kalkınma kavramlarına bakıldığında; büyüme, ekonominin sadece nicel yönünü açıklayan bir olgudur ve üretim kapasitesinin arttırılmasını, dolayısıyla daha fazla mal ve hizmet üretilmesini ifade eder. Kalkınma ya da gelişme ise, GSYH'daki hızlı artışla belirlenen ekonomik büyümeyi de içerisine alan, ancak, nüfus, işgücü, sermaye, ücretler, fiyatlar, kaynaklar, teknoloji, gelir dağılımı gibi faktörler içererek, ülkenin sosyal, siyasal ve kurumsal yapılarının da değiştirilmesini ifade eden çok daha geniş kapsamlı bir kavramdır (Gezici,1998; Kozak ve Bahar, 2005; Yağcı, 2007; Brida ve diğ., 2008).

Bölgeler arasında sosyal ve ekonomik dengesizlikten dolayı zarar gören bölgelerde turizm endüstrisi, yerel kalkınmaya büyük ölçüde katkıda bulunmaktadır. Bu katkı; uluslararası turizmin ülkeye döviz kazandırması ve turizm ülkesinin sınırları içinde turizmden elde edilen gelirin yeniden dağılımının sağlanmasıyla gerçekleşmektedir (Göymen, 2000). Bu sayede bölgeler arası ekonomik kalkınmaya olumlu etkiye bulunur. Çünkü turist ülkenin turizme elverişli olan bölgesinde turistik faaliyet sonucu harcamalar yapar ve bölgede kazanılan gelir ülkenin diğer bölgelerinde yatırım,istihdam ve yeni iş alanlarının açılması şeklinde harcanır (Yağcı, 2007). İnsanlar turizm sektörüne yönelik çalışarak veya geçimlerini bu sektörden sağlayarak gelirlerini önemli ölçüde arttırma olanağı bulmaktadır. Bununla birlikte, uzun yıllar sadece ekonomik katkısı ile değerlendirilerek, ne pahasına olursa olsun gelir kazanmaya yönelik olarak geliştirilen turizm sektörü, özellikle sosyo-ekonomik yönden geri kalmış bölgelerde kalkınma için temel araçlardan biri olarak ele alınmaya başlanmıştır. (Gezici,1998). Turizm bölgelerarası ekonomik gelişme üzerindeki bir diğer etkisi de; ülkeye olan turist hareketliliği nedeniyle, o bölgenin vatandaşları; kitle ulaştırma sistemlerinde yüksek standartlara, elektrik,su vb. yapı hizmetlerinde üstün bir düzeye ve belki de başka bir şekilde sahip olmayacakları alış-veriş ve eğlence merkezlerine kavuşturur.

Ekonomik büyüme ve kalkınma için sanayi sektörünün geliştirilmesi gerektiği kabul edilmektedir. Ancak gelişmekte olan ülkeler açısından sermaye birikimi yetersizliği önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Turizm bu noktada, döviz kazandırıcı özelliği nedeniyle, sanayinin finansmanında en etkili alternatiflerden biri olarak dikkati çekmektedir. İnsan emeğine dayalı bir sektör olmasından dolayı, gelişimi için dışarıdan ithal edilemesi gereken ileri teknolojiye gerek duyulmaması, turizmin ekonomik önemini daha arttırmaktadır.

Ekonomik kalkınmanın amaçlarından birinin de bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarını en aza indirmek olduğu dikkate alındığında, tarım ve sanayi faaliyetleri açısından yeterli kaynak ve potansiyele sahip olmalarına karşın, zengin bir turizm potansiyeline sahip bölgelerin , planlı ve etkin bir turizm politikası uygulandığı takdirde dengeli bir şekilde kalkınmaları mümkündür. Bunun için bölgesel planlama politikalarının tabandan tavana doğru şekillenmesi, bölgenin kaynaklarını, sorunlarını ve gereksinimlerini bilen yerel kamu yetkililerinin, yarı kamusal ve özel kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapmaları gerekir (Roney, 2007).

2.2.1.3 Gelir yaratıcı etkisi

Bir bölge yada ülke turizm sektöründe kullanılan mal ve hizmetlerin ne kadar büyük bir kısmını kendisi sağlayabiliyorsa, bölge/ülke dışına sızan gelirlerin oranı da o kadar azalacak ve dolayısıyla çarpan etkisi artacaktır. (Roney, 2007)

Hızla büyüyen bir sektör olarak turizmin bekli de en önemli ekonomik etkisi döviz kazancı sağlama ve buna bağlı olarak gelir yaratma etkisidir (Kuvan, 2010). Turistlerin seyahat amacıyla gittikleri ülkede/bölgede; yaptıkları harcamaları söz konusu yerin ekonomik olarak gelirinin artmasına neden olacaktır. Turistlerin ülke yada bölge ekonomisi içindeki turizm amaçlı bu harcamaları, o bölgedeki insanların gelirini ya da ücretini oluşturacaktır.

Gelir etkisi bununla sınırlı değildir. Turizm irili ufaklı bir çok sektörle ilişkili olduğundan, elde edilen turizm gelirleri diğer sektörlerdeki üretim faktörü sahipleri tarafından harcanarak ve ekonomi içinde çeşitli şekillerde el değiştirerek, diğer faktör sahiplerine de gelir oluşturacaktır.

Ancak bu noktada, kitle turizmine ve politikalara dikkat çekilmesi gereklidir. Yoğun turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği yöre/bölgelerde, halkın turizm üzerindeki kontrolü çok sınırlı olduğundan ekonomik kazanç da aynı oranda sınırlı kalmaktadır.

Gezici ve Yazgan Gül'e göre (2003), ulusal politikalar çoğunlukla, büyük ölçekli yabancı yatırımlara teşvik sağlayarak, turizm sektöründe küçük ölçekli işletmeleri ve yerel halka ekonomik yansımaları gözardı etmektedir.

Turist sayısı ve buna bağlı olarak yarattığı gelir artışı turizm sektörünün en önemli başarı ölçütüken, bu görüş günümüzde sosyal çevre üzerindeki etkisiyle değişime uğramaktadır (Göymen, 2000).

2.2.1.4 Fırsat maliyeti etkisi

Fırsat maliyeti, çeşitli kıt kaynaklar arasında seçim yapılması, seçilmeyen seçeneklerin feda edilmesi ya da kullanılmaması anlamına gelmektedir (Bahar ve Kozak, 2008). Turizm sektörü açısından, ülkelerin, kıt kaynaklarını turizm sektörüne yatırımları durumunda elde edecekleri gelirin, diğer sektörler yatırıldığı zaman elde edileceği öngörülen gelir ile kıyaslanmasına kısaca turizmin fırsat maliyeti denilebilir (Kozak ve diğerleri, 2010). Ekonomi içindeki mevcut olan kıt kaynakların, sektör ve alt sektörler arasında en iyi şekilde tahsisinin yapılması ve uygun yerlere yönlendirilmesi kalkınma sürecindeki bölgeler için kritik bir karar durumundadır.

2.2.1.5 Yabancı sermaye etkisi

Yabancı sermaye; bir ülkenin, diğer ülkelerden temin ederek ekonomik gücüne ekleyebileceği mali ya da teknolojik kaynaklar olarak tanımlanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2008).

Turizm, yabancı sermaye yatırımlarının ülkeye çekilmesinde önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Turizm sektörü açısından genel bir değerlendirme yapıldığında, yabancı sermaye yatırımlarının yararları olduğu kadar bir takım olumsuzluklara sahip olduğu da görülmektedir. Çünkü yabancı sermayede, nihai olarak bir başka ülkeye kar güdüsüyle gitmektedir ve sektör üzerinde beklenen etkileri şu şekilde sıralanmıştır (Bahar ve Kozak, 2008):

- Yabancı firmaların kendi aralarında yapmış olduğu birleşmeler, piyasada tekelci bir güç oluşmasına yol açmakta ve sonuçta yerli firmalar bunlarla rekabet edemeyerek pazar payını ve rekabetçi gücünü kaybetmektedir.

- Yabancı sermayedarların, çalıştıracakları personeli kendi ülkelerinden götürmeleri, gidilen ülkedeki istihdam yapısı üzerinde olumsuz etkiler meydana getirebilecektir.
- Yatırım için gerekli olan gelişmiş makine ve teçhizatın dışarıdan ithal edilme yoluna gidilmesi, döviz kaybına neden olacaktır.
- Yabancı firmaların; sermaye yapısı, bilgi birikimi ve teknolojik olanaklar açısından yerli firmaların çok ilerisinde olması, yerli firmaların zaman içinde bunlarla rekabet etmesini güçleştirmektedir.
- Yabancı sermaye yoluyla gelen firmaların turizm sektöründeki tüketim kalıplarını değiştirmeleri, ithal bağımlılığın artmasına yol açarak, turizmin meydana getirdiği çarpan etkisinin azalmasına neden olur.
- Yabancı firmalar yatırım maliyetlerinin artmasına neden olmakta ve bunun sonucunda ise, yerli firmalar yetersiz sermaye yapısından dolayı, yüksek fiyatlarla gayrimenkul satın alamamakta ve böylece turizm sektörüne girmekten vazgeçmektedir.
- Yabancı firmaların, ülke içinden temin edebilecekleri bazı ara mallarını dışarıdan ithal etmeleri, diğer bir olumsuz etkidir.
- Yabancı firmaların elde ettikleri gelirlerin büyük bir kısmını, ülke içinde tam anlamıyla yatırıma dönüştürmeden kendi ülkesine transfer etmesi, söz konusu ülkenin ödemeler dengesinde bir açığa yol açmakta ve böylece ülke ekonomisi bundan olumsuz etkilenmektedir.

2.2.1.6 Enflasyon üzerindeki etkisi

Ekonomi literatüründe, toplam talebin toplam arzı aşması sonucu fiyatlar genel seviyesindeki yükselmeye enflasyon denilmektedir. Daha basit biçimde, enflasyon, belirli bir dönemde, mal ve hizmetlerin ortalama fiyatlarındaki artışı ifade etmektedir. Bu artış süreci ile birlikte bir ülkede kişi başına gelir çok daha dengesiz dağılmaktadır.

Bir ülke ekonomisinde turizmin meydana getirmiş olduğu enflasyon etkisi ise değişik şekillerde görülmektedir. Turizm hareketlerinin genellikle gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru olduğu düşünüldüğünde, yabancı turistlerin gelir ve

harcama düzeyi yerli halka oranla daha fazla olacağından , herhangi bir bölgeye olan turizm talebi arttığında, o bölgedeki mal ve hizmet üreticileri ellerindeki ürünlerin fiyatlarını artırmak suretiyle talep enflasyonuna yol açacaklardır. Turizm sezonunda, bu genel fiyat artışları karşısında özellikle gayrimenkul ve arsa fiyatları da buna paralel olarak artacaktır (Bahar ve Kozak, 2008).

Aynı şekilde arazi ve gayrimenkule yönelik potansiyel talepler arasındaki rekabeti ve dolayısıyla fiyatları da arttırmaktadır. Rant artışı daha fazla tarım alanının turizme açılması ve dolayısıyla tarımsal üretimin gerilemesi anlamına gelmektedir (Roney, 2007).

Turizmin gelişmesiyle birlikte enflasyonist bir baskı oluşup oluşmayacağı aşağıdaki üç koşula bağlıdır (Bahar ve Kozak, 2008);

- 1.Bir ülkede net döviz gelirleri döviz giderlerinden daha az ise, turizmin enflasyonist bir baskıya yol açtığını söylemek mümkündür. Ülkedeki döviz arz-talep dengesi bozulacak olursa, ekonomide fiyat istikrarı sağlanamayacak ve sonuçta bu da enflasyona yol açacaktır.
- 2.Turizm sektöründe diğer sektörlerle oranla daha fazla gelir etme şansı olduğundan, diğer sektörlerden turizme yönelik bir iş ve girişimci akını başlar. Bu durumun, turizm sektörü ve sonuçta ekonominin genelinde enflasyonist bir baskı meydana getirme olasılığı bulunmaktadır.
- 3.Turizm etkisiyle harcanan ulusal para miktarı, turizmden sağlanan net döviz geliri toplamında fazlaysa, bu durumda reel döviz kuru 1' den küçük olacağı için turizmin enflasyonist bir baskı oluşturduğunu söylemek olasıdır.

Turizm sektöründe oluşacak ani ve beklenmedik fiyat hareketlerine ve dalgalanmalarına karşı, kamu ve özel sektör temsilcilerinin gereken önlemleri zamanında almaları, ülke insanının enflasyon olayından en az ve zararsız bir şekilde etkilenmesi açısından önemlidir.

2.2.1.7 İthalat etkisi

İthalat eğilimindeki artış, turizmden kazanılan dövizinin neden olduğu mal ve hizmet ithalatına yönelik döviz transferi ile ilgilidir. Gerek turizm amaçlı, gerekse turizmin toplum tüketim alışkanlıklarında ortaya çıkarabileceği etkiler nedeniyle, bazı malların yurtdışından ithali gerekebilmektedir. Turizm beraberinde teknolojik

yatırımları da getireceği için ülkenin ithal eğilimini arttırabilir. Böylece üretim faktörlerinin etkin bir şekilde kullanılması kısıtlanmış olacaktır. Bu durum, özellikle gerekli sermaye ve teknolojiye sahip olmayan geri kalmış ya da gelişmekte olan ülkelerdeki turizm hareketleri için söz konusudur. Diğer yandan dış turizme katılan, ülke vatandaşları ile birlikte çıkan döviz de görünmeyen bir ithalat etkisi yaratmaktadır (Bahar ve Kozak, 2008; Kozak ve diğerleri, 2010).

Turizm sektörü, ekonomi içindeki diğer sektörlerle oranla bazı dönemlerde daha fazla öncelik isteyebilir. Sadece turizm yatırımlarının teşvik edilmesi ise, sektörler arası dengesizliğe yol açabilir. Nitelikli içgücünün bölgeden karşılanamaması durumunda gerek bölge dışında gerekse ülke dışından işgücünün transfer edilmesi gerekebilir. Bu ise, elde edilen gelirin bir kısmının bölge dışına çıkması nedeniyle bölgede yaratılan çarpan etkisinin azalmasına yol açabilir. Benzer bir durum yabancı sermaye yatırımları için de geçerlidir. Özellikler uluslar arası turizm yatırımcıları, bir başka ülkede yaptıkları yatırımlardan elde ettikleri kazançları merkeze transfer etmektedir. Turizm bölgedeki mevcut kamu hizmetlerinin yükünü arttırabilir. Yeni alt ve üstyapı yatırımlarının yapılması, mevcut olanların yenilenmesi için ek harcamaların yapılması gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2008).

2.2.2 Yerel/bölgesel düzeydeki etkileri

Turizm sektörünün yerel ölçekte yaşanan etkilerinin birçoğu, aslında ülke ölçeğinde de yaşanmakta olup, bu durum sektörün karma ve içiçe geçmiş yapısından kaynaklanmaktadır.

2.2.2.1 İstihdam yaratıcı etkisi

İstihdam, geniş anlamda bütün üretim faktörlerinin, dar anlamda ise sadece emek faktörünün üretime katılması olarak tanımlanır. Sarı'ya göre (2007), herhangi bir sektörün ekonomi üzerindeki gözle görülebilir en belirgin etkisi, yaratılan istihdamdır. Turizm sektöründe makinalaşma ve otomasyon olanakları sınırlı olduğundan, emek yoğun üretim tarzı egemen durumdadır (Roney, 2007). Dolayısıyla turizme elverişli bölgelerdeki istihdamın temel kaynaklarından birini oluşturmaktadır.

Turizmin parasal etkilerinin yanı sıra, ekonomide yarattığı reel etkilerin en önemlisi, emek-yoğun üretim tekniğinden kaynaklanan istihdam etkisidir. Bu nedenle turizm sektörü kendisinin doğrudan istihdama katkıda bulunması ve bu sektöre girdi veren

diğer sektörlere de dolaylı istihdam olanakları sağlaması dolayısıyla, ülkedeki toplam istihdamı etkilemektedir (Tapper ve Font, 2004; Sarı, 2007). Ekonomik etkilerin sınıflandırılmasında kullanılan ölçütler istihdam için de geçerli olmaktadır.

Turizm amaçlı tüketim harcamaları ilk aşamada doğrudan istihdam etkisi oluştururken, elde edilen gelirlerin tekrar harcanmasıyla ikinci aşama olarak dolaylı istihdam etkisi sağlamaktadır. Son aşama olarak da, bölge halkının turizm işletme ve tesislerden elde ettiği geliri yeniden harcaması sonucu ek istihdam etkisi oluşturmaktadır.

Dolaylı ve uyarılmış istihdamın hacmi turizm sektörünün yerel ve ulusal ekonomi ile ne kadar ilişkili olduğuna bağlıdır. Eğer turizm harcamaları ile elde edilen gelir aynı bölgede harcanmıyorsa bölgede yaratılan istihdam azalacaktır. Benzer şekilde, sektörde ithalat eğilimi yüksek ise çarpan etkisi azalacaktır. (Roney, 2007)

Turizm mevsimlik özelliği gereği turizmin yoğunlaştığı yaz dönemlerinde turizm sektöründeki istihdam artışı, kışa oranla daha da artmaktadır (Tapper ve Font, 2004). Bu dönemlerde kalifiye olmayan işgücünün istihdam edilmesine de büyük katkı sağlamaktadır. Ancak Roney (2007); öğrenciler, emekliler ve ev kadınları gibi gerçek işsizlerin dışındaki kişiler ile niteliksiz işgücünün düşük ücretlerle istihdam edilmesi, turizmin istihdam alanında ekonomiye olan katkısının tartışmalı hale geldiğini belirtmektedir.

İstihdam edilen personelin özellikleri sıralanacak olursa; (Kozak ve diğerleri, 2010)

- Kadın personel sayısı, diğer bazı sektörlerle göre daha yüksektir.
- Kitle turizminin yoğun olduğu bölgelerde mevsimlik işgücü ile çalıştığı gözlenmektedir.
- İşgücü, sosyo-ekonomik ve sosyo-demografik açılardan karma bir özelliğe sahiptir.
- Mevsimlik özelliği olan tam ve yarı zamanlı istihdam edilen işgücünün yoğunluğu nedeniyle ne kadar kişinin istihdam edildiğini istatistiksel olarak belirlemek mümkün olmayabilir.
- İşgücünün ne kadarının doğrudan turizm sektörüne, ne kadarının bölge halkına hizmet sunduğunu saptamak güçtür.
- İşgücü devir oranı yüksektir.

- Yabancı işgücünün istihdam edilmesi mümkün olabilmektedir.
- Turizm sektörü tarafından yaratılan birçok alt-meslek grupları yüksek düzeyde beceri gerektirmemektedir.
- Turizm sektöründe istihdam edilen işgücünün sendikalaşma ve toplu pazarlık gücü zayıftır.
- Gelişmiş bölgeler ile gelişmekte ya da az gelişmiş bölgelerde istihdam edilen işgücünün özelliği ve ödenen ücret düzeyi arasında farklılıklar bulunmaktadır.

2.2.2.2 Diğer sektörler üzerinde yarattığı çarpan etkisi

Bir ülke veya bölgede turizm faaliyetlerinin gerçekleşebilmesi, özel veya kamu kesimi tarafından yapılacak yatırımlara bağlıdır. Turizmin altyapı üzerindeki net etkisini belirleyebilmek zordur. Ancak turizmden kaynaklanan gelişmelerin altyapıyı geliştirici ve yönlendirici bir etkisi olduğu söylenebilir. Turizm gelişmesinden etkilenen ve bu gelişime paralel olarak değer kazanan bir başka yatırım türü ise üstyapı yatırımlarıdır. Ziyaretçilerin gereksinimlerini karşılamaya yönelik olan bu yatırımlar yeni istihdam alanları yaratır. (Roney, 2007)

Turizm amaçlı yapılan gerek kamu gerekse özel sektör yatırımları, sadece turizm endüstrisi için değil diğer sektörler için de çekicilik yaratmaktadır (Ryan, 1991). Sadece ekonomik büyümeye doğrudan katkı sağlamakla kalmayan turizmin ileri geri bağlantıları diğer sektörlerde de canlılık yaratmaktadır (Gökovalı, 2010). Dolayısıyla turizm dışındaki sektörler için doğrudan ve dolaylı etkiler söz konusudur.

Tarım sektörü üzerindeki etkisi

Turizmin tarım sektörü üzerindeki etkisi, özellikle gelir ve istihdam üzerinde görülmektedir. Yerli yada yabancı turistlerin beslenme yani yeme ve içme gereksiniminin karşılanabilmesi için özellikle tarım sektöründe çalışan bölge insanına istihdam olanağı sağlanmasına ve iç göçün engellenmesine yardımcı olmaktadır. Tarım sektöründe çalışan nüfus, turizm sezonunda artan talebi karşılayabilmek için daha fazla üretim yapmak zorundadır. Bu yolla sağlanan tarım ürününün fiyatı da, normal sezonla karşılaştırıldığında çok daha fazla olmaktadır (Kozak ve diğerleri, 2010).

Olumlu etkilerinin yanısıra olumsuz etkilerini de göz önünde bulundurmak gerekirse; turizmin kırsal alanlarda gelişmeyle beraber ikinci konut yapımı ve satın alımında da artışlar söz konusu olmakta, bu ise turizm bölgelerindeki yerel ekonomiler üzerinde olumsuz etkiler meydana getirmektedir. Yerel halkın, faaliyette bulunduğu tarım alanlarının zamanla azalması, o bölgede yaşayan insanların ekonomik açıdan marjinal duruma düşmesine neden olmaktadır. Bu noktadan hareketle, turizm sektörünün tarım sektörü üzerinde olumlu olduğu kadar, bir takım olumsuz etkilerinin de olduğu göz ardı edilmemelidir (Bahar ve Kozak, 2008).

Sanayi sektörü üzerindeki etkisi

Turizmin sanayi sektörü üzerindeki ağırlığı ise, turizm yatırımlarının artmasıyla birlikte bu yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde çıkmaktadır. Bu etki, imalat sanayi üretiminin alt sektörlerine göre değişiklik göstermektedir. Sanayi üretimi; tüketim malı, ara malı ve yatırım malları şeklinde üç alt sektöre ayrılmaktadır. Buna göre (Bahar ve Kozak, 2008; Gülbahar, 2009);

- Turizmin tüketim malı üreten sanayiler (gıda, içki vb.) üzerindeki etkisi fazladır.
- Turizmin ara malı üreten deri, deri ürünleri ve seramik sanayi kesimi üzerindeki etkisi yüksektir.
- Turizmin yatırım malı üreten sanayiler üzerindeki etkisi fazla değildir.

Hizmet sektörü üzerindeki etkileri

Turizm, içinde yer aldığı hizmetler sektörünü de önemli ölçüde etkilemekte ve gelişmesine farklı şekillerde katkı sağlamaktadır. Hizmet sektörü üzerindeki etkileri;

- Cari tüketimle ilgili (ekmek, et, süt, meyve-sebze vb. ürünler gibi).
- Donatım sanatları ile ilgili (elektrikçi, boyacı, demirci, inşaat işçiliği gibi).
- Konforla ilgili (moda evleri, spor malzemeleri, parfümeri, gazeteci, çiçekçi, pastane, çay salonu gibi).
- Yardım ve güvenlik hizmetleri ile ilgili (sağlık tesisi, banka, sigorta, polis gibi).
- Toplum arasında lüks olarak kabul gören hizmetlerle ilgili (kuyumcu, gece kulübü, sauna, monitörler, antikacılar gibi).

- Tatil ve turizme yönelik hizmetlerin yerine getirilmesine destek (ulaşım, benzin istasyonları, eski eser, eğlence yerleri, animasyon ve rekreasyon etkileri gibi).
- O bölge kapsamındaki kamu hizmetleri ile ilgili olarak sıralanmıştır (Bahar ve Kozak, 2008).

2.2.2.3 Mevsimsellik etkisi

Turizmin mevsimlik dalgalanma özelliği kendini en yoğun şekilde konaklama sektöründe hissettirmektedir. Bunun yarattığı en önemli olumsuzluk, konaklama sektöründeki tesislerin sezon boyunca kazandıkları gelir ile bir yıl geçinmek zorunda kalmalarıdır. Böylece mevsimlik gizli işsizlik sorunu gündeme gelmektedir. Turizm sektöründeki yatırımların, düşük sermaye geri dönüş oranına sahip olduğu göz önüne alındığı zaman, mevsimlik dalgalanmaların sektöre zarar verdiğini söylemek mümkündür. Çünkü atıl kapasite fazlaştığı andan itibaren, sermayenin geri dönüş süresi azalır (Kozak ve diğerleri, 2010; Bahar ve Kozak, 2008).

2.2.3 Yerel ekonomik kalkınma sürecine turizm sektörünün etkisi

1970’li yıllarda yaşanan petrol krizi, bölge kavramının yerellik ile birlikte ele alınmasını getirmiştir. Bu dönemde, bölgelerin kendi kaynakları ile kalkınmayı sağlamaları gereği ortaya çıkmıştır. 1980’lerden itibaren etkisini gösteren küreselleşme süreci ile; bölgelerin kendilerine özgün kimlikleri, yerel kapasiteleri ve birikimleri sayesinde gelişmeyi sağlayabilecekleri anlayışı yerleşmiştir (Gezici, 1998). Günümüz rekabet koşullarının gerektirdiği farklılaşmayı yaratabilmek için, bölgesel kimlik ve öğelerini de içeren, yerel güç ve kaynaklar, ekonomik kalkınmanın itici gücü olarak değerlendirilmektedir. Küreselleşmenin getirdiği bu yeni yaklaşım, ülkeler arası değil, bölgeler hatta kentler arası karşılaştırma ve rekabet ortamını ifade etmektedir (Gezici, 1998; Tunçsiper ve Yılmaz, 2009).

Kalkınma sürecine, sektörel açıdan bakıldığında; öncelikle temel gereksinimleri karşılamaya yönelik olarak tarımda üretim başlamakta, ürün çeşitlendirmesi ve imalat için sanayi sektörünün gelişimiyle devam etmekte, son olarak gelir seviyesindeki yükselişle hizmet aktiviteleri artmaktadır (Gezici, 1998).

Yerel bir alanda kalkınmanın sağlanabilmesinde yerel dinamikleri harekete geçirebilecek sektörün seçimi oldukça önemlidir. Çünkü ülke bütününde yer alan her bölgenin farklı imkanlara, özelliklere ve sorunlara sahip olması, sektörel tercihlerle

analizin birlikte ele alındığı yeni bir planlama yaklaşımını zorunlu kılmaktadır. Bu noktada; ölçeği ve büyüme hızı ile, bu ekonomik aktiviteden pay almak isteyen bir çok kesimin dikkati turizm sektörüne yönelmektedir (Gezici, 1998; Tunçsiper ve Yılmaz, 2009; Rosentraub ve Joo, 2009).

Turizm endüstrisinin üretim özelliğinden kaynaklanan yerinde üretim ve tüketim yapılmasından dolayı, yerel kalkınma üzerinde oldukça önemli bir etkisi bulunmaktadır. Sektörel açıdan incelenmeden önce, yerel ekonomik kalkınma kavramı temel olarak ele alınmalıdır (Cunha, 2007).

2.2.3.1 Yerel ekonomik kalkınmanın tanımı

Sayın'a göre (2006), yerel ekonomik kalkınma; "yerelin yaşam kalitesini bir üst seviyeye çıkarma çabası" olarak kabul edilmektedir. Yerel ekonomik kalkınma için; yerel ve merkezi hükümetler sürecin kolaylaştırıcısı, yerel kaynakların akıl ve gönül birlikteliğine dayalı kararlı bağlılıklar ile harekete geçirilmesi ve değerlendirilmesi ise temel gereklilik olarak görülmektedir (Sayın,2006).

Helmsing (2003) ise, yerel ekonomik kalkınmanın özellikle, yerel halk ve sivil toplum kuruluşlarının yeni rolleri ile ilgili olduğu üzerinde durmuştur. Yerel kontrole vurgu yaparak, Yerel yönetimlerin, halkın, sivil toplumların ve özel sektörün arasındaki işbirliği ile mevcut olan kaynakları yönetmek, iş imkanları yaratmak ve sınırları iyi belirlenmiş alanları canlandırmak süreci olarak tanımlamıştır. Ölçek açısından sınırlarının belirlenmesi gerekirse; yerel kalkınmada il, en geniş alan ve en üst basamak olarak kabul edilmektedir (Helmsing, 2003; Tunçsiper ve Yılmaz, 2009).

Tüm bu tanımların en önemli ortak noktaları Tunçsiper ve Yılmaz (2009)tarafından şu şekilde özetlenmiştir:

- Girişimcilik yerel ekonomik kalkınmanın motorudur,
- Mevcut kaynakların rasyonel kullanılması esastır,
- Yerel içerisindeki tüm kesimlerin işbirliği kaçınılmazdır,
- Sürdürülebilir bir kalkınma ilkesi benimsenmelidir,
- Etkin bir yönetim şarttır.

Bir ekonominin temel sektörlerinin yapısı, kalkınmışlığının sınırlı kalması veya daha ileri gitmesinde önem arz etmektedir. Yerel dinamikleri harekete geçirebilecek sektörün seçimi, gelişimi, sektörel ve dar alanda verilecek teşvikler, girişimcilerin o yöreye çekilmesi, mevcut işletmelerin etkinliklerinin artırılması yerel kalkınmanın sağlanmasında oldukça önemlidir (Tunçsiper, Yılmaz, 2009).

2.2.3.2 Yerel ekonomik kalkınmada turizm sektörünün önemi

Turizm aktiviteleri, genel olarak doğal ve/veya kültürel çekiciliklerin bulunduğu alanlarda yoğunlaşırken, bu alanlara sermaye, işgücü ve geliri çekerek ekonomik büyümenin itici gücü olarak yerel ekonomiye katkıda bulunmaktadır (Gezici, Gül ve Alkay, 2007). Uluslararası turizmdeki gelişmeler, kitle turizminin yarattığı olumsuzluklara karşı alternatif turizm politikalarını ve yerel kalkınma yaklaşımlarını ön plana çıkarmıştır. Turizmin bulunduğu kent ya da bölgelerde turizm fonksiyonu ile yerel özelliklerin etkileşimi daha da önem kazanmaktadır. Bir yandan turizmin global dünyayı küçülten bir hareket olması, diğer yandan da ziyaret edilen bölgenin yerel özelliklerine dayanması, son zamanlarda global ve lokal kavramlarının bir kesişimi şeklinde ortaya atılan ‘glokalizasyon‘ terimini belki de en iyi karşılayan aktivite olarak görülmesini sağlamaktadır (Gezici ve Yazgan Gül, 2003)

Günümüzde birçok ülke tarafından ekonomik ve sosyal kalkınma politikalarının temeline oturtulan turizm; ihtiyaç duyulan döviz kazancını yaratabilen, gelirin tabana yayılmasını sağlayabilen, her kesimin pay almasına imkan veren istihdam olanaklarını arttırabilen, diğer sektörlerin de faaliyetlerini etkileyen bir endüstridir. Sanayi alanında gelişmek için yeterli kaynağa sahip olmayan fakat turizmin gelişebilmesi için gerekli potansiyele sahip alanlar teşvik edici, destekleyici bir politika ile turistik yönden kalkındırılabilir ve ekonomik kalkınmada önemli bir rol oynayabilir (Tunçsiper,Yılmaz, 2009; Sharpley, 2000). Turizm endüstrisinin ve ekonomik kalkınmanın, uluslararası rekabete açık olması, yerelde farklılaşmayı zorunlu kılmaktadır (Göymen, 2000).

Kalkınmış ülkelerde turizmin yerel kalkınmayı ve dolayısıyla bölgelerarası dengesizliği gidermede bir araç olabileceği kabul edilmiş bu ise turizmin önemli bir sektör haline gelmesini sağlamıştır. Kalkınmakta olan ülkeler de yerel gelişme

planları içerisinde turizm potansiyeline sahip olan alanlarının gelişmesi için turizm sektörünü bir araç olarak görmeye başlamışlardır (Kerr, 2003; Tunçsiper, Yılmaz, 2009).

2.2.3.3 Yerel ekonomik kalkınma faktörleri ve turizm ilişkisi

Bir ekonomik aktivite olarak turizm; çeşitli, bölümlenmiş, çok sektörlü, doğrudan veya dolaylı olarak turizm ürün ve hizmetlerinin tedarikini sağlayan, çok sayıda özel sektör girişimlerini ve yatırımlarını içermektedir (Sharpley, 2000).

Yerel ekonomik kalkınmanın arz yanlı faktörlerini (alansal ve fiziki faktörler, altyapı, finans ve sermaye, insan kaynakları, bilgi ve teknoloji, endüstriyel yapı) ve talep yanlı faktörlerini (ihracat ve kamu harcamaları) sıralayan Tunçsiper ve Yılmaz (2009), bu kaynakların yetersiz olmasını, kalkınmanın sağlanamamasına bağlamaktadır. Turizm sektörü bu kaynakların çoğu ile karşılıklı etkileşim içerisinde.

Altyapı ve turizm sektörü

Yerel kalkınmanın; hem fiziksel yaşam kalitesi açısından, hem de ekonomik açıdan sağlanabilmesi için en önemli faktör altyapıdır. Dolayısıyla ekonomik gelişme ile arasındaki ilişki çok yönlü ve karmaşıktır. Genel altyapı, turizm sektöründen bağımsız, yöre için yapılmış bir yatırım olmakla birlikte turizmin gelişmesi için de oldukça önemlidir. Turizmin gelişmesi durumunda mevcut altyapıyı geliştirmenin ekonomik yapılabirliği artar. (Tunçsiper, Yılmaz, 2009).

Turizmin etkileri üzerine yapmış olduğu çalışmada Akış (2007), Alanya örneğini göstererek, ekonomik etkilerinin yanında altyapı gereksiniminin birçok kentten bile daha önce karşılandığını vurgulamıştır.

Altyapı faktörü içerisinde bahsedilmesi gereken en önemli konulardan biri de doğal altyapı ve sektörün doğal altyapıya olan etkisidir. Çünkü altyapı faktörlerinin temelini ve en önemli sermayesini doğal faktörler oluşturmaktadır. Doğal altyapı faktörlerinin korunması, sürdürülebilirlik turizmin öncelikli ilkesi haline gelmiştir. (Tunçsiper, Yılmaz, 2009).

Finans, sermaye ve turizm sektörü

Ekonomik kalkınmanın çarkı niteliğindeki finansman, üretimin başlangıcı ve devamlılığının sağlanması için en önemli koşullardan biridir. Bunun için hem yerli

hem de yabancı sermaye gereklidir. Yerel bir alanın gelişmesinde; yabancı sermayeden çok, yerli sermaye birikimi ve finansmanı sorunu ile karşı karşıya kalınmaktadır. Turizm, bu sorunun aşılmasında önemli bir sektördür. Çünkü sektörün ekonomik etkilerinden biri de geliştiği alandaki finansal kaynakların artmasını sağlamasıdır.

Yabancı sermayelere ait işletmeler ile yerel girişimcilere ait işletmeler arasındaki çatışmaya Çin üzerinden konaklama sektörü özelinde verilen örnekte; bu iki sermaye türüne ait konaklama işletmelerinde önemli farklılıklar ve dengesizlikler bulunmaktadır. Dolayısıyla gösterilen başarı da sınırlı kalmaktadır (Gu, 2003).

İnsan kaynakları ve turizm sektörü

Fiziki kaynakların değerlendirilip ekonomik sürece aktarılmasında büyük fonksiyonu olan insan faktörü; kalkınmanın gerçekleştirilmesinde çok önemli bir yere sahiptir. Turizm, istihdam yaratmak açısından önemli bir mekanizmadır ve bu katkıyı farklı açılardan değerlendirmek mümkündür. Nitelikli işgücünü yöreye çekmesi ile birlikte, kadınların ve gençlerin istihdam edilmesindeki etkin rolü bu noktada öne çıkmaktadır (Tunçsiper, Yılmaz, 2009; Marzuki, 2009).

İstihdam yaratmanın yanında, turizm faaliyetlerinin yerel halk üzerinde olumlu ve olumsuz şekilde başka etkileri de bulunmaktadır. Turizmin etkileri niteliklerine bağlı olarak yerel halk tarafından değişik biçimlerde algılanmaktadır. Olumsuz etkiler, halkın kalkınma planlarına ve turizm sektörüne yeteri kadar katılımının sağlamamasından kaynaklanmaktadır. Özbey (2002), sektörün olumlu etkilerini; yerel halkın yaşam standartlarını, başka şekilde elde edilmesi güç olan vergi ve döviz gelirleriyle yükseltmesi olarak tanımlamıştır. Yerel alanda turizm sektörünün gelişmesi insan kaynaklarının kalitesine bağlı iken, sektörün bilinçli bir şekilde gelişmesi de yerelin beşeri sermayesi üzerinde olumlu etki yaratabilmektedir. Dolayısıyla karşılıklı bir etkileşimden söz edilebilmektedir (Özbey, 2002; Tunçsiper, Yılmaz, 2009).

Teknolojik gelişme ve turizm sektörü

Teknoloji, ekonomik açıdan bakıldığında, verimlilik arttırıcı bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle, ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi adına bir zemin oluşturduğu söylenebilmektedir. Genel olarak hizmet

sektörlerinin dinamik yapısından kaynaklanan, sürekli yenilenme gerekliliği, teknoloji alanında da gelişmeyi zorunlu kılmaktadır. Turizm sektörünün teknolojik gelişmelere olan etkisi, yine iki yönlü bir etkileşimi işaret etmektedir.

Teknolojinin gelişiminin, turizm sektörü üzerinde, turizme katılımı arttırmak ve ucuzlatmak gibi etkileri olduğu savunulmaktadır. Bilişim teknolojileri, sektörün yapısal değişiminin dinamiği haline gelmiştir. Bilgi ve teknoloji kullanımı, turizm işletmelerinin müşteri hacmini, hizmet kalitesini, hız ve etkiliğinin artmasını sağlarken, maliyetlerin düşmesini, yeni fırsatlardan yararlanılmasını ve böylelikle rekabet avantajı elde edilmesini sağlamaktadır (Şahin ve Akdoğdu, 2002).

Turizm endüstrisi, sektör içi işletmelerin doğrudan kullanımının yanında, destek hizmeti sağlayan birçok sektörü de teknolojinin gelişimine ayak uydurmaya itmektedir.

Endüstriyel yapı ve turizm sektörü

Kentin tüm sektörlerinin ve ekonomik boyutlarının ilerlemesini sağlamak yerel kalkınmanın amacıdır. Endüstrinin kendisi gelişirken mümkün olduğu kadar çevresindeki endüstrileri de (sürüklenen endüstriler) geliştirme özelliğine sahip olmalıdır.

Uzun yıllardan beri gelişmeye ve sürükleyici sektör olma özelliğine sahip en müsait sektör olarak "sanayi" sektörü kabul edilmiş, bu durum da iktisadi kalkınma ile sanayileşmenin eşanlamda kullanılmasına sebep olmuştur (Tunçsiper, Yılmaz, 2009). Ancak hizmet sektörünün gelişimi ve turizmin diğer endüstrilerle bağlantısının oldukça kuvvetli olması, yerel ekonomik kalkınma açısından artan önemini özetlemektedir. Diğer sektörlerle olan güçlü ilişkiler ekonomik anlamda çoğunlukla olumlu sonuçlar doğurmakta, ancak bu sürecin de bir takım kısıtları ve maliyetleri olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır (Göymen, 2000).

Ekonomik büyüme ve kalkınma sürecinde geliştirilmesi gerektiği kabul edilen sanayi sektörü için gerekli sermaye birikimine sahip olunmaması durumunda turizm sektörünün döviz kazandırıcı özelliği sanayinin finansmanında da en etkili alternatiflerden biri olabilmektedir (Tunçsiper, Yılmaz, 2009).

Turistik işletmelerin; ekonomik ve toplumsal kalkınmanın itici gücü olarak görülen ‘KOBİ’ statüsünde bulunması, teşvik ve yardımlardan yararlanmak adına önem teşkil etmektedir.

İhracat ve turizm sektörü

Belirli bir alanın ekonomik kalkınmasının ilk itici gücü, yerel bir alandan diğer yurtiçi ve yurtdışı alanlara yapılan ihracattır. Çünkü, ihracattan sağlanan gelirin harcanması çarpan etkisi yaratmaktadır, ayrıca ihracatçı sektörün gerisel bağlantıya sahip sektörlerinde de üretim artışına neden olmaktadır. Ulusal, bölgesel ve yerel bazda, ihracat odaklı sanayileşmenin gerçekleştirilmesinde görünmeyen ihracat olan turizm sektörü bir araç olarak görülebilir. Bir ülkenin mal ve hizmetlerini müşterinin ülkesine kadar göndermek zorunluluğu olmadığından, turizm sektörü hizmet ihraç eden bir sektör olarak dünya ekonomisinde de öneme sahiptir (Tunçsiper, Yılmaz, 2009).

Kamu harcamaları ve turizm sektörü

Turizm, başta bölgesel kalkınmaya yaptığı katkılar, yatırımları uyarıcı etkileri, sağladığı gelir ve istihdam olanakları olmak üzere çok sayıdaki nedenden dolayı kamu kesiminin üzerinde önemle durduğu sektörlerin başında gelmektedir (Yağcı,2007). Bir ülkede veya bölgede turizmin gelişmesinde, doğrudan doğruya olmasa da altyapı hizmetlerinin gerçekleştirilmesi konusunda kamu kesimine önemli görevler düşmektedir.

Kamu kesiminin, turizm için yapmış olduğu harcamalardan bazıları; gerekli altyapıyı hazırlama çalışmaları, turizmi teşvik etmek için yaptığı harcamalar, idari harcamalardır. Kamu kesimi turizm faaliyetleri ile ilgili planların uygulanmasında çeşitli teşvik ve önleyici finansal araçlar kullanmaktadırlar (Marın ve Eraslan,2007). Turizm sektörü, kamu kesimi için harcamaları artırıcı etki yaratırken, kamu kesimi gelirlerini artırıcı etkisi de bulunmaktadır. Kamu kesimi denince, turizmin gelişmesinde özellikle yerel yönetimler etkin gücü olarak dikkat çekmektedir. Çünkü turizm yerel yönetimlerin gelirlerini, altyapı hizmetlerini dolaylı olarak etkilemektedir. Bağlantılı olarak, yörede ihtiyaç duyulan hizmetlerin daha çabuk ve öncelikli olarak yerine getirilmesi sağlanmaktadır. (Tunçsiper, Yılmaz, 2009).

2.2.3.4 Gelişmekte olan ülkelerde turizmin etkileri

Gelişmekte olan birçok ülke, ihtiyaç duyduğu ekonomik hareketlilik için, yabancı yatırımlara ve sermayeye turizm sektörü aracılığıyla ulaşabilmektedir (Marzuki, 2009).

Turizm talebinin turist gönderen gelişmiş ülkelerde oluşup yönlendirilmesinden dolayı, gelişmekte olan ülkelerdeki turizm endüstrisi, bu ülkelerin gelişmiş olan ülkelere olan bağımlılığını yeni bir bağımlılığa dönüştürmektedir. Kontrolün gelişmiş ülkelerin elinde olması, gelişmekte olan ülkelerin bağımlılığı ve zarar görebilirliğini arttırmaktadır. Bağımlılık ilişkisi bir taraftan batılı tüketim kalıplarının getirdiği mal ve hizmetlerin karşılanması noktasında ortaya çıkarken, öte yandan uluslararası şirketlerin turizm endüstrisindeki hakimiyetinden kaynaklanmaktadır. Batılı turistlerin tüketmek istedikleri malların ülkede üretilmemesi durumunda bu malların ithalatını artırırken, diğer yandan da yabancı personel istihdamı ve yerli personelin yurtdışında eğitimi için yapılan ödemeleri artırır. Bu durum ülke dışına sızan turizm gelirlerinin artması ve dolayısıyla çarpan etkisinin beklenenin altında gerçekleşmesi demektir. Roney (2007), önemli bir ekonomik faaliyet olan turizmin, gelişmiş batılı ülkelere gelişmekte olan ülkeler tarafından ithal edilen bir endüstri olduğunu ifade ederken, Gezici ve Yazgan Gül (1998), gelişmekte olan ekonomilerin, çoğunlukla koloni dönemine ait geçmişleri ile ilişkili olarak turizm sanayi tarafından sömürüldükleri üzerine vurgu yapmaktadır.

Turizmin bir ticaret biçimi olarak rekabeti artırması, 1970 ve 1980'li yıllardan başlayarak otellerin, havayollarının ve tur operatörlerinin uluslararası düzeyde giderek artan oranda yatay, dikey ve diyagonal bütünleşmeye giderek, turizm sektörünü kontrol altına almalarına neden olmuştur. Yatay bütünleşme, aynı sektör ve üretim alanında faaliyet gösteren işletmelerin; dikey bütünleşme, aynı sektörde ancak farklı üretim alanlarında faaliyet gösteren işletmelerin; diyagonal birleşme ise, iletişim teknolojilerinin gelişimi ile tamamen farklı sektörlerde yer alan işletmelerin bilgi ortaklığı yapmalarını ifade etmektedir (Roney, 2007).

Değişik alternatiflerle gelişmekte olan ülkelerdeki turizm endüstrisini denetleyen ve kontrol altında tutan bu işletmeler, yaratılan turizm gelirin önemli bir bölümünün ülke dışına sızmasına yol açmaktadır. Roney (2007), gelişmekte olan ülkelere turizmin çoğu kez coğrafi olarak yalıtılmış ve turistlerin muhtemel tüm ihtiyaçlarının karşılandığı tatil köyü ve resort gibi kapalı bölgeler içinde geliştiği dikkate alındığında; turizmin bölgeler arasındaki eşitsizlikleri ortadan kaldırarak, ulusal gelirin daha dengeli bir biçimde dağılmasına yardım etme işlevini ne ölçüde yerine getirebildiğinin de tartışma konusu olduğunu belirtmiştir.

2.2.4 Turizmin ekonomik etkilerinin ölçülmesi

Turizm ülke ekonomileri üzerinde mikro ve makro olmak üzere çeşitli etkilerinin olduğu görülmektedir. Turizm gelirlerinin bir ekonomi içindeki etkisi ise üç şekilde ortaya çıkmaktadır; (Bahar ve Kozak, 2008; Yağcı, 2007; Brida, Pereyra, Devesa, 2008).

Doğrudan etki; turistlerin gittikleri bölgedeki oteller, restoranlar, alış-veriş merkezleri vb. yerlerden bir turizm ürününü satın almasından kaynaklanan ve doğrudan harcama yapmaları sonucunda elde edilen gelir,

Dolaylı etki; birinci aşamaya bağlı olarak ticari işlemler sonucu ortaya çıkan ve işletmeler arası işlemler için yapılan harcamalardan elde edilen gelir,

Tetikleyen-uyarılmış etki; turizmde elde edilen gelirin, sektörde istihdam edilen ya da turizmden kazanç sağlayan diğer kişiler tarafından harcanması sonucu elde edilen gelir.

Bu üç tür etkinin ülke ekonomisindeki katkılarını bütünüyle değerlendirebilecek ya da ölçebilecek güvenilir bir yöntem bulunmamakla birlikte, turizmden elde edilen doğrudan gelirin belirlenmesi nispeten daha kolaydır.

Turizmin ekonomik etkilerini ölçmekteki esas zorluk, turizmin bir bölgedeki doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkilerinin toplamını yansıtan bir verinin bulunmamasıdır. Birçok farklı sektörden oluşması, ekonomik etkinin ölçülmesini daha da karmaşık hale getirmektedir (Brida ve diğ., 2008).

Turizm harcamalarının tam ve kesin bir ölçümünün yapılamaması, turizmle ilgili diğer ikincil verilerin de yetersizliği nedeniyle istatistiksel bilgilerin daha çok turistlerle yapılan anketler sonucu elde edilen birincil verilere dayanması ve turizmin bir sektörler kesitinden oluşması; turizmin ulusal ekonomideki yerinin tam olarak ortaya konulması önünde önemli bir engeldir (Kerr, 2003; Yağcı, 2007; Styne, 1997).

Turistin bir ülkeyi ziyaret etmesi ve para harcaması sonucu ortaya çıkan turizmin ekonomik etkileri iki aşamalı olarak ölçülmektedir. Birincisi, birincil etkilerin ölçülmesinde kullanılan yöntemler; ikincisi de, turizm hareketleri sonucu ekonominin bütününde oluşan ikincil ve uyarılmış etkileri ölçmede kullanılan yöntemlerdir (Bahar, Kozak, 2008; Styne, 1997).

Turizmin ekonomik etkileri belirli bir takım yöntemler kullanılarak ölçülmeye çalışılmaktadır. Bu ölçümlerde, temel olarak belli başlı göstergeler değerlendirmeye alınmaktadır. Uygulamada 3 yöntem bulunmaktadır. Çarpan yöntemi ve girdi-çıkı analizi makro-ekonomik düzeyde, ad-hoc yöntemi yerel düzeyde etkileri hesaplamaya yönelik yöntemlerdir (Ryan, 1991).

Turizm meydana getirdiği ekonomik etkilerin birinci ve en önemlisi turist harcamaları oluşturmaktadır. Birincil etkilerini ölçmede kullanılan yöntemler; turist harcamalarının gözlenmesi yöntemi, alan araştırmaları yöntemi, tüketici araştırmaları yöntemi, banka kayıtları yöntemi, artık gelirler yöntemi, mevsimsel fark yöntemi, uydu hesaplama yöntemi, harcama oran yöntemi, maliyet faktör yöntemi şeklinde sıralanmaktadır (Bahar, Kozak, 2008)

Turizmin ikincil etkilerini ölçmede kullanılan yöntemler;

Çarpan yöntemi; temel olarak, ek bir birimlik bağımsız harcamanın ekonomide yaratacağı gelir akımını açıklamaya yarar (Yağcı, 2007). Turizm sektöründe, turistlerden elde edilen her bir birim gelir, ekonomi içinde el değiştirerek diğer kişi ve işletmeler için gelir oluşturmaktadır. Elde edilen bir birimlik gelirin yaratmış olduğu miktarın başlangıçtaki miktara oranlanması sonucu elde edilen katsayı da turizm gelirin çarpan katsayısını göstermektedir. Bu noktada dört tip turizm çarpanından söz etmek mümkündür: satış çarpanı, ürün çarpanı, istihdam çarpanı, gelir çarpanı (Yağcı, 2007) Ekonomistler, ulusal ekonomide çarpan nedeniyle geniş kapsamlı bir gelir etkisi oluşturan turizmin, üretim ve işgücü üzerindeki etkilerini değerlendirmek için bu yöntemi kullanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2008).

Turistlerden gelir elde eden işletmeler, verdikleri hizmeti sürdürebilmek için farklı sektörlerden olan işletmelerden mal ve hizmet satın alırlar. Böylece, turistlerden elde edilen gelirin bir kısmı tekrar harcama yoluyla ekonomiye geri döner. İlk yapılan harcama sıfırlanana kadar dalga dalda ekonomiye yayılmayı sürdürür (Gezici, 1998; Roney, 2007; Yağcı, 2007).

Çarpan nedeniyle oluşan gelirin tamamı ekonomi içinde kalmamakta ve belirli bir kısmı sızıntı şeklinde ekonomi dışına çıkmaktadır. Çarpan modelinde gelirin her el değiştirmesi yeni vergi, tasarruf ve harcama demektir (Roney, 2007). Bu sızıntılar ne kadar büyükse, çarpan etkisi ile oluşan gelir etkisi o kadar küçük olmaktadır. Bir turizm ülkesinde, ithalat eğilimi çok yüksekse ve turistlerden elde edilen gelirin

büyük bir kısmı çeşitli nedenlerle ithalat harcaması şeklinde ülkeyi terk ediyorsa, çarpan etkisi o ekonomi için çok düşük olacaktır.

Armstrong ve Taylor (2000), çarpan etkisinin, turistlerin harcama alışkanlıklarına ve tüketim eğilimine göre değişebileceği gibi, ekonomiye yayılması açısından zaman faktörünün de önemine vurgu yapmaktadır. Çarpan yönteminin olumsuzluklarına da değinen Armstrong ve Taylor (2003), ekonominin kapasite sabiti, bölgeler arası etkileşim faktörü, uzun vadede geri dönüş, üretim ve istihdamla ilgili alt sektörlerin bilgi eksikliği gibi konuları vurgulamıştır.

Girdi-çıktı modelleri; girdi-çıktı analizi, çarpan yönteminden daha kapsamlı ve gelişmiş bir modeldir. Farklı sektörler arasındaki arz ve talep etkileşimleri dikkate alınarak bu etkilerin ekonomideki yansımaları ortaya konmaya çalışılır. Leontief'in geliştirdiği bu analiz yöntemi, her mala olan toplam talebin karşılanabilmesi için, bir ekonomide bulunan n tane sektörün, hangi miktarlarda üretim yapması gerektiği sorusuna yanıt aramaktadır. Girdi-çıktı modellerinin en önemli özelliği; sektörler arası bağıllığın göz önüne alınması ve her sektörün diğer sektörlerden ne kadar girdi aldığı ya da tam tersi ne kadar çıktı verdiğinin araştırılmasıdır. Girdi-çıktı analizi, bir ekonomide belirli bir dönemde sektörler arası girdi-çıktı tablolarının düzenlenmesiyle yapılır (Bahar, Kozak, 2008 ve Yağcı 2007).

Bu tablolarda, ekonominin üç temel sektörü yani tarım, sanayi ve hizmetler ile ihracat ve ithalat da göz önüne alınarak sektörler arasındaki değişim oranları araştırılır. Girdi-çıktı analizindeki en büyük sorun, işlemler tablosu olan girdi-çıktı tablolarını oluşturan güvenilir ve uygun zamanlı veriyi elde etmektir.

Ekonomiyi bir bütün ve sektörleride bu bütünün parçaları olarak düşünürsek, herhangi bir sektörde meydana gelen ekonomik canlanma ya da durulma zincirleme olarak diğer sektörleri ve sonuçta tüm ekonomiyi olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilecektir.

Tüm dünyada genelini kapsayacak şekilde turizmle ilgili bölgesel veri eksikliği ve turizmin bir sektör kesiti olması nedeniyle hangi faaliyetin bu sektöre ait olup olmadığının tam anlamıyla belirlenememesi gibi sorunlar, yöntemin uygulanması konusunda yaşanan zorluklardan bazılarıdır.

2.3 Turizmin Ekonomik Etkilerinde Konaklama İşletmelerinin Rolü

Turizm esas itibariyle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri de içine alan bir sektör konumundadır. Turizm işletmeleri;

Ulaştırma İşletmeleri; turizm, özü itibariyle geçici bir yer değiştirme hareketidir. Turizm ürününü oluşturan turizm işletmeleri arasında ilk sırada ulaştırma işletmeleri gelmektedir. Kara, hava, deniz ve demir olmak üzere 4 ayrı dala ayrılmaktadır.

Konaklama İşletmeleri; insanlara birincil olarak güvenli barınma olanağı sunmak olmak üzere, onların konfor, dinlenme, yeme-içme, eğlenme gibi gereksinimlerini de karşılayan konaklama işletmeleri kendi içinde otel, motel, tatil köyü, pansiyon, dağ oteli, termal tesis gibi çeşitlere ayrılmaktadır.

Yiyecek-içecek işletmeleri; çoğunlukla müstakil hizmet sunan işletmelerdir. Konaklama işletmelerinin bünyesinde yer alabilmektedirler. Hızlı yiyecek sunan işletmeler, pastaneler, gece kulüpleri, başta olmak üzere sınıflandırılmaktadırlar.

Tur operatörleri ile seyahat acentaları; toptancı ve aracılık hizmetlerini yerine getiren işletmelerdir. Tur operatörleri toptancı işletmelerdir ve paket tur gibi birleşik ürünleri oluştururlar. Seyahat acentaları ise aracılık hizmeti sunan işletmeler olarak turizmin kapsama alanı içinde işlevlerini yerine getirmektedirler (Kozak ve diğerleri, 2010).

Diğer turizm işletmesi çeşitleri arasında rekreasyon işletmelerini, hediyelik eşya üreten ve pazarlayan işletmeleri, fuar ve kongre hizmeti sunan işletmeleri, turizm basını ve turizm bölgesi bazında daha pek çok işletmeyi kapsama almak mümkündür.

2.3.1 Konaklama işletmeleri ve özellikleri

Tarihin çok eski dönemlerinden bu yana şekil ve içerik bakımından pek çok değişiklik göstermiş olsa da, çeşitli gereksinimlerini karşılayan birimler olarak kabul gören otel işletmelerinin, dünyadaki ilk örnekleri olan hanlar, M.S. birinci yüzyılda hizmet görmeye başlamıştır. Özellikle paranın iktisadi bir değişim aracı olarak

kullanılmaya başlandığı dönemlerle birlikte, ticari içerikli olarak artış gösteren seyahatler hanlara duyulan gereksinmeyi arttırmıştır. Endüstri Devrimi'ne kadar daha çok gezginlerin ve tacirlerin konakladıkları mekanlar olan hanlar Endüstri

Devrimi'nin iktisadi alanda getirdiği büyük değişimlerin bir sonucu olarak yerlerini giderek günümüzün modern otel işletmelerinin ilk örneklerine bırakmaya başlamıştır (Azaltun ve diğ., 2008).

Konaklama, turizm ürünü oluşturan temel bir unsurdur ve turizm ekonomisindeki en geniş ve yaygın alt sektördür. Seyahat eden insanların başta konaklama olmak üzere, yeme-içme, eğlenme gibi ihtiyaçlarını yerine getirebilmeye dönük olarak yapılandırılmış, personeli, mimarisi, uygulamaları ve müşteriyle olan bütün ilişkileri belli kurallara ve standartlara bağlanmış olan işletmeler şeklinde tanımlamak mümkündür (Sharpley, 2000; Azaltun ve diğ., 2008).

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun 37 maddesinin (a) bendi uyarınca çıkarılan Turizm Yatırımları ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği'ne göre otel işletmeleri, asıl fonksiyonları müşterilerin geceleme gereksinimlerini karşılamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, eğlenme gereksinimleri için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir şeklinde tanımlanmaktadır.

Otel işletmelerini endüstri işletmelerinden ayıran kendine özgü bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunlar, turizm sektörünün sahip olduğu özelliklerden kaynaklanmaktadır (Azaltun ve diğerleri, 2008).

Ürün bakımından otel işletmelerinin farklı özellikleri

En önde gelen özelliklerden bir tanesi, üretimin günün farklı zamanlarına yayılmasıdır. Üretilen mal ve hizmetler, dayanıksız bir yapıdadır. Mal ve hizmetlerin stoklama, bekletilme gibi gelecek dönemlere aktarılma özelliğinin bulunmamasıdır. Üretim ve satış eş zamanlı olarak yapılmaktadır. Üretim büyük oranda emek gücüne bağlıdır.

Teknoloji ürünleri otel işletmelerinde yoğun olarak kullanılmaya başlanmış olsa bile, üretilen mal ve hizmetlerin niteliğinden dolayı üretim büyük oranda emek gücü ile gerçekleştirilmektedir. Birçok hizmetin gelişmiş makineler yardımıyla gerçekleştirilmesi gereklidir.

Üretim, çoğunlukla hizmet ağırlıklı olarak yapılmaktadır. Otel işletmelerinin bazıları 365 gün hizmet sunanlar. Buda insan gereksinimlerinin zamana bağlı olmayan bir çizgide yansımından kaynaklanmaktadır.

Çalışanlar bakımından otel işletmelerinin farklı özellikleri

Bir farklılık da, otel işletmelerinde görev alan personelin işlevi açısından ortaya çıkmaktadır. Mal ve hizmetlerin hazırlanması ve özellikle de sunulması sırasında personel arasında tam bir uyumun ve yardımlaşmanın olması gerekmektedir. Takım oyunu olarak da nitelendirilen bu çalışmayı personel, karşılıklı yardımlaşma ile hizmetin sunulmasını sağlamaktadır. Otel işletmelerinde toplam kalite adı verilen yönetimi yaklaşımını giderek daha fazla kendini göstermektedir.

Personelin çalışma alanı ile müşterilerin kullanıma ayrılan mekanlar genellikle aynıdır. Müşteri ile personelin ilişkilerinin yoğunluğu önemlidir. Otel işletmelerinde personelin moral durumu ile müşteri tatmini arasında doğrusal bir ilişkinin söz konusu olmasıdır.

Personelin fiziksel durumu, konaklama işletmelerinde mal veya hizmetlerin sunulmasında müşteri üzerinde genellikle doğrudan etkili olan unsur olmaktadır. Otel işletmeleri, kadın çalışanların endüstri işletmelerine göre daha fazla istihdam edildiği bir alandır. Yine kadın yöneticilerin bütün işletme alanları içerisinde en çok otel işletmelerinde çalışıyor olduklarını göstermektedir.

Pazarlama bakımından otel işletmelerinin farklılık özellikleri

Pazarlama faaliyetleri dinamik bir süreç gerektirmektedir. Pazarlama faaliyetlerine konu olan mal ve hizmetler otel işletmelerinde bileşik ürün özelliğine sahiptir. Otel işletmelerinin paket programlar şeklinde sundukları ve otel işletmesinin pek çok hizmetini içine alan hizmetleri de bileşik kapsamına girmektedir. Pazarlama faaliyetleri soyut biçimlerde gerçekleştirir. Otel işletmeciliğinde pazarlama dağıtım kanalları tersine işletmektedir ve müşterinin ürünü satın almak için ürünün üretildiği mekana gelmesi gerekmektedir. Endüstri işletmelerinde tüketiciye ulaştırmak zordur.

Yatırım bakımından otel işletmelerinin farklı özellikleri

Otel işletmelerinin yatırımları genellikle büyük sermayeye gereksinme duyar. Emek-yoğun oldukları kadar, sermaye-yoğun yatırımlardır. Otel yatırımları, büyük oranda istihdam alanı yaratma potansiyeline sahiptir. Genellikle yatak başına 0.5 ile 1.1 arasında değişen oranlarda istihdam yaratma potansiyeline sahiptir. Otel yatırımları, altyapı yatırımlarına son derece yüksek bağımlılık gösterir. Sosyal fayda yaratma potansiyelleri endüstri işletmelerine oranla yüksektir.

2.3.2 Konaklama işletmelerinin organizasyon yapısı ve tedarik

Turizm endüstrisi birçok faaliyet kolunu içerisinde bulundurduğundan dolayı tedarik kavramı, literatürde tüm bu faaliyet kollarını kapsayacak şekilde ele alınmıştır. Tez kapsamında konaklama işletmeleri özelinde değerlendirme yapılacağından; genel olarak turizm endüstrisindeki tedarik zinciri kavramı, konaklama işletmelerinde dış kaynak kullanımı (outsourcing) kavramı, kitle turizmi ve konaklama işletmelerinde herşey dahil sistem uygulamaları ve konaklama işletmelerinin temel departmanları ele alınmıştır.

Tedarik zinciri

Konaklama işletmeleri, hizmet yoğun nitelikleri ve sabit maliyetlerinin yüksekliği ile çevresini etkileyen ve çevresinden etkilenen bir özellik göstermektedir (Türksoy, 2005). Sektörün temel bileşenlerinden olmasından dolayı; konaklama sektöründeki büyüme ve gelişme, turizm destinasyonunun gelişmesi ve başarısı ile genel olarak yakın ilişkilidir. Bu sebeple planlama sürecinde de belirleyici rol oynamaktadır (Sharpley, 2000).

Turizm, farklı hizmet ürünlerinin birleştirilerek bir arada sunulduğu bir "koordinasyon-yoğun" bir endüstri türüdür (Li ve Tang, 2009). Bu sebeple tedarik konusu diğer sektörlerden daha fazla dikkat gerektirmektedir. Tedarik zinciri ve yönetimi kavramları sanayi sektörü çerçevesinde son 20 yıldır geniş bir biçimde ele alınmakta, ancak turizm ile ilgili yapılan çalışmalar oldukça sınırlı kalmaktadır. Bu konunun ihmal edilmesinin sadece turizme özgü olmadığı, hizmet sektörü genelinde de tedarik yerine pazarlama konusunun ağırlık kazandığı görülmektedir (Zhang ve diğerleri, 2009; Font, Tapper, Schwartz ve Kornilaki, 2008).

İletişim ve bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişme ile birlikte, küresel turizm pazarındaki rekabet ortamı, sektörde yer alan her kademedeki firmayı, rekabet avantajı geliştirmeye zorlamaktadır. Ancak geleneksel tedarik zinciri modelleri; kendiliğinden gelişen, planlanmamış ve sıkı bağları olmayan; bu rekabet ortamına uyum sağlamakta güçlük çekmektedir. Bir tedarik zinciri altında faaliyet gösteren firmalar, rekabetçi avantajlara sahip olabilmektedir. Bu ortamda firmalar arası değil, tedarik zincirleri arasında bir mücadele söz konusudur. (Xinyue ve Yongli, 2008; Chen, 2009; Zhang ve diğerleri, 2009).

tedarikçilere ürün ve hizmet tedariki sağlayan ikinci basamak tedarikçilerdir (Font ve diğerleri, 2009; Huang ve diğerleri, 2010).

Turizm hizmetlerini doğrudan sunan birinci basamak tedarikçilerden, konaklama işletmeleri ve bunların ikinci basamak tedarikçileri tez kapsamında yapılan alan araştırmasının temelini oluşturmaktadır. Satın alma ve tedarik işlemleri disiplinler ve sektörler arası özellik taşıyan konaklama işletmeleri, bölümleri bazında değerlendirilmiştir.

Dış kaynak kullanımı (outsourcing)

Ürün ya da hizmetlerin işletmelerin kendisi tarafından üretilmesi yerine, başka işletmelerden daha ucuz ve kaliteli olarak sağlanması, günümüzde yaygınlaşan bir yönetim biçimidir. İşletme için ekonomik ve verimli bir yöntem olarak kabul edilen dış kaynaklardan yararlanma (outsourcing), otel işletmelerinde esas faaliyet alanı olan konaklanmaya odaklanmasına yardımcı olmaktadır. İşletmelerin ticari fonksiyonlarını işletme dışından bir gruba devretmesi şeklinde tanımlanan bu kavram, asgari ölçüde emek ve maliyet, azami ölçüde de iş yapabilmeyi sağlamaktadır. Piyasa rekabeti sonucu ortaya çıkan dış kaynak kullanımı, önceden belirlenmiş olarak kullanılan ve dışsal nitelikli bir tedarik biçimidir. (Türksoy, 2005).

Konaklama işletmelerinde dış kaynaklardan yararlanma, ilk olarak 1980'li yıllarda yıllarda Fransa'da kullanılırken, 1997 yılında Seferihisar'da bulunan Atlantis Tatil Köyü Türkiye'deki ilk uygulama örneğidir (Türksoy, 2005).

Konaklama sektöründe; yiyecek-içecek bölümü, temizlik ve çamaşırhane hizmetleri, bilişim hizmetleri, satış ve pazarlama bölümleri ile birlikte; önceden tanımlanabilir ve kolayca ulaşılabilir olmasından dolayı eğlence aktiviteleri, ilaçlama, makine ve teçhizatların bakım onarımı, güvenlik, rutin muhasebe işleri ve insan kaynakları hizmetleri dış kaynaklardan yaygın olarak yararlanılan alanlardır (Türksoy, 2005).

Maliyet düşürme, hizmet kalitesinin yükseltilmesi, esnekliğin artırılması, sunulan hizmetin geliştirilmesi söz konusu yönetim biçiminin avantajları; tam tersi yönde maliyet artışı - kârda azalma, hizmet kalitesinin düşmesi, kontrolün kaybedilmesi, işletme bilgilerinin rakiplerin eline geçme riski ve müşteriler üzerindeki olumsuz etkiler de dezavantajlar olarak sıralanmaktadır (Türksoy, 2005). Bu tedarik biçimi, işletmelerin maliyet ve risk azaltma, verimliliği artırma amacına hizmet etmektedir (Lam ve Han, 2005).

Kitle turizmi ve herşey dahil sistem

Kitle turizmine hizmet etmeye yönelik olarak, paket turlar ve herşey dahil tatil sistemleri son yıllarda yaygın olarak tercih edilen tatil türü haline gelmiştir. Paket tur kavramı, Yang ve diğerleri (2009) tarafından, turizmin bileşenlerinden (ulaşım, konaklama ve diğer yardımcı hizmetler) en az iki tanesinin önceden belirlenmesi olarak tanımlanmıştır. Kitle turizminin yaygınlaşması ile yaşanan deneyimler, turizmin çekici ekonomik yararlarının yanında, birçok olumsuz ve önceden kestirilemeyen etkisinin olduğu görülmektedir (Yang, Huang, Song, Liang, 2009; Korça,1998).

Bu tür bir turizm politikasını uygulamaya geçirebilmek için, sadece konaklama açısından değil, diğer faaliyetler ve altyapı açısından da geniş alanlara gereksinim bulunmaktadır. İzole turizm bölgeleri ve tatil köyleri, mevcut yerleşmeden ve toplumdan fiziksel olarak ayrı planlanmış ve yerel halkın doğrudan yararlanması amaçlanmamıştır. Bir çok ülke örneğinde, tatil köyü şeklindeki turizm gelişim modeli yereli ucuz işgücü olarak kullanırken, ulusal elit kesim ve yabancı yatırımcıların yüksek gelir kazanmasını sağlamaktadır (Gezici, Yazgangül, 2003). Bu durum özellikle az gelişmiş ülkelerde daha da ön plana çıkmıştır. Turist gereksinimlerinin bir paket dahilinde karşılandığı herşey dahil sistemlerin uygulanması, yerel girişimcilerin sistemin dışında kalmasına ve sosyo-mekansal ayrışmaya neden olmaktadır (Erkuş Öztürk, 2010).

1983 yılından itibaren Türkiye turizmi geleneksel olarak deniz-kum-güneş üçlüsü çerçevesinde gelişmiş, turizm talebi geleneksel turizmde yoğunlaşınca, yatırımlarda geleneksel turizmin canlı olduğu kıyı şeridinde yoğunlaşmıştır. Bu kapsamda, özellikle Antalya kıyı şeridi olmak üzere geleneksel turizme hizmet veren otel işletmeleri, düşük fiyat stratejisi ile herşey dahil sisteme geçmişlerdir (İnce ve Duman, 2007). Bu sistemi türkiyede ilk uygulayan , marco polo tatil köyüdür. Daha sonra Antalya, marmaris ve bodrum gibi geleneksel turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu yörelerde yaygın olarak kullanılmaya başlamıştır (İnce ve Duman, 2007).

Konaklama işletmelerinin temel bölümleri

Oteller, asıl fonksiyonları müşterilerin geceleme gereksinimlerini sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir. Çeşitli özellikleri

bakımından birbirlerinden ayrılmakta; dolayısıyla, örgütsel yapılarında da bir takım farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu nedenle, tüm otel işletmeleri için geçerli olan tek bir örgüt yapısından söz edilemez (Azaltun ve diğerleri, 2008). Tez kapsamında, konaklama işletmelerinin bölümleri bazında elde edilecek tedarikçi bilgileri için, konaklama tesislerin temel bölümleri ele alınmıştır:

Yönetim bölümü; insanları olduğu kadar diğer tüm kaynakları da amaçlar doğrultusunda etkili ve verimli kullanmayı kapsamaktadır. Otel işletmelerindeki yöneticileri iki şekilde sınıflandırmak mümkündür. Bunlardan birincisi, sahip-yöneticilerdir. İkinci grup profesyonel yöneticilerdir.

Ön büro bölümü; müşterilerin otele giriş, konaklama ve çıkış aşamalarında çeşitli hizmetleri yerine getiren bir bölümdür. Diğer bölümlerle işbirliği yaparak, bilginin toplanması ve dağıtılması işlemini de gerçekleştirmektedir. Ön büro bölümü otelin beyni olarak da tanımlanmaktadır. Otelin özelliklerine göre farklılaşan diğer hizmetlerin hazırlanması, sunumu ve ücretlerinin tahsil edilmesi, ön büronun müşterileri ve diğer bölümleri bilgilendirmesi ve yönlendirmesi ile mümkün olmaktadır.

Kat hizmetleri bölümü; otel işletmelerinin odalar fonksiyonu altında yer almaktadır. Otelin temizliği, bakımı ve düzeninden sorumlu olan bu bölümün fonksiyonel alanı mutfak ve depolar hariç yaklaşık tüm oteli kapsadığından oldukça geniş bir görev alanı bulunmaktadır. Bu nedenle, kat hizmetlerinin, otel işletmelerinin maliyet ve verimliliğinde önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir.

Yiyecek-içecek bölümü; müşterilerin her türlü yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Yiyecek ve içecek maddelerinin değişik yöntemlerle tedarik edilmesini, korunmasını ve depolarda saklanmasını gerçekleştirmektedir. En önemli işlerinden biri yiyecek-içecek kontrolüdür. Bu kontrol maliyet kontrolünü de kapsamaktadır. Özellikle maliyeti yüksek olan ve suistimali daha sık gerçekleşen alkollü içeceklerin kontrolü önemlidir.

İnsan kaynakları bölümü; bir işletmede en üst yöneticiden en alt kademedeki niteliksiz personele kadar her çeşit iş veya meslekte çalışanları kapsamaktadır. Son yıllarda otel işletmelerinin insan kaynaklarının bazı fonksiyonlarını yerine getirmek amacıyla işletme dışı kaynakların kullanıldığı görülmektedir.

Muhasebe bölümünün otel işletmelerindeki diğer bölümlerle koordinasyon içinde çalışması gerekmektedir. Bu sayede, gerçekleştirilen tüm işlemlerin muhasebeleştirilmesi mümkün olacaktır. Böylece, otel yöneticileri işletmelerindeki tüm bölümlerin görebilecektir.

Pazarlama bölümü; otel işletmelerinde önce satış yapıldığı daha sonra hizmetin sunumu gerçekleştiği için pazarlama çabaları üretim öncesinde yerine getirilmektedir. Otel işletmelerinde bu hizmetlerin yürütülmesinde farklı uygulamalar söz konusu olabilmektedir. Buna göre; bir birim olarak örgütlenebileceği gibi pazarlama yönetimi dışarıdan profesyonel şirketler tarafından yürütülmektedir.

Destek hizmetler; otelin müşteri servisi, üretimi ve gelirleri ile doğrudan sorumlu olmayan hizmetler olarak tanımlanmaktadır. Bu tür hizmetler yardımcı rollere sahiptir. İşletmeden işletmeye farklılık gösterebilmektedir. Buna göre; insan kaynakları, muhasebe, pazarlama, güvenlik, teknik servis ve animasyon bölümlerinden oluştuğu görülmektedir.

3. TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜ VE KONAKLAMA İŞLETMELERİ

3.1 Türkiye’de Turizmin Gelişim Süreci

Türkiye’de turizm sektörünün ortaya çıkışı ve gelişim süreci öncelikle Cumhuriyet öncesi dönemden başlanarak ele alınmıştır. O dönemlerde oldukça zayıf olan turizm hareketleri, cumhuriyetin ilanından sonra, hatta özellikle planlı kalkınma dönemlerinde gerçek gelişim sürecine girmiştir.

Turizmin gelişimi Türkiye’de 1930’lara dayanmakta ve Cumhuriyet’in kuruluşunun hemen ardından artan bir ivme ile devam etmektedir (Duman ve Kozak, 2010).

Türk konaklama işletmeciliğinin kökenini oluşturan han ve kervansarayların ilk örnekleri ise ribatlardır. Ribat, islam devletlerinde askeri amaçla sınır boylarında bulunan güvenlik yapılarıdır. Savaş sırasında stratejik öneme sahip noktalarda inşa edilen bu yapılarda, geceleme, depolama alanları ile hamam, ahır gibi bölümler de yer almaktaydı. Türkiye’de konaklama işletmeciliği Batı ülkelerinden yüzyıllarca önce başlamıştır. Batı’da ilk örnekleri İngiltere’de görülen hanlar konaklama hizmetlerini henüz ilkel bir biçimde yerine getirmeye çalışırken, Anadolu’ya yerleşen Türkler yolcuların her türlü konaklama ve yeme-içme gereksinimlerini karşılayacak kervansaraylar kurmaya başlamışlardır. Kervanlarla yolculuk yapan kalabalık insan topluluklarının her türlü gereksinimlerini karşılamak amacıyla kurulan kervansaraylar, büyük ve dönemine göre üstün konfora sahip konaklama tesisleri olarak varlıklarını yüzyıllarca sürdürmüşlerdir (Çavuş, Öncüer., 2009).

Osmanlı döneminde kervansaraylarda verilen ücretsiz hizmetin, devletin ve hayırseverlerin mali güçlerinin tükenmesi nedeniyle, artık karşılanamaması ilk otellerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylece modern anlamda konaklama faaliyetleri 19.yy ortalarında hareketlilik kazanmaya başlamıştır.

1841 yılında açılan ve adı daha sonra “Alp Otel” olarak değiştirilen “Hotel d’Angleterre”, bölgedeki ilk otel olma özelliğini taşımaktadır. Türkiye’de modern otel işletmeciliği, Pera Palas Oteli’nin 1872 yılında İstanbul’da faaliyete geçmesiyle

başlamıştır. Yine aynı yılda açılan “Büyük Londra Oteli” ve 1914 yılında açılan “Tokatlıyan Oteli” bölgede önem taşıyan lüks işletmelerdir. Yabancı şirketlerin özellikle de acente taşımacılık alanında çalışanların başlattıkları konaklama yatırımlar, birkaç istisna dışında Türkiye’nin ilk konaklama tesisleri sayılmaktadır (Çavuş, Öncüer, 2009; Kozak ve diğerleri, 2010).

Cumhuriyet sonrası dönem ise; kalkınma planlarının, planlı gelişmede önemli bir dönüm noktasını ifade etmesinden dolayı, planlı dönem öncesi ve sonrası olmak üzere ele alınmıştır.

3.1.1 Planlı dönem öncesi (1923-1962)

1923 yılında Cumhuriyet’in ilanı ile temelleri atılan Türkiye Cumhuriyeti her alanda olduğu gibi turizm sektöründe de yeni bir yapılanmaya yönelmiştir. Türkiye’de ilk defa turizmdeki yatırımların teşvik edilmesi amacıyla 1950 yılında Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu çıkarılmış ve bunun için Türkiye Emlak Bankası’nda bir milyon TL’lik Turizm Kredisi Fonu oluşturulmuştur (Çavuş, Öncüer, 2009).

Sırasıyla 1953-1954 yıllarında çıkarılan Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu ve Yabancı Sermaye Yatırımlarını Teşvik Kanunu gerçekleştirecek olan turizm yatırımlarını destekleyici bir nitelik taşımaktadır. Böylece girişimcilerin yatırım yapmaları teşvik edilmiş, turizm yatırımlarına 10 yıl süre ile vergi muafiyeti sağlanmış ve yabancı sermayenin de turizm alanına girişleri kolaylaşmıştır. Bu hukuki düzenlemelerin hemen ardından 1955 yılında Hilton Oteli, 1956 yılında Divan Otelinin açılmasıyla turizm ve konaklama sektörü, önemli bir gelişme kaydetmiştir (Bozok, Şahin, 2009).

Yine aynı yıl, başta turizm yatırımlarına finansal destek sağlama ve turizm faaliyetlerini geliştirme amacı ile kurulan T.C. Turizm Bankası A.Ş., Türkiye’de öncü ve örnek konaklama tesislerinin yapılmasında ve işletilmesinde en önemli kurumdur (Çavuş, Öncüer, 2009; Göymen, 2000). TURBAN adıyla ardarda birçok konaklama tesisi ve seyahat acentesini faaliyete sokan T.C. Turizm Bankası A.Ş., o dönemde Türkiye’nin en büyük otel ve tatil köyü zincirini kurmuştur.

Bunların yanısıra; yol, liman, havaalanı gibi altyapı yatırımlarında hızlı artış sağlanarak ulaştırma ve haberleşme sistemlerinin iyileştirilmesinde büyük gelişme kaydedilmiştir (Bozok, Şahin, 2009).

Türkiye’de 1960’dan itibaren ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmanın hızlandırılması, uygulanan politikalar arasında uyum sağlanması, toplumsal ve kültürel dönüşümün uyumlu yönlendirilmesi ve ekonomiye rasyonel kamu müdahalesini sağlamak amacıyla kalkınma planlarının hazırlanması ve uygulanması fikri benimsenmiştir (Çavuş, Öncüer, 2009). Bu planların hazırlanması amacıyla 1960’da Devlet Planlama Teşkilatı’nın kurulması, Türkiye’de planlı kalkınma dönemine geçişi sağlamıştır.

3.1.2 Planlı dönem (1963'ten günümüze)

Devletin öncü rol üstlendiği, 1983 yılına kadar olan dönemde, turizm ile ilgili GSYH’a katkı sağlamak, döviz kazancını arttırmak, yeni iş imkanlarıyla istihdam yaratmak, yabancı turistlerle beraber yerli turiste de tatil olanakları sağlamak hedeflenmektedir. Prensip olarak devlet ve özel sektör birlikteliğiyle, devletin, fiziksel ve sosyal altyapı yatırımı yapma, ülke imajı oluşturma ve turizm ürünü pazarlama gibi temel olarak üstlendiği sorumluluklar bulunmaktadır. Sağlanacak teşvikler ile, konaklama ve diğer faaliyetlerle ilgili yatırımlar, çoğunlukla özel sektörden beklenmektedir (Göymen, 2000). 1961 anayasasından sonra kurulan DPT, turizmi de bir plan çerçevesi içerisinde iktisadi ve sosyal ilkelere bağlamaya çalışmıştır (Andaç,2000). Türkiye’de planlı sistemin yürütülmesine ilişkin planlama sürecinin plan hazırlama ve uygulamayı izleme aşamasında yer alan etkinliklerin yerine getirilmesi doğrudan, uygulamanın yönlendirilmesi ise dolaylı olarak bu teşkilatın görevidir (Bozok, Şahin, 2009).

Türkiye’de uygulanan planlar “kalkınma tipli planlar”olarak nitelendirilmekte ve süre bakımından üç ayrı plan uygulanmaktadır:

- Perspektif planlar(uzun vadeli)
- Beş yıllık kalkınma planları (orta vadeli)
- Yıllık programlar (kısa vadeli)

DPT’nin kuruluşuyla başlayan bu dönemde, kalkınma planlarının hazırlanmaya başlanması dışında, Seyahat Acentaları Birliği’nin kurulması, Turizm Master Planı hazırlanması ve “Turizm ve Tanıtma Bakanlığı”nın kurulması sektör için oldukça önemli adımlardır (Göymen, 2000). 1934’te Ekonomi Bakanlığı’nın bünyesinde

bulunan ve 1963'te ayrı bir bakanlık haline gelen Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, turizm sektöründe kamusal yapılanmanın da başlangıcını temsil etmektedir (Duman ve Kozak, 2010).

Türkiye'nin Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) stratejisi vizyonu da "yerel dinamiklere ve içsel potansiyele dayalı gelişme sağlanması" olarak belirlenmiştir. Turizm ise "öncelikli geliştirilecek sektör" olarak kabul edilmiştir ve üç ana politikasından biri "bölgelerarası gelir ve gelişmişlik dengesizliklerinin azaltılması yönünde turizm sektörünün katkıda bulunması" dır (Tunçsiper, Yılmaz, 2009, Gülbahar, 2005; Erkuş Öztürk, 2010).

Türkiye'de, tesislerle ilgili yasal düzenlemeler çerçevesinde, konaklama tesisleri ve diğer turizm tesisleri, bazı belgelendirme işlemlerine tabi tutulmaktadır. Türkiye'de turizm tesisleri, 'turizm işletme belgeli' ve 'belediye belgeli' olmak üzere iki grupta değerlendirilmektedir. İşletme belgeli otel işletmeleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın denetimi altında işletmecilik faaliyetlerini sürdürürken, belediye belgeli otel işletmelerinin denetimi ise belediyelere ait olmaktadır. Belge sınıflamasının dışında, turizm işletme belgeli konaklama tesisleri, dünya standartlarına uygun olacak biçimde beş ayrı yıldıza ayrılmıştır. Bu sınıflama, önceden saptanmış ve konaklama tesisinin her hizmet birimi için sahip olduğu mimari ve diğer donanımlarına bakarak yapılmaktadır. Ancak yıldızlamada personelin kalitesi ile ilgili kriterlere çok az yer verilmesidir. Otellerin, yıldızlama ve denetlenmesinden doğan bütün yetkiler, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda toplanmıştır (Azaltun ve diğerleri, 2008).

3.2 Türkiye'de Turizmin Ekonomik Etkileri

Cumhuriyet'in kuruluşundan 1950'lere kadar; dünyada olduğu gibi ülkemizde de bir bölgesel ayırma gidilerek bölgesel kalkınma politikası uygulama düşünce ve bilinci bulunmamaktaydı. 1950-1960 döneminde ise; altyapı yatırımlarına ve kırsal kesime yönelik hizmetlere ağırlık verilmiştir. 1963 yılından itibaren hazırlanan Kalkınma Planları dahilinde, bölgesel dengesizliği gidermek için sistemli bir yaklaşım izlenmiştir. (Tayfun ve Ünlüöner, 2009; Kılıçlar, Ünlüöner, 2005; Gülbahar, 2009)

1980'lere kadar izlenen sanayileşmeyi teşvik politikaları ve beraberinde gelen güçlü bir devlet müdahalesini gerektirmiştir. 1960'larda uygulanmaya başlanan Beş Yıllık

Kalkınma Planları'nda temel politikalar, her sektör için ulusal düzeyde değerlendirilmiştir. Turizm bu aşamada, sanayileşme ve kalkınma sürecini hızlandıran bir alt sektör olarak yer almıştır. Kısa vadede ekonomik krizlerin etkisi ile başa çıkmak için, turizm ihracata yönelik büyüme stratejisinin bir parçası olarak, tekrar ulusal ekonomik büyümeyi tetikleyici sektör olarak belirlenmiştir (Erkuş Öztürk, 2010).

Turizm sektöründe bir reform niteliğindeki, 1982 Turizm Teşvik Kanunu, merkezi yönetim tarafından turizm bölgesi/merkezi olarak tanımlanan yerlere yönelik yatırımlar için fırsat yaratmıştır. Ancak bu noktada altı çizilmesi gereken bir nokta da, turizm bölgesi/merkezi ilan edilmeyen yerlerdeki yatırımların bu teşvikten yararlanma şanslarının olmamasıdır. Büyük ölçekli yatırım projelerine öncelik verilerek, düşük faizli krediler, kamu arazilerinin ve özellikle orman alanlarının tahsisi, %40 oranında sübvansiyon, elektrik, su ve gazda indirim, vergi muafiyeti gibi araçlarla hayata geçirilmeye çalışılmıştır (Erkuş Öztürk, 2010; Göymen, 2000).

Türkiye'nin, kısa vadede ekonomik yarar sağlama amacıyla, turizmde kontrolsüz büyümesi, doğal kaynaklar üzerinde artan bir baskı ile karşı karşıya kalınmasına yol açmaktadır (Kuvan, 2010). Teşviklerin ana hedeflerinden biri olan fiziksel kapasitenin artırılması için gereken tesislerin yer seçimi, orman alanlarına yönelmiştir. Turizm açısından potansiyel taşıyan ve turizmin temel kaynakları arasında yer alan doğal ve kültürel alanların korunması da hedefler arasında yer alsa da, bu konu, yapılan düzenlemelere ve planlama çalışmalarına yeteri kadar yansıtılmamıştır.

Turizmin en önemli ekonomik boyutu olan gelir arttırma, sektörel gelişme çerçevesinde, sadece kalkınma planlarında değil uygulamalarda da, çevresel etkilerin değerlendirilmesinin, doğal ve kültürel kaynakların korunması gerekliliğinin her zaman önüne geçmiştir (Kuvan, 2010).

Verilen yatırım teşviklerinin dağılımına bakıldığında, hizmet sektörünün diğer sektörlerle oranla daha fazla pay aldığı görülmektedir. Bu yatırımlar özellikle turizm üzerine odaklanmıştır. Özel sektör, bu hızlı gelişim sürecinde yönlendirici rol üstlenmektedir. Bu noktada merkezi yönetimin müdahaleleri (arazi ıslahı, altyapı, planlama ve kalkınma projeleri) özellikle kitle turizmine yöneliktir (Erkuş Öztürk, 2010).

Neoliberal politikaların etkisi altında, dünya turizmindeki eğilim, arz ve talebin küreselleşmesi, ulaşım ve haberleşmedeki teknolojik gelişme ile desteklenen, müşteri profili ve tercihlerini etkileyen bu değişim birçok ülkede turizm sektörünün yeniden yapılandırılmasını gerektirmiştir. Destinasyonlar arası küresel rekabet ortamında ayakta kalabilmek için güçlü ve zayıf yönlerin iyi tanımlanarak, sunulan turizm ürününde ve fırsatlarda fark yaratmak ve bunu başarılı bir şekilde pazarlayabilmek gereklidir (Göymen, 2000; Duman ve Kozak, 2010).

Türkiye’de de, dünyada yaşanan sürece benzer şekilde aşamalardan geçerek gelişme gösteren turizm, karmaşık sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Bir yandan olumlu yönde ekonomik bir büyüme yaşanırken, diğer yandan mevcut bölgesel dengesizliği pekiştiren sosyo-ekonomik ve mekansal kutuplaşmaya ve özellikle kıyı alanlarda çevresel tahribata neden olmaktadır (Göymen, 2000). Özellikle Akdeniz ülkelerinin kıyı alanlarındaki gibi Türkiye’de de iklimsel avantaj nedeniyle, iç kesimlerle yaşanan bölgelerarası dengesizlik daha da belirgin hale gelmiştir. Turizmin gerek uygulanan politikalar, gerekse mevcut potansiyeller sebebiyle mekansal ayrılma ile gelişme gösterdiği Türkiye’de sahil kesimi, iç kesimlere göre daha ayrıcalıklı durumdadır (Göymen, 2000; Gezici, Gül ve Alkay, 2007).

1980 sonrası dönemde her alanda olduğu gibi turizmde de yaşanan yapısal değişikliklerle, yoğun olarak desteklenen özel sektör yatırımları artmıştır. Bu artış aslında, hedefler doğrultusunda, fiziksel kapasite artışı anlamında gerçekleşmiştir. Ziyaretçi sayısı, turizm geliri ve diğer ekonomik göstergeler de takip eden yıllarda paralel olarak artış göstermiştir (Gökovalı, 2010).

Günümüz rekabet koşullarına göre düşünülmüş; sektörle ilgili ana hedefler olarak; uluslararası rekabet, maksimum ekonomik fayda, sürdürülebilir turizm gelişimi, tarihi ve kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi benimsenmiştir. Ancak; gerek politikalardan gerekse uygulamalardan, sürdürülebilirlik ve koruma ile ilgili gerçekleştirilen performansın yeterli olmadığı söylenebilmektedir (Göymen, 2000).

Son 30 yıldan fazla, turizm gelişimini planlama ve politika oluşturma çabaları öncelikle deniz-kum-güneş turizmi üzerine yoğunlaşmış ve rekabet stratejileri kitle turizmi odaklı oluşturulmuştur (Duman ve Kozak, 2010).

Kitle turizmine paralel olarak; dünyada olduğu gibi Türkiye’de de iklimsel, coğrafi ve morfolojik özelliklerinin uygunluğu nedeniyle, kıyı alanları odaklı bir gelişim

izlenmekte ve yatırımlar için kıyı alanları öncelikli görülmektedir. Bu eğilim, turizm yatırımları ile birlikte Türkiye'nin "kıyılaşma" sürecini göstermekte ve kıyı alanlarındaki yerleşimlerin sosyo-ekonomik düzeylerini etkilemektedir (Gezici, Gül, Alkay, 2007). Diğer taraftan üretilen turizm ürününü, türüne ve bölgesine göre ayırma girişimleri, küresel pazardaki eğilimle uyumlu olarak gerçekleşmektedir. Talebi ülkenin farklı bölgelerine yaymak, bir tür ürün farklılaşma stratejisidir. Bu noktada farklı özellikteki destinasyonlar ve potansiyeller önem kazanmaktadır (Duman ve Kozak, 2010). Göreceli olarak az gelişmiş iç bölgelerde bu tür yeni tatil biçimlerinin ve yeni turizm merkezlerinin gelişimi, taşıma kapasitesine neredeyse ulaşmış durumda olan kıyı bölgelerin yükünü hafifletmesi beklenmektedir (Göymen, 2000).

Turizmin kıyı ağırlıklı gelişimi günümüzde halen devam etmekte olup, geçmişi 1963 yılına dayanmaktadır. Ek olarak, 1982 yılı Turizm Teşvik Kanunu'nun getirdiği olanak ve kolaylıklar da Akdeniz ve Ege kıyıları odaklı yatırımların artışına neden olmuştur. Kıyı turizmine alternatif arayışları, iç kesimlerde yeni turizm merkezleri yaratılması ve böylelikle turizmin ülke sathında daha dengeli dağılımının sağlanması çabaları ise 1990'lı yıllarda başlamaktadır (Gezici, Gül, Alkay, 2006). Bugün Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca belirlenmiş turizm merkezleri, koruma ve gelişim bölgelerine bakıldığında, turizm potansiyeli olan birçok il bu kapsamda ele alınmıştır. Farklı turizm türlerini geliştirmeye ve iç kesimlerin de turizmden payını almasına yönelik olarak yapılan bu girişim, söz konusu illerin belirlenmiş potansiyelleri çerçevesinde pazarlanmasına yardımcı olması beklenmektedir (Şekil 3.1).



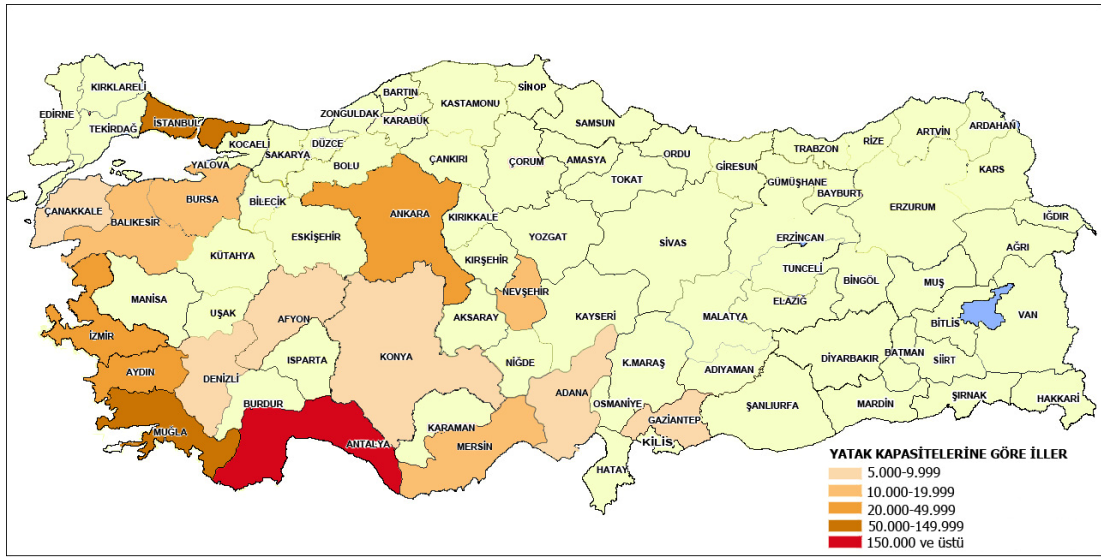
Şekil 3.1 : Turizm merkezleri ve koruma- gelişim bölgeleri

Türkiye'nin önde gelen ve en çok bilinen turizm destinasyonlarını içine alan uzun bir sahil şeridi, ülkenin en önemli turizm kaynağını oluşturmaktadır. Akdeniz, Ege Denizi, Marmara Denizi boyunca uzanan bu sahil şeridi, deniz-kum-güneş turizmine hizmet etmeye yönelik pazarlanmaktadır. Alvarez (2010), pazarlama konusunun, gelişmiş ülkelerin aksine, Türkiye'de merkezileşmiş olmasına eleştiri getirmekte ve bakanlığın sorumlu tek kurum olmasının, sadece bütçe yetersizliği açısından değil, turizm destinasyonları arasında dengesizliğe yol açabileceğine de dikkat çekmektedir. Alternatif turizm türlerinin yeterince planlanmış olmaması nedeniyle, destinasyonların kendilerini pazarlayabilme yetenekleri gelişmemektedir.

Gezici, Gül ve Alkay (2007)'in; turizm aktivitelerinin yoğunlaştığı Ege ve Akdeniz kıyılarında yer alan kıyı ilçelerinin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerinin turizm ile ilişkisi değerlendirilmiş ve analiz kapsamında, 7 ili (Antalya, İzmir, Aydın, Muğla, Çanakkale, Balıkesir ve Yalova) temsil eden 26 kıyı ilçesi incelenmiştir. Buna göre Kemer, Marmaris, Alanya, Bodrum ve Manavgat gibi görece olarak gelişmiş ilçelerde, DPT'nin gelişmişlik göstergelerine, turizm göstergeleri (ziyaretçi sayısı, geceleme, ortalama kalış süresi, doluluk oranı ve yatak kapasitesi) de eklendiğinde, sosyo-ekonomik gelişmişlik olumlu yönde bir değişim ortaya çıkmıştır. Turizm talebinin en yüksek ve kalış sürelerinin en uzun olduğu Türkiye'nin en önemli destinasyonları olma özelliğine sahip olan bu ilçelerde, turizmin ekonomik etkisi oldukça belirgin durumdadır. Antalya ve Muğla'nın turizmin pozitif etkilerinden en fazla yararlanan ilçeleri kapsadığı ve güneyin kuzeye göre turizmden daha fazla fayda sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyo-ekonomik gelişmişlikle turizm arasında karşılıklı pozitif bir ilişki olduğunu kanıtlayan bu çalışma, Türkiye'de de dünyadaki gibi turizm aktivitelerinin belirli alanlarda yoğunlaştığını ve özellikle görece olarak gelişmiş bölgelerde gelişmeyi artırıcı etki yarattığını ortaya koymaktadır.

Turizmin gelişim süreci genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye de dahil birçok ülkede görülen temel sorunlar; dışa bağımlılık, yabancı sermaye hakimiyeti, sosyo-ekonomik ve mekansal kutuplaşma, çevresel tahribat, kültürel yabancılaşma, sosyal kontrol ve kimlik kaybı şeklinde sıralanmıştır. Turizm yatırımlarının büyük bölümünün yerli sermaye ve girişimciler tarafından yapıldığı göz önüne alınırsa; dışa bağımlılık ve yabancı sermaye hakimiyetinin Türkiye için sorun oluşturmadığı söylenebilmektedir (Göymen, 2000).

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2009 yılı verilerine göre, Türkiye’de turizm açısından kıyı alanları halen öncü durumdadır (Şekil 3.2). En önemli turizm göstergelerinden biri olan fiziksel kapasite ve diğer temel göstergeler açısından başta Antalya olmak üzere, İstanbul, İzmir, Muğla ve Ankara illerinin öne çıktığı görülmektedir. Aynı göstergelerle tüm illere bakıldığında ise 16 ilin, turizm endüstrisi bakımından diğer illerden gelişmiş olduğu söylenebilmektedir. Turizm göstergeleri açısından, 16 ilin toplamı, Türkiye toplamının %75’ten fazlasını yansıtmaktadır. Bu durum turizm sektörünün özellikle Ege ve Akdeniz kıyılarında yığılmış olmasını göstermektedir (Çizelge 3.1).



Şekil 3.2 : Yatak kapasitelerine göre iller

Çizelge 3.1 : Turistik illere ait turizm göstergeleri ve gelişmişlik sıralamaları (2009). *Kültür ve Turizm Bakanlığı 2009 verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.*

	GELİŞMİŞLİK SIRALAMASI 2003	GELİŞMİŞLİK SIRALAMASI 2010	TESİS SAYISI	YATAK SAYISI	TESİSE GELİŞ SAYISI	GECELEME	ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ	DOLULUK ORANI(%)
ADANA	8	18	42	6823	283 288	421 178	1,5	32,65
AFYONKARAHİSAR	44	44	18	7325	203 165	374 485	1,8	35,12
ANKARA	2	2	174	24784	1 494 764	2 369 868	1,6	33,7
ANTALYA	10	7	785	343340	8 840 502	43 827 453	5	58,9
AYDIN	22	20	100	32607	774 361	2 497 233	3,2	53,77
BALIKESİR	15	23	79	11162	398 025	848 878	2,1	35,5
BURSA	5	5	68	10290	398 950	698 737	1,8	36,62
ÇANAKKALE	24	16	52	5232	320 933	475 976	1,5	36,09
DENİZLİ	12	11	27	6240	832 934	916 761	1,1	48,51
GAZİANTEP	20	13	38	5058	258 644	382 547	1,5	33,37
İSTANBUL	1	1	459	92154	4 256 312	9 093 489	2,1	41,13
İZMİR	3	3	179	41399	1 394 599	3 359 998	2,4	45,27
KONYA	26	24	30	5189	353 023	469 383	1,3	39,62
MERSİN	17	22	66	19018	285 063	477 849	1,7	29,36
MUĞLA	13	8	508	134030	2 087 705	9 910 440	4,7	52,92
NEVŞEHİR	34	42	54	10098	659 211	1 188 573	1,8	41,81
TOPLAM			2679	754749	22 841 479	77 312 848		
TÜRKİYE			3379	840221	26 526 820	82 916 475	3,1	48,9
TURİSTİK İLLERİN TÜRKİYE GENELİNE ORANLARI (%)			79,28	89,83	86,11	93,24		

4. MANAVGAT İLÇESİ TURİZM YAPISI VE ALAN ARAŞTIRMASI

Hizmetler sektörü içerisinde büyük pay sahibi olan turizm, yapısı gereği birçok koşuldan etkilenir durumdadır. Bu sebeple örnek alan çalışması bulgularına geçmeden önce; bölgesel ölçekte Antalya'ya da değinerek, yerel ölçekte Manavgat ilçesinin genel özellikleri ve turizm sektörü açısından mevcut yapısının ortaya konulması gerekmektedir.

4.1 Manavgat Hakkında Genel Bilgiler

4.1.1 Tarihsel gelişim

Antalya bölgesi, Türkiye'de bilinen en eski yerleşmeleri kapsamaktadır (Gezici,1998). Tekirova (Phaselis)'dan Alanya'ya kadar olan bölgeyi ifade eden Pamphilya antik bölgesinin içinde yer alan Manavgat'ta yerleşim MÖ VII-VI. yüzyılda başlamıştır. Kuruluşuyla ilgili kesin bir tarihe rastlanmamakla beraber, bir yerleşim merkezi halini alması yaklaşık 200 yıl öncesine dayanmaktadır. 1820 yıllarına doğru gelişim güneye, kıyıya doğru ilerlemiş ve bugünkü Manavgat köylerini oluşturmuştur (Gezici,1998; Matso, 2009).

19. yüzyılda Alanya'ya bağlanan Manavgat, Cumhuriyet'in kurulması ve Antalya'nın vilayet olması ile birlikte Antalya'ya bağlanmış ve 1924'te ilçe olmuştur (Matso, 2009).

İlçede; Yunan, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinden kalma eserler mevcuttur. Side'deki antik tiyatro ve tapınak, Homa köyünden başlayıp Side'ye ulaşan su kemerleri ve köprüler, Selçuklu dönemine ait Köprü Çayı köprüsü, Hisar Kalesi, Kargı hanı, birçok çeşme ve Osmanlı dönemine ait Manavoğlu kalesi başlıca kalıntılar arasında sayılabilir (Matso, 2009).

4.1.2 Coğrafi konum ve iklim

Antalya bölgesi; Antalya kent merkezine göre doğu ve batı olmak üzere ikiye ayrılırken, Manavgat ilçesi doğu bölümde bulunmaktadır. Batıda Köprüçay Irmağı

Serik ilçesi ile, doğuda Alara Çayı da Alanya ilçesi ile komşu olan Manavgat, 647 km.'lik Antalya sahil şeridinin 64 km.'lik bölümünü oluşturmaktadır. (Gezici,1998; Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, 2007; Matso, 2009). Deniz ve kumsal özellikleri, turizm açısından yörenin en temel tercih unsuru olmasından dolayı, turistik tesisler de bu sahil boyunca yayılım göstermektedir.

Antalya Ovası'nın doğu kesimini oluşturan Manavgat bölgesinde, % 0 ila 3 arasında değişen eğime sahip olan ovalar, kıyıdan içeri 25-30 km. girmekte ve kıyıya paralel olarak ortalama 10 km.'lik genişlikte bir bant şeklinde uzanmaktadır (Matso, 2009). Akarsu yapısı olarak yüksek bir akış hızına ve debiye sahip olan Manavgat Irmağı ve oluşturduğu Manavgat Şelalesi, kentin en başta gelen imaj unsurlarıdır. Kent merkezinin de içerisinden geçerek denize dökülen akarsu üzerinde, Oymapınar ve Manavgat Barajları mevcut olup, elektrik gereksinimini sağlamada önemli rol oynamaktadır.

İklimsel veriler; Antalya bölgesinin sahil kesiminde tipik Akdeniz İklimi, yüksek bölgelerinde tipik karasal iklim hüküm sürmekte olduğunu göstermektedir. Bu iklim yapısı kuzeye gidildikçe, yani deniz etkisinden çıktıkça, sertleşmektedir. (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, 2007; Matso, 2009).

Bölgenin kuzeyinde yılda ortalama 145 gün, güneyinde ise 300 gün güneşli geçmektedir. Neredeyse yarıyariya olan bu oran, kıyıya paralel uzanan dağlarının etkisinden kaynaklanmakta ve turizm sezonun yıl boyunca devamlılığını sağlamaktadır (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, 2007; Matso, 2009).

4.1.3 İdari yapı

Antalya'nın merkez ilçeleri de dahil toplam 19 ilçesinden biri olan Manavgat, 1924 yılında ilçe olmuştur. Hızlı gelişmeye paralel olarak göç alarak, bugün, dokuz belde belediyesini (Side, Ilıca, Çolaklı, Evrenseki, Sarılar, Taşagıl, Oymapınar, Gündoğdu, Kızılot) ve 78 köyü sınırlarında bulundurmaktadır. Bu beldelerden turizm kimliği ile ön plana çıkanlar; başta Side olmak üzere Ilıca, Çolaklı, Evrenseki ve Gündoğdu'dur (Matso, 2009).

4.1.4 Demografik yapı

Antalya bölgesi ele alındığında, kıyı kesimlerde nüfusun, iç kesimlere oranla daha hızlı arttığı görülmektedir. DPT'nin verilerine göre Antalya, 1995-2000 yılları

arasında en yüksek nüfus artış sahip il durumundadır. Tarihi ve doğal güzellikleri nedeniyle turizm yatırımlarını çeken bölge, beraberinde göçü de getirmektedir (Gezici, 1998). 2009 yılı TÜİK'in Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine göre, Manavgat'ın nüfusu 81.903'ü ilçe merkezinde olmak üzere, toplam 179.379' dur ve Antalya il nüfusunun %9,3'ünü oluşturmaktadır. Ancak turizm sezonunda ilçeye gelen yerli ve yabancı turistlerle, mevsimlik çalışan elemanlar da dahil edildiğinde ilçe nüfusunun 500 bini aştığı tahmin edilmektedir (TÜİK, 2010; Matso, 2009).

4.1.5 Ekonomik yapı

TÜİK verilerine göre, istihdam ve GSYH değerleri 2006 yılından bu yana bölge düzeyinde verilmekte olup, iller bazında en son açıklanan rakamlar 2001 yılına aittir. Antalya-Isparta-Burdur bölgesi için hizmetler sektörü, istihdama göre %52,2'lik bir pay alırken, GSKD açısından %69,3 orana sahiptir. Bu veriler ışığında, bölgedeki turizm sektörünün yoğunluğu ıspatlanmaktadır. Öte yandan; Antalya ili, ovaları ile tarımsal potansiyel ve ekolojik uygunluk açısından Türkiye tarımında önemli bir yere sahiptir. Kıyı kesimi portakal, muz, avakado gibi tropikal bitkilerin yetiştirilebilmesinin yanında sera tarımına da uygunken, kıyıdan uzak kesimlerde elma, armut, ayva gibi meyve türleri yetiştirilmektedir (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, 2007).

Manavgat ekonomisi ise merkezde ve bazı beldelede turizme ve buna bağlı olarak ticarete dayanmakla birlikte, kırsal kesimde ve köylerde tarıma dayalıdır. Hububat, endüstri bitkileri, örtü altı ve açık alan sebzeçiliği, yem bitkileri, meyvecilik – özellikle narenciyecilik– ve süs bitkileri alanında tarımsal üretimin yanı sıra, büyükbaş ve küçükbaş hayvancılığı da bulunmaktadır. Sanayi çok gelişmemiş olmakla birlikte, tarım ve ticarete dayalı küçük işletmeler ve tarım makineleri imalathaneleri faaliyet göstermektedir (Matso, 2009).

4.1.6 Ulaşım

Antalya bölgesinin; kara, deniz ve hava yolları ile iç ve dış pazarlarla bağlantılı olması, turizm kapasitesini her yönüyle artırmaktadır. Türkiye'nin en büyük deniz limanlarından birine ve hava trafiği bakımından İstanbul Atatürk Havalimanı'ndan sonra 2. büyük havalimanına sahiptir. Antalya-Alanya karayolu güzergahı, turizmin sağladığı hareketlilikle, özellikle yedi aylık sezon boyunca, büyük bir trafik yükü kaldırmaktadır (Matso, 2009).

4.2 Manavgat'ta Turizm Sektörü ve Konaklama İşletmeleri

Yerel ölçekte değerlendirmeye geçmeden önce; hem dünyada hem de ülkemizde önemli bir turizm destinasyonu olan ve birçok farklı turizm çeşidine hitap edebilecek şekilde potansiyellere sahip Antalya bölgesinin turizm yapısının ortaya konulması gereklidir. 1960'lı yıllardan bu yana bir turizm destinasyonu olan Antalya, 1970'lerde merkezi yönetimin Güneybatı Antalya Turizm Gelişim Projesi ile önemli bir gelişme kaydetmiştir. 1980'ler, Turizm Teşvik Kanunu ile belirlenen birçok turizm merkezi gibi Antalya için de bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Bu dönemdeki yasal düzenlemeler, politikalar ve büyük ölçekli turizm gelişme projeleri, Antalya'daki turizm gelişimini şekillendirmede rol oynamıştır. Yapılan yatırımlarla yaratılan istihdam ve turizm odaklı hizmet sektörünün gelişimi ile Antalya, Türkiye'de en hızlı gelişme kaydeden bölge haline gelmiştir (Erkuş Öztürk ve Eraydın, 2010; Erkuş Öztürk, 2010; Gül Yazgan, 2000).

Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi; Antalya Yat Limanı'ndan Gelidonya Burnu'na kadar olan 75 km'lik sahil bandını kapsamaktadır (Gül Yazgan, 2000; Göymen, 2000). Buna göre Antalya turistik bölge merkezi, Kemer ise destekleyici yerleşim olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda devletin aldığı önlemler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Özel sektöre finansal yardım ve sübvansiyon
- Yüksek kalitede altyapı
- Korunması gerekli alanları dikkate alarak önlem almak
- Gerekli sosyal imkanların sağlanması kemerde
- Yabancı ve yerli yatırımcılara tahsis alanları oluşturmak (Erkuş Öztürk, 2010)

Golf tesislerinin yoğunlaştığı Belek Turizm Alanı, Antalya merkezinin doğusunda 14 km'lik sahil bandına sahiptir. Side Turizm Merkezi ise 12 km'lik sahili kapsamakta ve Kumköy, Bingeşik, Yeni Selimiye, Antik Side, Titreyengöl, Kemer, Sorgun yerleşimlerini içerisine almaktadır. Günümüzde Lara-Kundu Turizm Gelişim ve Koruma Bölgesi, merkezi yönetimin de desteğiyle ortaya çıkmıştır. Sadece devlet desteği ve projeleri değil, özel girişimlerin ve bunların işbirliğiyle gelişme oldu. Pazar odaklı bu gelişme süreci, çevreye daha az duyarlı uygulamalara neden olmaktadır. (Erkuş Öztürk, 2010). Antalya'nın önemli turizm merkezlerinden biri

olan Belek, Kuvan (2010) tarafından, orman alanlarının turizm amaçlı tahsisine çarpıcı bir örnek olarak gösterilmiştir. Mevcut orman alanlarının %40'ı turizme tahsisli olan bölgede, özellikle yüksek gelir grubu turistlere yönelik, golf turizmi ağırlık kazanmaktadır (Kuvan, 2010). Gül (2000) ise; plan değişikliği talepleri ile kıyı boyunca kullanıma açılan alanların, çevresi ile uyumsuz turizm yapıların ve taşıma kapasitesini aşan gelişmelerin, bölgenin doğal kaynaklarına zarar vererek geleceği için risk oluşturmaya başladığını vurgulamıştır.

Birçok ülkede örneğinde görüldüğü gibi, kısa vadede ekonomik yarar sağlamaya yönelik olarak teşvik edilen kitle turizminin, sosyo-kültürel ve mekansal açıdan olumsuz etkileri Antalya'da da mevcuttur. Sahil şeridinin sadece ekonomik aktiviteleri değil, beraberinde nüfusu da çekmesi, "metalaştırılmış bir şehir" in ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum Antalya'da, günlük (yerel) sosyal yaşam ile turistik yaşamın entegrasyon sorununu yaratmaktadır. Buna en iyi örnek, Hem sosyal hem de mekansal olarak kentten ayrılmış durumdaki, yüksek gelir grubu turistlere hitap eden, lara-kundu ve belek Turizm merkezi olarak gösterilebilmektedir (Erkuş Öztürk, 2010; Kuvan, 2010).

Sadece yabancı turist çekerek değil, yeni girişimler ve kurumlar yaratarak, turizm Antalya'nın ekonomik kalkınmasını olumlu yönde etkilemektedir. Deniz-kum-güneş ve diğer çekicilikler, turizm gelişiminin bölgesel dağılımı açısından baskın faktörler olup, dengesiz bir büyümeye ve mekansal yoğunlaşmaya neden olabilmektedir (Erkuş Öztürk, 2010).

Turizm sektörünün göstergelerinden biri olan ziyaretçi sayıları, Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği 2010 yılı verilerine göre Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin geldikleri destinasyona göre sıralamasına bakıldığında, Antalya bölgesi, 2009 yılına göre %12'lik artış göstererek, 125.179 ziyaretçi ile ilk sırada yer almaktadır. İstanbul ise 2009 yılına göre %6'lık bir düşüş sergilemekte ve 6.456.900 ziyaretçi sayısı ile Antalya'dan sonra ikinci sırada bulunmaktadır.

Bölgede bulunan uluslararası sermayeli şirketlerin sektörel dağılımları, Antalya'nın önde gelen bir destinasyon olduğunu desteklemektedir. Türkiye'deki yabancı sermayeli otel ve lokantaların %32,9'u Antalya'dadır (TURSAB,2009). Özellikle, bölgeye turist gönderen ülkeler ağırlıklı bir paya sahiptir (Erkuş Öztürk ve Eraydın, 2010). Toplam şirket sayılarına göre ise İstanbul'dan sonra ikinci sırada gelmektedir.

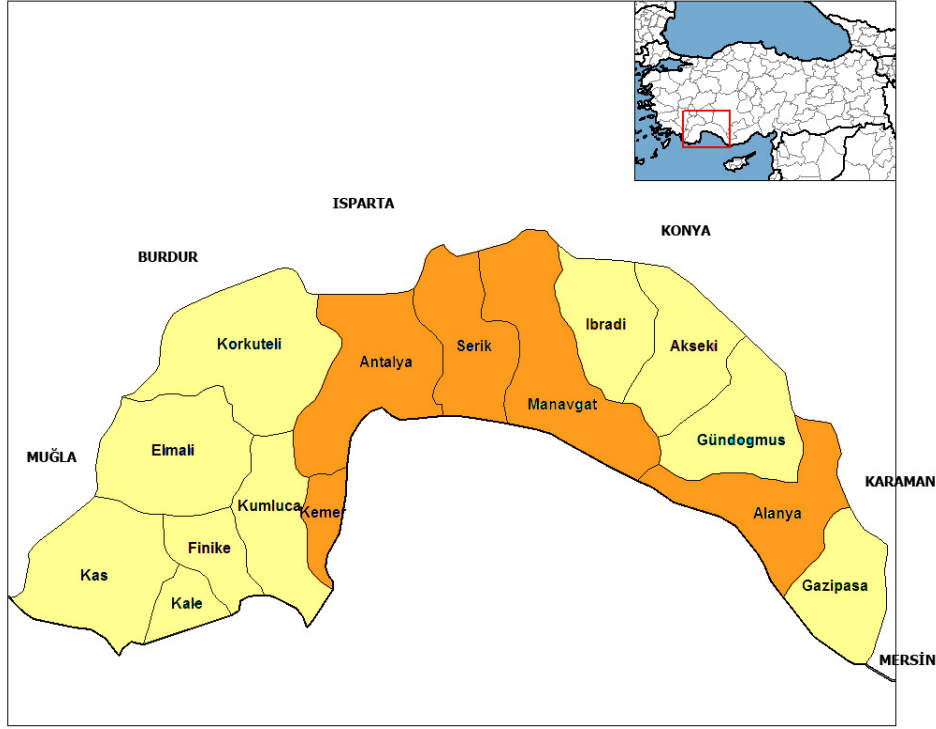
Dolayısıyla turizmin ekonomik etkilerinden biri olarak gösterilen yabancı sermaye çekiminin, bölgede etkili olduğu söylenilebilmektedir.

Antalya ili ilçelerinin bazı turizm sektörü göstergelerine göre incelendiğinde, özellikle Alanya, Kemer, Manavgat, Serik ve Merkez ilçelerinin öne çıktığı gözlemlenmektedir. Serik ilçesinde, Belek; Manavgat ilçesinde Side; Merkez ilçede Lara-Kundu turizm merkezleri, bulundukları ilçenin turizm potansiyelini oluşturmaktadır. Kemer ve Manavgat (Side), Turizm Gelişim Projeleri ile, özellikle kitle turizmi ve büyük ölçekli konaklama tesisleri ile gelişen bölgelerdir (Gezici, Gül ve Alkay, 2007).

Yine Antalya ili toplam verilerinin, Türkiye geneline oranına bakılırsa, tesislere geliş sayıları bakımından üçte birinden fazlasını, geceleme sayısı bakımından ise yarısından fazlasını oluşturduğu görülmektedir.

Çizelge 4.1 : Turizm göstergelerine göre Antalya ili'nin öne çıkan ilçeleri, *Kültür ve Turizm Bakanlığı 2009 verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.*

	TESİSE GELİŞ SAYISI	GECELEME SAYISI	ORTALAMA KALİŞ SÜRESİ	DOLULUK ORANI(%)
Alanya	1 448 725	8 304 329	5,7	58,33
Finike	18 945	109 488	5,8	66,66
Kaş	8 558	30 765	3,6	20,21
Kemer	1 853 555	9 355 123	5	58,24
Kumluca	8 164	54 499	6,7	22,24
Manavgat	1 341 001	7 594 659	5,7	62,8
Serik	1 572 346	8 242 030	5,2	59,23
Side (*)	674 887	4 317 230	6,4	66,14
Kalkan (*)	12 228	51 410	4,2	34,75
Muratpaşa	1 501 444	5 182 538	3,5	56,57
Konyaaltı	388 796	561 896	1,4	34,55
Kepez	11 853	23 486	2	28,88
Toplam	8 840 502	43 827 453	5	58,9
TÜRKİYE TOPLAM	26526820	82916475	3,1	48,9



Şekil 4.1 : Turizm göstergelerine göre Antalya ili'nin öne çıkan ilçeleri, *Kültür ve Turizm Bakanlığı 2009 verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.*

Erkuş Öztürk (2009), Antalya bölgesindeki turizm firmaları ve kümelenme üzerine yapmış olduğu çalışmada; Kaş, Kale ve Belek dışında kalan turizm merkezlerinin hepsinde, her türden ve her ölçekten turizm firmalarının bulunduğunu belirtmiştir. Kale ve Kaş ilçelerinde, mekansal yığılmanın olmadan, iki yıldızlı ve butik oteller gibi küçük ölçekli firmaların uzmanlaştığı ortaya çıkmıştır. Aynı şekilde; Belek turizm merkezinde de sadece beş yıldızlı tesisler gibi yüksek nitelikli ve büyük ölçekli firmaların uzmanlaşması söz konusudur. Alanya'da orta ölçekli (üç yıldızlı) firmalar açısından hem bir uzmanlaşma hem de mekansal bir yığılma mevcutken, Kemer'de ise konaklama tesisleri, tatil köyü ağırlıklı olmasına rağmen, uzmanlaşma değil mekansal yığılma tespit edilmiştir (Erkuş Öztürk, 2009).

Manavgat'ın 64 km'lik sahil bandında; Titreyengöl, Side, Ilıca, Çolaklı, Evrenseki ve Gündoğdu turizm alanları; Manavgat Kızılağaç köyünde Orman Bakanlığınca tahsis edilen turizm alanı mevcut olup, buralardaki tesislerde Antalya'ya gelen yabancı turistlerin yaklaşık % 24,2'sine hizmet verilmektedir.

2009 yılı TÜİK verilerine göre Antalya bölgesine gelen 7.680.064 yabancı ziyaretçinin, 1.856.724'ü Manavgat'ta konaklamaktadır. Manavgat'ı; 1.669.761

ziyaretçi ile Alanya, 1.651.852 ziyaretçi ile Antalya merkez, 1.404.866 ziyaretçi ile Kemer ve 987.812 ziyaretçi ile Serik ilçeleri takip etmektedir.

Bununla beraber geceleme sayıları (toplam geceleme sayısı/toplam ziyaretçi sayısı) incelendiğinde de Manavgat ortalama 8 gece ile, Antalya bölgesinde ilk sırada yer almaktadır. Antalya bölgesine olan turist talebi milliyetlerine göre incelendiğinde %27,7'sinin Alman, %25,6'sının ise Rus uyruklu olduğu tespit edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009).

Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün verilerine göre, Antalya ili genelinde turizm işletme belgeli 673 tesiste 294.870 yatak mevcuttur. Manavgat'ta ise 132 tesiste 80.503 yatak kapasitesi bulunmaktadır.

Manavgat'ta bulunan tesislerin belge türlerine göre dağılımına bakıldığında; % 81,2'sinin işletme belgeli tesislerde, % 18,8'nin ise yatırım belgeli tesislerde bulunduğu görülmektedir (Matso, 2009). Bir başka önemli gösterge olan ortalama yatak sayısına bakıldığında, Manavgat'ın Antalya merkez ve Serik'dan sonra geldiği görülmektedir. Antalya ve Manavgat'ın bu turizm kapasiteleri dikkate alındığında ülke ekonomisine sağladıkları katkı açıkça görülmektedir.

Çizelge 4.2 : Ortalama tesis büyüklüğü, Alanya Ticaret ve Sanayi Odası, 2007

Ortalama Yatak Sayıları	
KUNDU	1482
BELEK	635
BELDİBİ	635
MANAVGAT	575
KEMER	367
ALANYA	348

4.2.1 Alan araştırması kapsamı ve yöntemi

Turizm endüstrisinin, yerel ekonomik kalkınmaya etkisi ve bulunduğu yörenin kaynaklarından ne oranda yararlandığı, araştırmanın çıkış noktasıdır. Konaklama işletmeleri, hem emek-yoğun, hem de sermaye-yoğun yapılarından dolayı sektörün en önemli bileşeni olarak kabul edilebilir. Bu sebeple araştırma; bulunduğu bölgeye en çok ekonomik katkı sağlama potansiyeline sahip olduğu varsayılan konaklama işletmeleri üzerine yoğunlaşmıştır. Yerel ekonomik kalkınma adına, özellikle diğer sektörler ve istihdam üzerindeki etkisinin ölçülebilmesi için, personel ve mal/hizmet konusunda tedarik yapıları dikkate alınmıştır.

Tezin çıkış noktasından hareketle belirlenen hipotezlerin sınanmasında, Manavgat ilçe sınırları içerisinde bulunan turizm işletme belgeli konaklama tesislerine birebir görüşme tekniğiyle anket uygulaması yapılmıştır. Soru grupları; konaklama işletmelerinin öncelikle genel özelliklerine, sonrasında ise departmanlara göre tedarikçi bilgilerine yönelik hazırlanmıştır (Ek-1).

Turizm işletme belgeli 132 tesisin, Manavgat ilçesinin beldelerine göre dağılımları ve yatak sayıları incelenmiş (Şekil 4.2) ve aynı zincire/gruba/kişiye ait olan toplam 57 tesis (36691 yatak) tespit edilmiştir. Aynı zincire/gruba/kişiye ait olan işletmelerin satın alma departmanlarının tek bir merkezden yönetildiği ve dolayısıyla tedarikçilerinin de aynı olduğu bilgisine dayanarak, söz konusu tesislerden aynı gruba ait olanların sadece biri araştırma evrenine dahil edilmiştir. Anket sorularına verilen yanıtlarda yığılma olmasını engellemek amacıyla yapılan bu müdahale sonucu, 24 ayrı grup tespit edilerek, her bir gruba ait toplam 33 tesis araştırma evreninden çıkarılmıştır.

Geriye kalan 99 tesisten 33 tanesine (toplamda 79.855 yatak kapasitesi içerisinde 30.420 yatak) mekansal dağılım dikkate alınarak anket uygulanmıştır (Şekil 4.3). Uygulanan 33 anketin 11'i, daha önce aynı gruba ait olduğu tespit edilen işletmelere aittir. Anket yapılan bu 11 işletmenin yatak sayıları 10400 olup; gruba ait diğer işletmelerin toplam yatak sayısı 17644'tür.



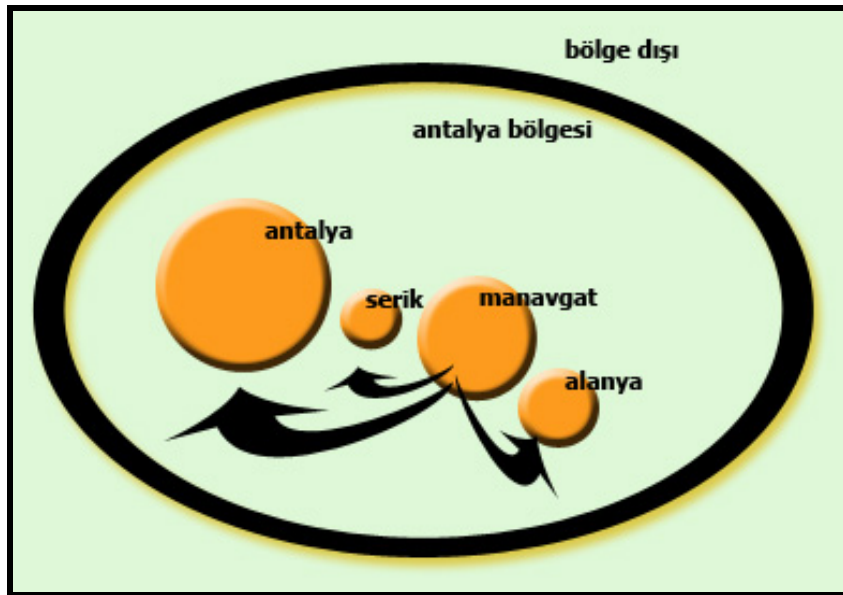
Şekil 4.2 : İdari sınırlara göre tesis ve yatak sayıları, Kültür ve Turizm Bakanlığı (2010) verilerinden yararlanılmıştır.



Şekil 4.3 : Anket yapılan tesislerin mekansal dağılımı

Ankette toplam 22 soru sorulmuş olup, bunlardan iki tanesi, yöneticilerin genel görüşlerine ve yorumlarına yönelik olarak açık uçludur. Anketleri değerlendirmek için; “SPSS for Windows” programı ile frekans dağılımı, çapraz tablolar, ki-kare, post hoc testleri kullanılmıştır.

Anketler sırasında, tedarikçiler ve personel ile ilgili sorular, Manavgat ile Antalya, Serik, Alanya ve bölge dışı bağlantıların belirlenmesine yönelik sorulmuş olup, aralarında kademeli bir ilişki aranmıştır (Şekil 4.4).



Şekil 4.4 : Manavgat İlçesi, bölge içi ve bölge dışı ilişkileri

Çizelge 4.3 : Anket yapılan tesislerin genel özellikleri

Tesis no	Tesis Sınıfı (Yıldız)	İşletme Yaşı	Yatak Kapasitesi	Faaliyet Süresi	İşletme Sahibinin Orijini	İşletme Sahibinin Başka Oteli?	Diğer Otelin Konumu	Sermaye Yapısı	Belge	Tatil Sistemi	Toplam Personel Sayıları	Mevsimlik Personel Sayıları
1	5	23	1084	yıl boyu	Manavgat	var	Antalya	aile	t. işletme	HD	600	470
2	5	8	1305	sezonluk	Bölge Dışı	var	Antalya	aile	t. işletme	HD	300	200
3	4	8	645	sezonluk	Manavgat	yok	0	aile	t. işletme	HD	190	120
4	B.Tesis	3	430	sezonluk	Bölge Dışı	yok	0	şirket	t. işletme	HD	190	160
5	5	3	816	sezonluk	Bölge Dışı	var	Antalya	aile	t. işletme	HD	275	200
6	3	22	478	yıl boyu	Manavgat	yok	0	şirket	t. işletme	HD	130	110
7	5	8	1422	yıl boyu	Antalya	var	Bölge içi-dışı	tek kişi	t. işletme	HD	650	350
8	5	3	964	yıl boyu	Bölge Dışı	var	Manavgat	aile	t. işletme	HD	220	100
9	5	8	1819	sezonluk	Bölge Dışı	var	Antalya	şirket	t. işletme	HD	348	250
10	5	24	642	sezonluk	Bölge Dışı	var	Bölge içi-dışı	zincir	t. işletme	HD	218	160
11	5	3	1713	yıl boyu	Bölge Dışı	var	Antalya	şirket	t. işletme	TP	700	300
12	5	3	715	sezonluk	Manavgat	var	Manavgat	şirket	t. işletme	HD	160	120
13	4	18	923	yıl boyu	Bölge Dışı	yok	0	şirket	t. işletme	HD	250	180
14	5	8	1068	sezonluk	Manavgat	var	Manavgat	aile	t. işletme	TP	200	150
15	4	3	800	sezonluk	Bölge Dışı	var	Bölge içi-dışı	aile	t. işletme	HD	220	200
16	5	3	1115	sezonluk	Manavgat	var	Manavgat	aile	t. işletme	HD	250	150
17	4	23	550	sezonluk	Alanya	var	Manavgat	şirket	t. işletme	HD	128	90
18	5	18	910	yıl boyu	Manavgat	yok	0	aile	t. işletme	HD	370	210
19	4	13	1075	yıl boyu	Manavgat	var	Manavgat	aile	t. işletme	HD	300	230
20	4	13	900	yıl boyu	Manavgat	var	Manavgat	tek kişi	t. işletme	HD	250	200
21	4	3	996	yıl boyu	Manavgat	var	Manavgat	aile	t. işletme	HD	130	90
22	5	3	1080	yıl boyu	Manavgat	yok	0	tek kişi	t. işletme	HD	250	200
23	5	3	927	yıl boyu	Manavgat	var	Manavgat	aile	t. işletme	HD	250	200
24	4	8	720	sezonluk	Manavgat	yok	0	aile	t. işletme	HD	190	120
25	5	3	866	sezonluk	Bölge Dışı	var	Antalya	aile	t. işletme	HD	275	200
26	5	8	1369	yıl boyu	Antalya	var	Bölge içi-dışı	tek kişi	t. işletme	HD	650	350
27	3	24	458	yıl boyu	Manavgat	yok	0	şirket	t. işletme	HD	130	110
28	B.Tesis	3	450	sezonluk	Bölge Dışı	yok	0	şirket	t. işletme	HD	190	160
29	5	21	694	sezonluk	Bölge Dışı	var	Bölge içi-dışı	zincir	t. işletme	HD	218	160
30	5	3	934	yıl boyu	Bölge Dışı	var	Manavgat	aile	t. işletme	HD	220	100
31	4	18	957	yıl boyu	Bölge Dışı	yok	0	şirket	t. işletme	HD	250	180
32	5	8	1528	sezonluk	Bölge Dışı	var	Antalya	şirket	t. işletme	HD	348	250
33	5	3	960	yıl boyu	Manavgat	var	Manavgat	aile	t. işletme	HD	250	200

4.2.2 Alan araştırmasına yönelik bulgular

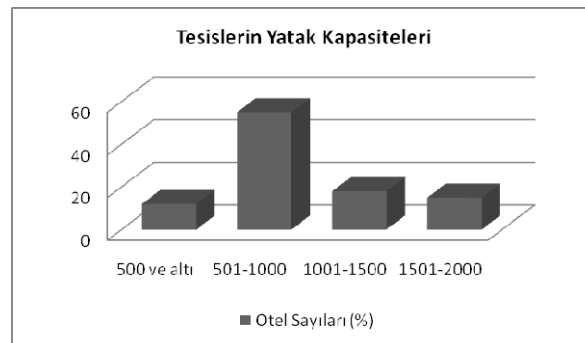
Araştırmanın güvenilir olduğunu ıspatlamak amacıyla, güvenilirlik analizine (cronbach alfa değeri) bakılmıştır. Bu değer, 0.83 çıkmıştır ve anket sorularının araştırma için tutarlı olduğunu göstermektedir. Sonrasında sırasıyla işletmelere ait genel özellikler, sonrasında da temel hipotezler ve alt hipotezler sınanmıştır (Çizelge 4.3).

Çizelge 4.4 : Güvenilirlik analizi

Cronbach's Alpha Based on		
Cronbach's Alpha	Standardized Items	N of Items
0,839	0,828	90

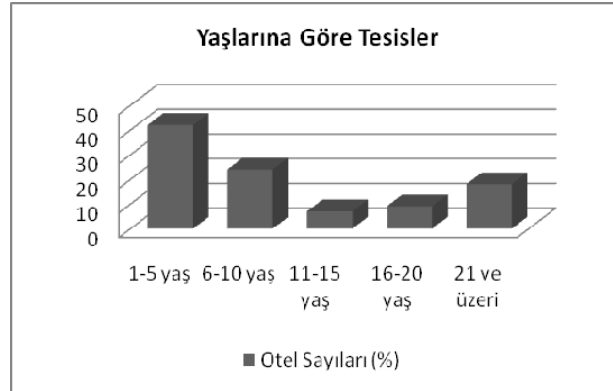
4.2.2.1 İşletmeye ait genel bilgiler

Konaklama tesislerinde, işletme büyüklüğü bilgisini vermesi açısından, otellerin sahip oldukları yıldız sayısı ve yatak kapasitelerine göre dağılımları incelenmiştir. Görüşme yapılan 33 tesisten 20'sinin (%60) 5 yıldızlı, 9'unun (%27) 4 yıldızlı tesis olduğu belirlenmiştir. Bu tesislerin kapasitelerine bakıldığında 501 ile 1000 yatak arası (%54) kapasiteliler dikkat çekmektedir. Konaklama işletmelerinin mevsimsellik etkisi ve yöredeki turizm sezonun sürekliliğini ortaya koymak için, tesislerin yıl boyu faaliyette olup olmadıkları incelenmiş ve %51,5'inin yıl boyu, %48,5'inin ise sezonluk açık olduğu ortaya çıkmıştır. İklim yönünden uzun bir sezona (nisan-ekim) sahip olan Antalya bölgesinde, tesislerin yılın yarısından fazla süresini faaliyette geçirmesi bile ekonomik etkileri adına büyük önem taşımaktadır. Bu durum; hem istihdam açısından, hem de ticari açıdan, ekonomik canlılığın devam ettiği anlamını taşımaktadır (Ek-2).



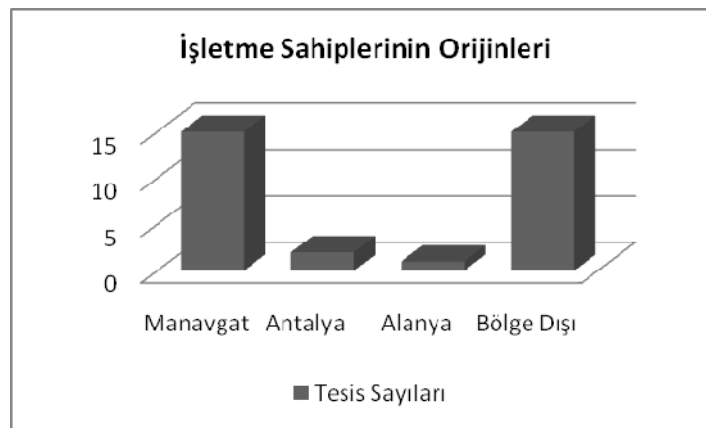
Şekil 4.5 : Tesislerin yatak kapasiteleri

Açılış tarihlerine göre ise 1-5 yaş aralığındaki tesisler (%42) dikkat çekmektedir. Ancak bu sonuç, tesislerin hepsinin yapı yaşı itibarıyla yeni olduğunun bir göstergesi değildir. Yapılan görüşmeler sırasında, bu durumun, işletmelerin açılış tarihlerinden itibaren bir ya da birkaç kez el değiştirmesinin sonucu olduğu anlaşılmaktadır. Turizm sektörünün yatırımcılar açısından çekiciliklerinin bulunması yanında, büyük riskler de taşıdığı kanıtlanmaktadır (Şekil 4.5).



Şekil 4.6 : Yaşlarına Göre Tesisler

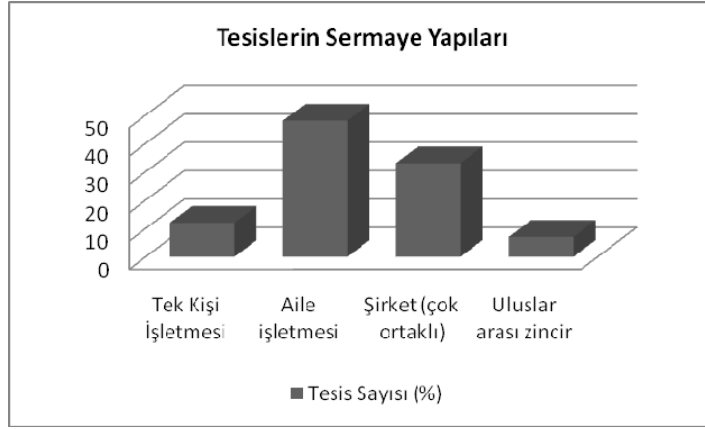
İşletme sahiplerinin orijini sorusu için, yerel sermaye ile bölge dışı sermaye eşit oranda sonuç vermiştir. Ancak bu mülk sahipliği anlamına gelmemekle beraber, işletme sahiplerinin çoğunun mülkte kiracı durumda olduğu da özellikle belirtilmelidir. Bu sonuca göre; turizm yatırımlarının bölge dışından geldiği kadar, yerel girişimciler tarafından da tercih edildiği, aynı zamanda büyük ölçeklerde yatırım yapabilecek yerel sermayenin mevcut olduğu anlaşılmaktadır (Şekil 4.6).



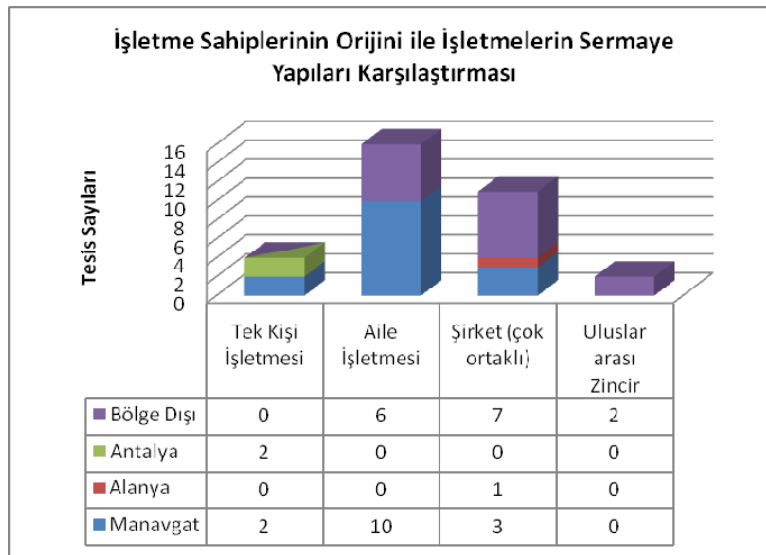
Şekil 4.7 : İşletme Sahibinin Orijini

Görüşme yapılan 33 işletmenin, 16'sı aile işletmesi ve 11'i çok ortaklı şirket olarak faaliyet göstermektedir. İşletmelerin sermaye yapısı ile işletme sahibinin orijini arasında çapraz ilişkiler aranmış, ve sonuç olarak 16 aile işletmesinin 10'unun orijini

Manavgat çıkmıştır. Dolayısıyla yerel sermaye ile kurulan tesislerin genel olarak aile işletmesi yapısına sahip olduğu söylenebilir. Bölge dışı yatırımlara bakıldığında ise yine aile ve çok ortaklı işletme yapıları bulunmaktadır (Ek-9)

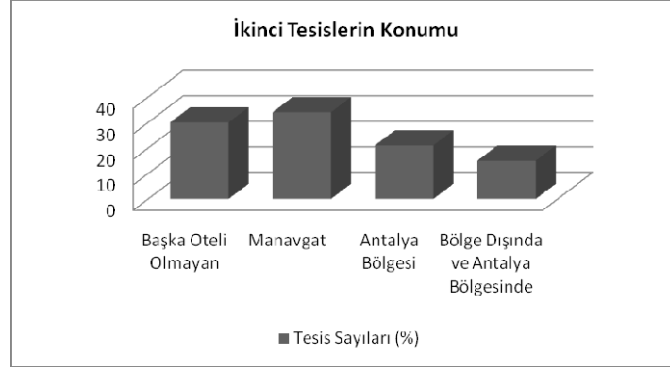


Şekil 4.8 : Tesislerin sermaye yapıları



Şekil 4.9 : İşletme sahiplerinin orijini ile işletme sermaye yapıları karşılaştırması

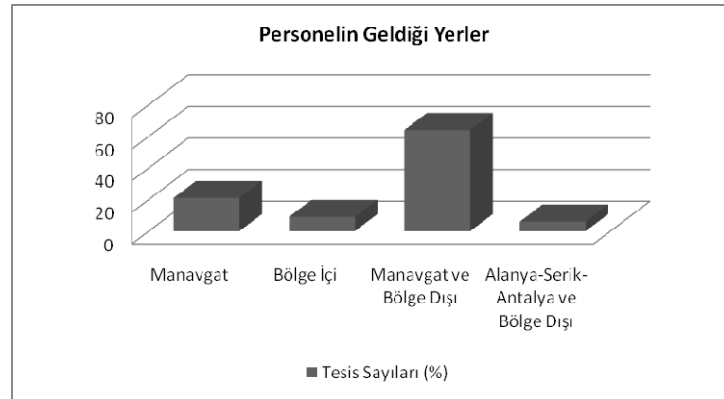
İşletmecilere yönelik olarak, başka bir otelinin olup olmadığı sorusu 23 işletmeci (%69,7) tarafından “evet” olarak cevaplandırılmış, ve bu işletmecilerin 11’inin diğer otel yerleri Manavgat (%47,8) olarak belirtilmiştir. Diğer otellerinin, yine Antalya bölgesinde olduğunu belirten 7 işletmecinin (%30,4) yanı sıra, hem Antalya bölgesinde hem de bölge dışında oteli olduğunu belirten 5 işletmeci (%21,7) bulunmaktadır.



Şekil 4.10 : İkinci tesislerin konumu

4.2.2.2 İşgücü Bilgileri

Konaklama işletmelerinin, işgücü gereksinimini bulunduğu yerden mi yoksa farklı yerden mi karşıladığını anlamak için, verilen cevapların dağılımlarına bakıldığında; işletmecilerin %21'i sadece Manavgat cevabını verirken, %63'ü hem Manavgat hem de bölge dışı cevabını vermiştir (Şekil 4.7). Buna göre işletmeciler, yıl boyu ya da mevsimlik çalışan personeli, Manavgat yerel kademesi ile birlikte, doğrudan bölge dışı kademesinden temin etmektedir.



Şekil 4.11 : Personelin geldiği yerler

İşgücü yapısıyla ilgili olarak, personel sayıları ile istihdam edilme süreleri aralarında anova testi ile anlamlı bir ilişki aranmıştır. Teste geçmeden önce varyansların homojen dağılıp dağılmadığı kontrolü yapılmıştır. Buna göre; toplam personel (toplam_per) test istatistik olasılığı 0,013 çıkmış, ancak bu değer 0,05'den küçük olduğu için varyansların homojen dağılmadığı kabul edilerek “post hoc” testlerinden “tamhane” testi uygulanmıştır (Çizelge 4.4).

Çizelge 4.5 : Varyansların homojenliği testi

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Toplam_per	4,298	3	29	0,013
mevs_per	2,208	3	29	0,108

Mevsimlik istihdam edilen personel (mevs_per) için aynı değer yüksek çıktığından dolayı, varyansların homojen dağıldığı kabul edilerek, “post hoc” testlerinden “scheffe” testi uygulanmıştır.

Ek-3’de verilen tabloda, bölgelere göre çoklu ikili karşılaştırmalar yer almaktadır. Bu tablo “scheffe” testi ve “tamhane” testinden oluşmaktadır. Toplam personel sayısına göre bölgelerde farklılık olup olmadığına “tamhane” testine bakıldığında Manavgat ile hem Antalya bölgesinden ve hem bölge dışından gelen personel sayısı arasında istatistiksel bir farklılık bulunmaktadır. Manavgat ile diğer bölgelerin ikili karşılaştırmalarına aralarında yine anlamlı bir fark bulunmaktadır. Antalya bölgesi ile bölge dışı toplam gelen personel sayısı farklılık göstermekte olup olasılık değeri 0,027 çıkmış bu değer 0,05’den küçük çıktığı için aralarındaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır.

Farklılığın nerden kaynaklandığı incelendiğinde ise; personelin geldiği yer sorusuna sadece Manavgat cevabı verenlerin toplam personel sayılarının ortalaması 190 iken, Manavgat ve bölge dışından cevabını veren tesislerin ortalama personel sayısı 320’dir. Buna göre sadece Manavgat’tan işgücü tedariki yapan tesisler, bölge dışından tedarik yapan tesislere oranla daha küçük ölçekli işletmelerdir. Mevsimlik göç konusunda ise, özellikle büyük ölçekli işletmelerin önemli rol oynadığı da çıkarılabilecek bir diğer sonuçtur (Şekil 4.12).

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
personel	manavgat	7	190,0000	34,64102	13,09307	157,9624	222,0376	130,00	220,00
	manavgat-alanya-serik-antalya	3	212,0000	10,39230	6,00000	186,1841	237,8159	200,00	218,00
	manavgat-diger	21	320,6667	176,90007	38,60276	240,1427	401,1906	128,00	700,00
	diger-alanya-serik-antalya	2	300,0000	,00000	,00000	300,0000	300,0000	300,00	300,00
	Total	33	281,8182	151,99516	26,45896	227,9230	335,7133	128,00	700,00
mevs_per	manavgat	7	121,4286	36,70993	13,87505	87,4775	155,3796	90,00	200,00
	manavgat-alanya-serik-antalya	3	156,6667	5,77350	3,33333	142,3245	171,0088	150,00	160,00
	manavgat-diger	21	215,2381	90,25625	19,69553	174,1539	256,3222	90,00	470,00
	diger-alanya-serik-antalya	2	215,0000	21,21320	15,00000	24,4069	405,5931	200,00	230,00
	Total	33	190,0000	83,36666	14,51227	160,4395	219,5605	90,00	470,00

Şekil 4.12 : Post-hoc Testi

Mevsimsel istihdam edilen personel sayısına bakıldığında ise, ikili karşılaştırmalara göre işletme büyüklüğü açısından anlamlı bir fark bulunmamaktadır (Ek-3).

4.2.2.3 Tedarikçi Bilgileri

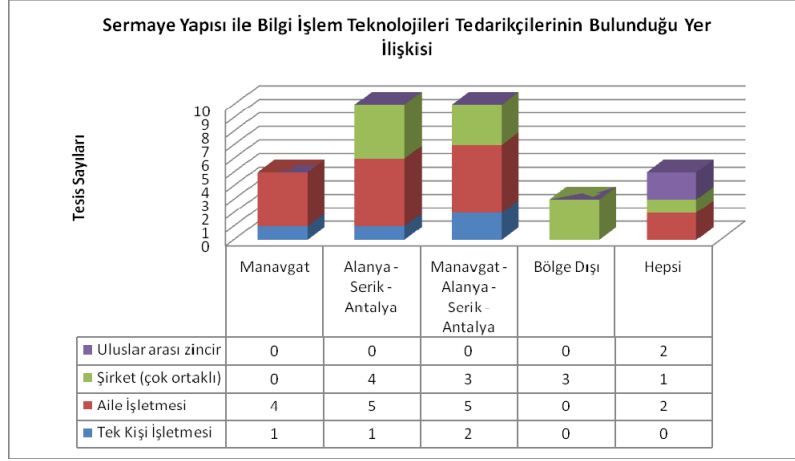
İşletmelerin sermaye yapılarına göre tedarik konusunda aralarında farklılık olup olmadığını test etmek için anova testinden yararlanılmıştır. Bu aşamada yine ikili karşılaştırma yöntemleri olan “post hoc” testleri kullanılmıştır. Farklılık çıkan noktalarda hangi departmanla ilgili olduğunu ve hangi sermaye yapısına özgü olduğunu belirledikten sonra bu departmanın gereksinimlerinin hangi bölgeden karşılandığı tespit edilmiştir.

Olasılık değerleri 0,05’den büyük olan faktörler için post hoc testlerinden “scheffe” testi, küçük olanlar için ise “tamhane” testine bakılarak ikili karşılaştırmalar yapılmıştır (Ek-10).

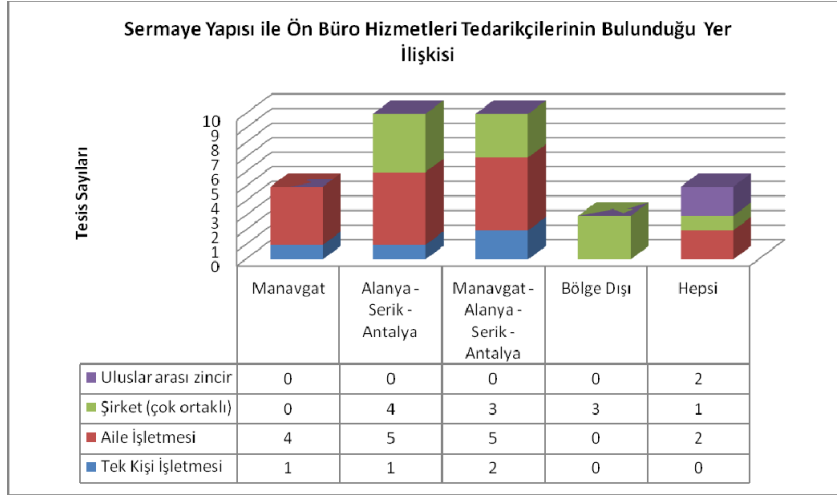
Mal ve hizmet tedariklerinin nerelerden karşılandığı konusunda, bilgi işlem teknolojilerinde (yr_16_1), ön büro hizmetlerinde (yr_16_12) ve bakım-onarım hizmetlerinde (yr_16_14) sermaye yapısına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (Ek-4). Bu departmanlar haricindekilerde ise sermaye yapısı açısından istatistiksel bir farklılık bulunmamaktadır.

Bilgi işlem teknolojilerinde gereksinimlerini özellikle Manavgat’tan karşılamayı tercih eden tesislere bakıldığında, sermaye yapısı olarak aile işletmeleri dikkat çekmektedir. Çok ortaklı şirketler ise Manavgat ile beraber Antalya bölgesi ve bölge dışından tedarikçileri tercih etmektedir. Bu şirketlerin, aile işletmelerine göre daha kurumsal bir yönetim yapısına sahip olduğu varsayımından hareketle, profesyonelce yönetilen işletmeler, bilgi işlem teknolojileri tedarikçileri ile ilgili sadece Manavgat ile sınırlı kalmamaktadır (Şekil 4.13).

Tedarik konusunda ön büro hizmetlerinde (yr_16_12), aile işletmelerinin tercihlerinin Antalya bölgesi içerisinde kaldığı, çok ortaklı şirket yapılarında ise gereksinimlerini ağırlıklı olarak kendi bünyelerinde çözdükleri dikkat çekmektedir (Şekil 4.14).



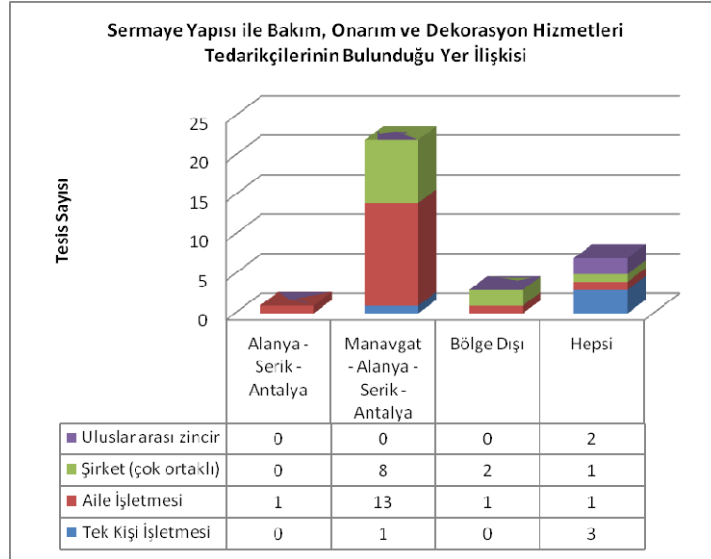
Şekil 4.13 : Sermaye yapısı ile bilgi işlem teknolojileri tedarikçilerinin bulunduğu yer ilişkisi



Şekil 4.14 : Sermaye yapısı ile ön büro hizmetleri tedarikçilerinin bulunduğu yer ilişkisi

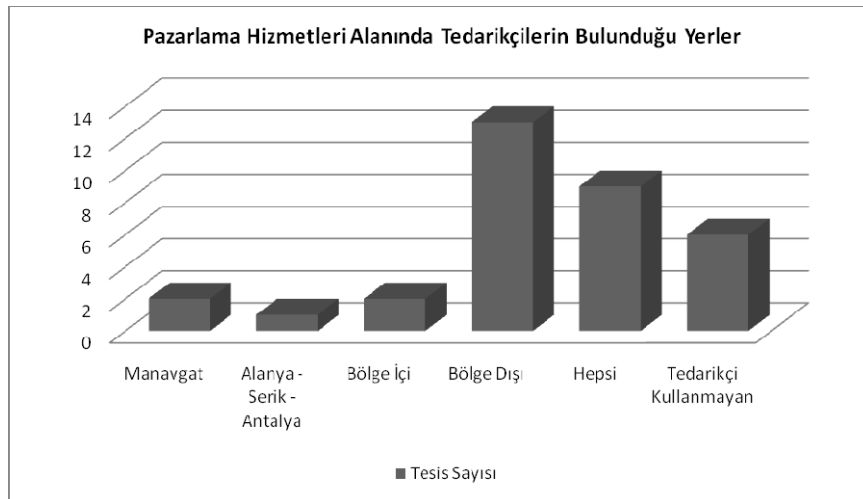
Bakım, onarım ve dekorasyon (yr_16_14) hizmetlerini karşılamak için yine Antalya bölge içerisini tercih edenlere bakıldığında hem aile işletmelerinin, hem de çok ortaklı şirket yapılarının öne çıktığı gözlemlenmektedir. Sadece Manavgat veren herhangi bir tesisin bulunmaması, Manavgat'ın bu konuda tek başına yetersiz olduğunun göstergesidir (Şekil 4.15).

İkili ilişkilerin yanına konaklama işletmeleri departmanlar bazında; Manavgat'ı, Antalya bölgesini ya da bölge dışından olan tedarikçileri tercih etme oranları incelenmiştir (Ek-5). Buna göre öne çıkan değerler şu şekildedir:

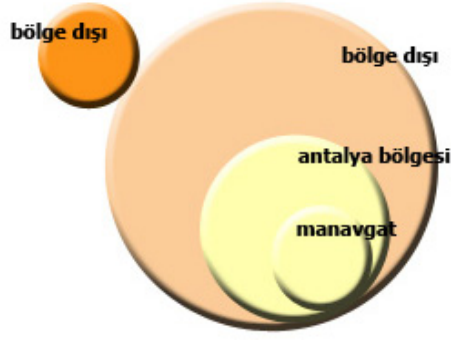


Şekil 4.15 : Sermaye yapısı ile bakım, onarım ve dekorasyon hizmetleri tedarikçilerinin bulunduğu yer ilişkisi

Pazarlama hizmetlerine bakıldığında; ilgili hizmetlerin gerçekleştirilmesinde tercih bölge dışındandır (%39,4). Bölge dışından özellikle İstanbul ve yurtdışı firmalarla çalışılması bu konuda uzmanlaşmayı ve yurtdışı seyahat şirketleri üzerine düşünmeyi gerektirmektedir (Şekil 4.16). Teorik çerçevede de belirtildiği gibi, bu durum, gelişmiş ülkelerin pazarlama gibi turizm endüstrisinin önemli bir noktasında gücü elinde bulundurmasının ve gelişmekte olan ülkeler açısından bağımlılık yaratılmasının bir örneği olarak ortaya çıkmaktadır.

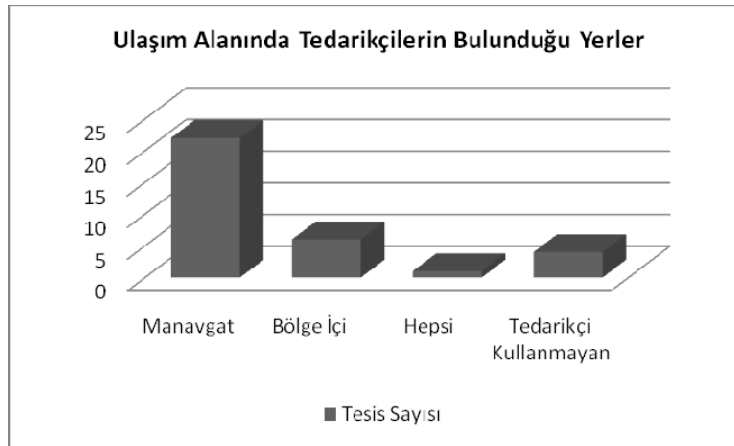


Şekil 4.16 : Pazarlama hizmetleri alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler

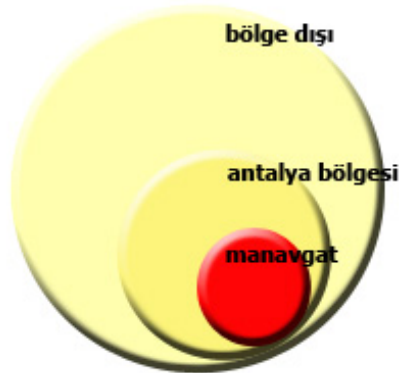


Şekil 4.17 : Pazarlama hizmetleri alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler

Konaklama tesislerinin, personel servisleri ve diğer hizmet araçlarından oluşan ulaşım hizmetleri konusunda, tesislerin %66 oranında Manavgat'ı tercih etmekte olduğu saptanmıştır. Araç temin edilmesi ve gereksinimlere çabuk cevap verilmesi açısından sadece Manavgat yanıtının ağırlık kazandığı görülmektedir. Bunun dışındaki tercihler ise düşük oranlarla yine bölge içerisinde yer almaktadır (Şekil 4.17).

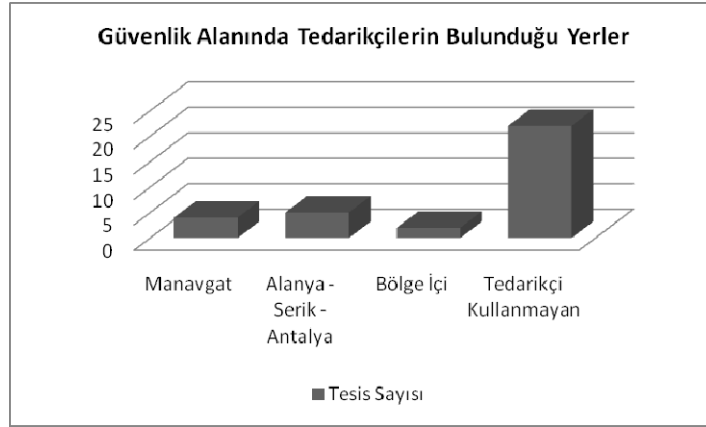


Şekil 4.18 : Ulaşım alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler



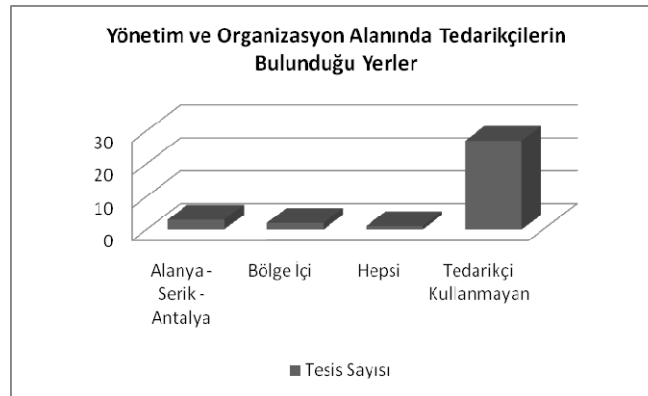
Şekil 4.19 : Ulaşım alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler

Günümüzde birçok sektörde, güvenlik hizmetlerinin özel güvenlik şirketlerince yürütülmesine rağmen, alan araştırmasına konu olan tesisler açısından bu durumun farklı olduğunun altını çizmek gereklidir. Güvenlik hizmetlerinde, dışarıdan hizmet almak yerine, tesislerin %66,7'si kendileri tarafından yürütülmektedir (Şekil 4.18).



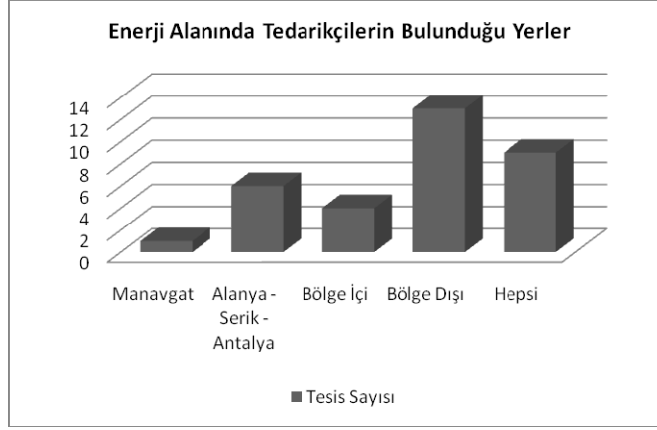
Şekil 4.20 : Güvenlik alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler

İşletme yönetimi ve organizasyon ile ilgili hizmetleri, kendi bünyelerinde karşılamakta olan tesislerin (%81,8) haricinde, bu hizmetler için dışardan destek almayı tercih edenler, yine bölge içerisindeki tedarikçilerle çalışmaktadırlar (Şekil 4.19).



Şekil 4.21 : Yönetim ve organizasyon alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler

Konaklama işletmeleri açısından önemli bir gider kalemi olan lpg, elektrik, akaryakıt, mutfak gazı gibi enerji gereksinimleri bölge dışından (%39,4) karşılanmaktadır (Şekil 4.20). Görüşmelerde bunun nedeni olarak, özellikle elektrik enerjisini, kamudan %20 oranında daha ucuz sağladığı için özel sektörden karşıladıkları ve tedarikçilerinin İstanbul, İzmir ve İzmit'te bulunduğu belirtilmiştir. Diğer enerji kaynaklarında ise, bölge içerisindeki akaryakıt bayileri tercih edilmektedir.



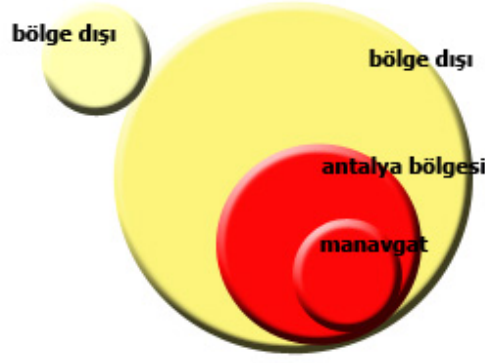
Şekil 4.22 : Enerji alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler

4.3 Değerlendirme

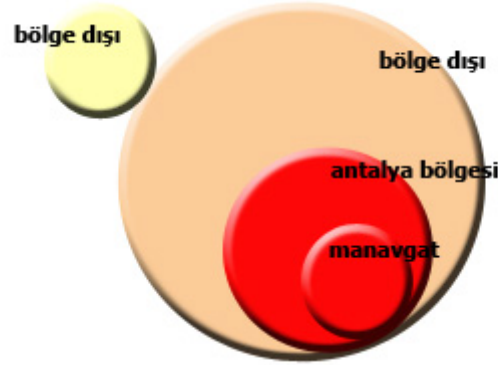
Konaklama işletmelerinin hangi faaliyet alanında, nereden mal ve hizmet tedarik ettiğini sınamak için frekans dağılımları incelenmiştir. Buna göre ankete katılan işletmelerin, departmanlar bazında tedarikçilerinin konumları için verdikleri yanıtlar, %10'luk değerlere göre renklendirilmiş olup, %50'den sonrası önemli bir ağırlığı ifade ettiğinden dolayı en koyu renkle gösterilmiştir (Çizelge 4.5).

Öncelikle tedarikçi kullanılmayan faaliyet alanları dikkat çekmektedir. Bunlar güvenlik hizmetleri, yönetim ve organizasyon faaliyetleri ve araştırma-geliştirme hizmetleri olarak görülmektedir. Yapılan görüşmelerden elde edilen sözlü ifadelerde, konaklama işletmelerinin zaten ar-ge faaliyeti yürütmedikleri, güvenlik ve yönetim hizmetlerini ise kendi bünyelerinde karşıladıkları anlaşılmaktadır.

Dikkat çekici diğer bir unsur olan yiyecek-içecek alanında (Şekil 4.23) ve bakım-onarım-dekorasyon hizmetlerinde (Şekil 4.24) tedarikçilerin genel olarak Antalya bölgesinden tercih edildiği görülmektedir. Ulaşım hizmetlerinde ise konumsal kriterler göz önüne alındığında sadece Manavgat'ın %67 olarak sonuç vermesi beklenen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi işlem teknolojileri, temizlik hizmetleri, danışmanlık-egitim hizmetleri, mutfak ve kat hizmetlerinde tedarikçi tercihleri bölge içinde kalmakta olup, bu faaliyet alanlarında özellikle Manavgat hariç yanıtının da dikkat çekmesi, Manavgat'ın söz konusu faaliyetlerin tedariği konusunda yetersiz kaldığını göstermektedir.



Şekil 4.23 : Yiyecek-içecek alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler



Şekil 4.24 : Bakım-onarım-dekorasyon alanında tedarikçilerin bulunduğu yerler

Konaklama tesislerinin tedarikçi tercihlerinde bölge dışına yöneldikleri faaliyet alanları ise enerji temini ve pazarlama hizmetleridir. Enerji gibi, tesislerin giderlerinde önemli bir tutara sahip ve pazarlama gibi işletmelerin bağımlılığına neden olan iki önemli konuda bölge dışı cevabının alınması ayrıca vurgulanması gereken bir konudur.

Tüm departmanlar için gerekli tedarikçilerin bulunabildiği Manavgat'ın, ulaşım hizmetlerinin dışında, özel bir tercih unsuru içermemesinden dolayı, işletmeler, mal ve hizmet gereksinimlerini Antalya merkez, Manavgat, Alanya ve Serik'i de kapsayan bölge içerisinde karşılamaktadır. Bu noktada, Antalya merkezi, pazarlama ve enerji hariç, tüm hizmetler açısından birinci kademe olma özelliği taşımaktadır. Tek bir merkezde toplanmanın getirdiği avantaj ile konaklama işletmelerine, her açıdan uygun ve tercih edilebilir koşullar sunulması bu durumun nedeni olarak gösterilebilir. Servis hızı ve sıklığı konusunda ulaşım olanaklarının da gelişmesi, Antalya merkezinin, hem tek merkez haline gelmesine yardımcı olmuştur.

Çizelge 4.6 : Faaliyet alanlarına göre tedarikçilerin bulunduğu yerler

Faaliyet alanları	Manavgat	Manavgat Hariç Antalya bölgesi	Manavgat Dahil Antalya bölgesi	Bölge Dışı	Antalya Bölgesi ve Bölge Dışı	İşletme Tarafından Karşılanıyor (tedarikçi yok)
Bilgi işlem teknolojilerinde	15%	30%	30%	10%	15%	
Muhasebe ve finans alanında	30%	6%	6%	34%	12%	12%
Pazarlama alanında	6%	3%	6%	40%	27%	18%
Ulaştırma-taşımacılık alanında	67%		18%		3%	12%
Güvenlik hizmetlerinde	12%	15%	6%			67%
Temizlik hizmetlerinde	18%	46%	30%		6%	
Yönetim ve organizasyon faaliyetlerinde		9%	6%		4%	81%
Danışmanlık-eğitim hizmetlerinde	12%	37%	6%	9%	12%	24%
Araştırma-geliştirme (Ar-ge) alanında		6%	6%	9%	3%	76%
Mutfak hizmetlerinde		52%	36%	6%	6%	
Yiyecek-içecek alanında		6%	70%	6%	18%	
Ön büro hizmetlerinde	15%	27%	15%		3%	40%
Kat hizmetlerinde	6%	33%	43%		9%	9%
Bakım-onarım-dekorasyon hizmetlerinde		3%	67%	9%	21%	
Eğlence alanında	18%	27%	27%	3%	3%	22%
Enerji (akaryakıt, elektrik, gaz...vb.)	3%	18%	12%	40%	27%	

Bölgedeki tedarikçi ilişkilerindeki değişim oranını ve kalıcılığı ölçme amacıyla yöneliten tedarikçi ilişki süresi sorusu, departmanlar bazında bakıldığında, uzun vadeli olarak yanıtlanmıştır. Danışmanlık hizmetleri dışındaki tüm tedarikçilerle kalıcı ilişkiler yürütülmekte olup, danışmanlık konusunda kısa, orta ya da uzun vadeli ilişkilerden bahsetmek mümkündür. Bunun nedeni olarak, devamlı kullanılan bir hizmet çeşidi olmaması dolayısıyla kalıcı ilişkilere önem verilmemesi olarak gösterilebilir (Çizelge 4.6).

Çizelge 4.7 : Faaliyet alanlarına göre tedarikçilerle olan ilişki süreleri

Faaliyet alanları	Kısa	Orta	Kısa ve Orta	Uzun	Hepsi	Tedarikçi Kullanmayan
Bilgi işlem teknolojilerinde	3%	39%	0%	58%	0%	0%
Muhasebe ve finans alanında	3%	15%	0%	67%	6%	9%
Pazarlama alanında	9%	15%	0%	55%	12%	9%
Ulaştırma-taşımacılık alanında	18%	6%	0%	61%	6%	9%
Güvenlik hizmetlerinde	12%	6%	0%	37%	0%	45%
Temizlik hizmetlerinde	21%	9%	0%	37%	18%	15%
Yönetim ve organizasyon faaliyetlerinde	3%	0%	0%	21%	6%	70%
Danışmanlık-eğitim hizmetlerinde	24%	18%	0%	21%	6%	31%
Araştırma-geliştirme (Ar-ge) alanında	9%	0%	0%	21%	6%	64%
Mutfak hizmetlerinde	9%	12%	0%	58%	21%	0%
Yiyecek-içecek alanında	9%	15%	0%	52%	24%	0%
Ön büro hizmetlerinde	3%	15%	0%	37%	12%	33%
Kat hizmetlerinde	15%	12%	3%	43%	18%	9%
Bakım-onarım-dekorasyon hizmetlerinde	9%	3%	6%	61%	21%	0%
Eğlence alanında	12%	21%	6%	31%	6%	24%
Enerji (akaryakıt, elektrik, gaz...vb.)	12%	3%	3%	64%	12%	6%

Hangi departmanlarda özellikle daha yoğun olarak tedarikçi kullanılmasıyla ilgili olarak çıkan sonuç, 3-5 tedarikçi sayısını göstermektedir (Çizelge 4.7). Ulaştırma ve güvenlik hizmetleri konusunda, bu hizmetlerin kendi yapısından dolayı, işletmeler tek tedarikçileri olduğunu belirtmişlerdir. En fazla sayıda (5'ten çok) tedarikçiden yararlanılan departmanlar pazarlama ve yiyecek-içecek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada tedarikçi sayılarının, departmanların kendi içindeki ürün çeşitliliğine bağlı olarak belirlendiği söylenilebilir.

Çizelge 4.8 : Faaliyet alanlarına göre tedarikçi sayıları

Faaliyet alanları	1 tedarikçi	2 tedarikçi	3-5 tedarikçi	5'ten çok tedarikçi	Tedarikçi Kullanmayan
Bilgi işlem teknolojilerinde	12%	37%	33%	18%	0%
Muhasebe ve finans alanında	9%	18%	40%	27%	6%
Pazarlama alanında	9%	9%	15%	46%	21%
Ulaştırma-taşımacılık alanında	61%	12%	9%	6%	12%
Güvenlik hizmetlerinde	24%	3%	0%	6%	67%
Temizlik hizmetlerinde	21%	3%	52%	21%	3%
Yönetim ve organizasyon faaliyetlerinde	6%	6%	3%	6%	79%
Danışmanlık-eğitim hizmetlerinde	21%	9%	40%	6%	24%
Araştırma-geliştirme (Ar-ge) alanında	9%	9%	6%	12%	64%
Mutfak hizmetlerinde	15%	6%	43%	27%	9%
Yiyecek-içecek alanında	0%	0%	18%	82%	0%
Ön büro hizmetlerinde	15%	0%	27%	18%	40%
Kat hizmetlerinde	9%	6%	39%	37%	9%
Bakım-onarım-dekorasyon hizmetlerinde	0%	0%	36%	64%	0%
Eğlence alanında	30%	6%	37%	9%	18%
Enerji (akaryakıt, elektrik, gaz...vb.)	3%	12%	70%	15%	0%

Tedarikçi seçim kriterlerine bakıldığında ise, hemen hemen tüm sektörlerde de benzer sonuçlar çıkması muhtemel olan, istikrar ve uygun fiyat düzeyi birinci derecede önemli tercih sebebi olmaktadır (Çizelge 4.8). Turizm endüstrisi yapısı gereği, kullanılan bazı mal ve hizmetlerin çabuk temin edilebilmesi gerekmesine rağmen konum kriteri üçüncü dereceden önemli bir kriter olarak belirtilmiştir. Bu yanıt, tedarikçilerin bulunduğu yer ile ilgili çıkan Antalya sonucunu doğrular niteliktedir.

Çizelge 4.9 : Tedarikçi seçim kriterleri

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	3 Mean	4Mean	5 Mean
İstikrarlı olması	33	4,7879	0,73983	0,12879	0	0	0,109
Teknik uzmanlık	33	4,4242	0,96922	0,16872	0	0,617	0,002
Finansal sağlamlık	33	4,2121	1,21854	0,21212	0	0,325	0,001
Ürün/hizmet çeşitliliği ve yeterliliği	33	4,1515	1,00378	0,17474	0	0,392	0
Referanslar	33	3,5455	1,43812	0,25034	0,037	0,079	0
Kültürel uyum	33	3	1,56125	0,27178	1	0,001	0
Fiyat düzeyi	33	4,8788	0,33143	0,0577	0	0	0,054
Modern/teknolojik olanaklar	33	4,2121	1,11124	0,19344	0	0,281	0
Kalite sertifikası	33	4,4242	1,19975	0,20885	0	0,051	0,01
Konum	33	3,2121	1,45253	0,25285	0,408	0,004	0

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

II. Dünya Savaşı'yla uluslararası boyut kazanarak dikkat çeken turizm hareketleri, günümüzde karmaşık ve çok disiplinli bir sektör halini almıştır. Temelinde insan faktörü olmasından dolayı, bulunduğu bölgede hem soyut, hem de somut etkiler yaratan turizm ile ilgili birçok tartışma konusu gündeme gelmiştir. Zamanla bu konular değişim gösterse de, turizmin ekonomik boyutu halen en çok ilgi çeken kısmı durumundadır.

Turizm aktivitelerinin gerçekleştiği bölgelerde, fiziksel ve sosyo-kültürel açıdan, pozitif ve negatif olmak üzere iki yönlü etkileri bulunsu da, ekonomik etki üzerine incelemeler her zaman öne çıkmıştır. Diğer konuların ihmal edilmesine neden olan bu durum, turizmin ekonomik açıdan yarattığı etkiler toplamının, fiziksel ve sosyal anlamda yarattığı etkilere göre çok daha olumlu olmasıdır.

Gelişim ve kullanım hızı göz önüne alındığında turizm; destinasyondaki yerel, toplumsal, ekonomik ve çevresel ilişkilerin; doğal, tarihi ve kültürel yapının dikkatli bir şekilde korunmasını gerektiren çok yönlü ve yoğun hizmet içerikli bir faaliyettir.

Yarattığı gelir artışı, istihdam olanakları ve diğer sektörler üzerindeki etkileriyle önemli bir ekonomik ortam yaratan turizm, bulunduğu bölgede kalkınmanın itici gücü olarak kabul edilmektedir. Yerel ve bölgesel ekonomik kalkınmanın temelini oluşturan yerel dinamiklerin harekete geçirilmesi ve bölgenin sahip olduğu potansiyelleri ile küresel rekabet ortamında ayakta kalabilmesi için turizme gereksinim duyulmaktadır. Kalkınma yarışında geri kalmış birçok bölge ya da yöre için mevcut turizm potansiyelleri, ekonomik canlılık ve istihdam yaratılabilmesi için bir çıkış noktası olmuştur.

Turizmin ekonomik etkileri üzerine yapılan çalışmalar, çoğunlukla ulusal düzeyde elde edilebilecek ekonomik göstergeler ışığında gerçekleşmektedir. Yerel düzeydeki ekonomik etkilerin ölçülmesindeki zorluklar ve kısıtlar nedeniyle, bu ölçekte çalışmalar daha çok teorik ve gözleme dayalı olmuştur.

Turizm sektörünün yarattığı ekonomik hareketliliğin, ağırlıkla yerel ölçekte ortaya çıkması noktasından hareketle; ekonomik getirinin, yine bulunduğu bölgede kalması beklenmektedir. Ancak; ulusal düzeyde yapılan kamusal altyapı yatırımlarının, teşviklerin ve turizm merkezlerine verilen önceliğin, ülkenin geri kalan diğer bölgelerinde bir fırsat maliyeti yarattığı göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla turizmin, bulunduğu bölge dışına da belirli ölçüde ekonomik katkısının olması gerekmektedir.

Seyahat acentaları, tur şirketleri, ulaştırma hizmetleri ve konaklama işletmelerinden oluşan turizm endüstrisinin; bulunduğu yöreye en çok katkı sağlaması beklenen ve en kapsamlı bileşeni olan konaklama sektörü, bu tez kapsamında ekonomik etkilerin ölçülmesinde temel olarak alınmıştır. Literatürdeki birçok çalışmanın dışında, yerel ekonomik etki değerlendirmesi, turist harcamaları yerine, konaklama sektörü ve tedarik yapıları üzerine kurgulanmıştır. Konaklama işletmelerinin organizasyon yapıları gereği birçok alt sektörle ileri ve geri bağlantılarının bulunması, ekonomik etkinliğini arttırmaktadır.

Türkiye’de turizm sektörünün gelişim sürecine bakıldığında; Cumhuriyet’in ilanından sonra DPT ‘nin kurulması (1960) ve 1963’te de kalkınma planlarının uygulanmaya başlamasıyla bir dönüm noktası yaşandığı ortaya çıkmaktadır. Beraberinde yaşanan kurumsal yapılanma, devlet öncülüğünde bir sektörel gelişimi göstermektedir. 1982 Turizm Teşvik Kanunu’nun ise bir reform niteliğinde olduğu kabul edilirken; fiziksel kapasite artırma temeline dayalı politikalar çerçevesinde girişimcilere verilen teşviklerle, Türk turizmi aşama aşama gelişme kaydetmiştir. Özellikle kıyı alanlarda konaklama üzerine yoğunlaşan uygulamalar, bu bölgelerde günümüze kadar artarak gelen bir baskıyı oluşturmaktadır. Turizm ürününü tek çeşide indirgeyen ve kıyı alanlarında ciddi bir fiziksel etki yaratan bu durum, sürdürülebilirlik ilkesi ile çelişmekte ve bölgeler arası dengesizliğin daha da artmasına neden olmaktadır. Turizm faaliyetlerinin yıl boyuna yayılması, sürekli ve kalıcı bir talep unsuru haline gelmesi, sürdürülebilirliğin sağlanması için gereklidir. Sahip olunan yatak kapasitesinin sadece yaz sezonunda kullanılması, tesislerin ekonomik bir varlık olarak verimliliğinin düşmesine sebep olmaktadır. Sezon dışında boş kalmaması amacıyla değil, yeni turizm ürünleriyle talep edilen bir hale getirilmesine yönelik politikaların uygulanması gereklidir.

Planlı olarak turizmin gelişmesi öngörülen, Akdeniz Bölgesi ve Antalya incelendiğinde, giderek büyüyen bir sektör halini alan turizm, bölgenin tarımsal kimliğinin ardından temel geçim kaynağı olmuştur. Bugün yabancı ziyaretçiyi en çok çeken il olma özelliği taşıyan Antalya’da zamanla turizmin diğer ekonomik sektörleri geliştirici etkisi görülmüş, özellikle son 10 yılda turizm işletmelerine hizmet veren yan sektörlerin gelişimine saha olmuştur.

Antalya’nın ilçeleri arasında; yatak kapasitesi, yabancı ziyaretçi sayısı, geceleme sayıları gibi turizm göstergeleri bakımından ilk sırada yer alan Manavgat ilçesi örnek alan çalışmasının yapılacağı yöre olarak seçilmiştir. Konaklama işletmelerinin bulunduğu bölgede, hizmet aldığı yan sektörleri geliştirici, gelir artırıcı ve istihdam yaratıcı etkisini ortaya koymak üzere; Manavgat’ta yer alan turizm belgeli konaklama tesislerine anket uygulaması yapılmıştır. Tesislerin genel bilgileri, personel bilgileri, sermaye sahipleri ve sermaye yapıları, tesis departmanlarına göre tedarikçi bilgileri alınmış ve frekans dağılımlarıyla birbirleri arasında anlamlı ilişkiler incelenmiştir. Buna göre konaklama işletmeleri tüm departmanlardaki gereksinimlerini gidermek amacıyla Antalya bölgesini tercih etmekte, bu da bölgesel kalkınma açısından büyük önem taşımaktadır.

Öte yandan, daha özelde Manavgat tercihlerine bakıldığında, yeterli uzmanlaşma ve kapasite olmayışından kaynaklanan bir talep düşüklüğü yaşanmaktadır. Zaten bir üst kademe merkez olan Antalya’da tüm ihtiyaçların zamanında, kaliteli ve uygun fiyatlı gerçekleşiyor olması Manavgat’ın şansını zorlamaktadır. Son 10 yılda Manavgat’ta konaklama işletmelerine hizmet veren firmaların sayısındaki artıştan bahsedilse de kurumsallaşamamış yapı ve kapasite yetersizliği kentin önündeki en önemli engellerdir. Bu sonuçlar doğrultusunda, yörede faaliyet gösteren ya da yatırım yapmayı düşünen işletme sahipleri, daha kaliteli bir hizmet kalitesi ve işletme ölçeği benimsemek durumundadır.

KAYNAKLAR

- Aksu, Ç., Demirbaş, G., Güler, M.,** Avrupa Birliği Katılım Öncesi Mali Yardım Programları ve Yerel Ekonomik Kalkınma: Trakya Bölgesi Örneği, *IIBF*, 219 – 236.
- Alanya Ticaret ve Sanayi Odası, (2007),** Alanya’da Konaklama Sektörünün Gelişimi Ve Mevcut Durumunun Analizi, <http://www.altso.org.tr/>
- Albeni, M., Ongun, U., (2005),** Antalya Turizminin Türk Turizmi İçerisindeki Yeri ve Krizlerin Antalya Turizmi Üzerindeki Etkileri, *Süleyman Demirel Üni.*, 10:2, 93 – 112.
- Algür, S., Doğan, H., Üngüren, E.,** Konaklama ve Seyahat Acentaları Yöneticilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları: Antalya Örneği, *Akdeniz Üniversitesi.*
- Alkay, E., Gezici, F., Gül, A.,** “Analyzing Coastal Development Pattern of Tourism in Turkey”, 46th Congress of European Regional Science Association, CD-ROM, Volos, Greece, 30 August- 3 September 2006.
- Altun, S., İnCEOğlu, M., (2006),** Tatil Amaçlı Konaklama Tesislerinde Zamana Bağlı Değişim, *itüdergisi*, 5: 2, 91 – 96.
- Akış, A., (2007),** Alanya’da Turizm Ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 15-32
- Alper, A., (2008),** Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz, *MPRA*, 10611.
- Alvarez, M.D., (2010),** Marketing of Turkey as a Tourism Destination, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.21, issue 1, pp.123-138.
- Andereck, K., Heffernon, R., Rex, T., Vogt, C., (2000),** How Important is the Flagstaff-Area Tourism Cluster?, *ASU*, 3: 3, 209 – 223.
- Aref, A., Aref, F., Gill, S., S., Redzuan, M., (2010),** Assessing the Level of Community Capacity Building in Tourism Development in Local Communities, *Journal of Sustainable Development*, 3: 1, 80 – 90.
- Armstrong, H., Taylor, J., (2000),** Regional Economics and Policy, Blackwell.
- Atabay, S., (2003),** Yeni Binyılda Turizm Politikaları Yeni Eğilimler ve Yapısal Değişmeler, *Uluslararası Sempozyum Bildirileri.*
- Azaltun, M., Çakıcı, A.C., Çetinsöz, B.C., Kozak, M.A., Kozak, N., Saruşık, M., Sökmen, A., (2008),** Otel İşletmeciliği, *Detay Yayıncılık*, ed. Kozak, N., Ankara.
- Bahar, O., Kozak, M., (2005),** Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik, *Detay Yayıncılık.*

- Bahar, O., Kozak, M.,** (2008), Turizm Ekonomisi, *Detay Yayıncılık*, 2.Baskı.
- Binns, T., Nel, E.,** (2002), Tourism as a Local Development Strategy in South Africa, *The Geographical Journal*, **168**: 3, 235 – 247.
- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü Turizm Destek Komitesi 1. Toplantı Raporu** (Madrid, 28 Ocak 2009)
- Brida, J.G., Pereyra, J.S., Devesa, M.L.S.,** (2008), Evaluating The Contribution of Tourism to Economic Growth, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.**19**, Issue 2, 351-357.
- Chen, D.,** (2009), Innovation of Tourism Supply Chain Management , *International Conference on Management of e-Commerce and e-Government*, 310 – 313.
- Chen, D., Yi, P.,** (2010), Mode Selection of Tourism Supply Chain and Its Management Innovation, *International Conference on E-Business and E-Government*, Guangzhou, 3388 – 3391.
- Cioccarelli, G., Denicolai, S., Zuchella, A.,** (2010), Resource-based Local Development and Networked Core-Competencies for Tourism Excellence, *Elsevier*, 260 – 266.
- Cunha, J.C., Cunha, S.K.,** (2005), Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development, *Brazilian Administration Review*, **2**: 2: 4, 47 – 62.
- Çavuş, Ş., Çolakoğlu, O., E., Zehra, E.,** (2009), Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim, *Detay Yayıncılık*.
- Çetin, M.,** (2007), Yerel Ekonomik Kalkınma Yaklaşımı ve Uluslararası Organizasyonlar, *Yönetim ve Ekonomi*, **14**: 1, 153 – 170.
- Çevirgen, A.,** (2009), Konaklama İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing) Uygulamaları Üzerine bir Değerlendirme, *Ege Akademik Bakış*, **9**: 4, 1341 – 1355.
- Didin, S., Köroğlu, Ç.,** (2008), Konaklama İşletmelerinin Satışlar Maliyetler Bakımından Rekabet Edebilme Durumu ve Gelecekte Beklentileri, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, **4**: 7, 111 – 120.
- Dinçer, İ.,** (2007), Sektörel Yığılmaları Kullanarak Yerel Potansiyeli Tanımlamak ve Kırsal Kalkınma, *YTU Mim. Fak. E-Dergisi*, **2**: 3, 167 – 175.
- Dwyer, L., Forsyth, P., Spurr, R.,** (2002), Evaluating Tourism's Economic Effects: New and Old Approaches, *Elsevier*, 307 – 317.
- Duman, T., Kozak, M.,** (2010), The Turkish Tourism Product: Differentiation and Competitives, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.**21**, Issue 1, pp.155-168.
- Emir, G.,** (2000), Doğu Karadeniz Bölgesinde Turizm,Ekonomik Etkileri ve Talep Tahminleri, *T.C. Yükseköğretim Kurulu Dökümantasyon Merkezi*.
- Erkuş Öztürk, H.,** (2009), The Role of Cluster Types And Firm Size In Desining The Level of Network Relations: The Experience of The Antalya Tourism Region, *Tourism Management*, Vol.**30**, Issue 4, 589-597

- Erkuş Öztürk, H.**, (2010), Planing of Tourism Development The Case of Antalya, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.21, Issue 1, pp. 107-122.
- Erkuş Öztürk, H., Eraydın, A.**, (2010), Environmental Governance For Sustainable Tourism Development: Collaborative Networks And Organization Building In Antalya Tourism Region, *Tourism Management*, Vol.31, 113-124
- Font, X., Tapper, R., Schwarts, K., Kornilaki, M.**, (2008), Sustainable Supply Chain Management in Tourism, *Business Strategy and the Environment*, 17, 260 – 271.
- Gezici, F.**, (1998), Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma Amacında Turizm Eylemlerinin Etkisi, *İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi*, 17, 260 – 271.
- Gezici, F.**, (1998), Bölgesel Gelişme ve Turizm Aktivitelerinin Etkileşimi Üzerine Bir Değerlendirme, *İstanbul Teknik Üniversitesi, Şehir Ve Bölge Planlaması Bölümü Üyeleri, Prof. Dr. Ayten Çetiner'e Armağan*.
- Gezici, F., Gül Yazgan A.**, (2003), Yeni Binyılda Turizm Politikaları, Yeni Eğilimler Ve Yapısal Değişmeler, *Yıldız Teknik Üniversitesi, Uluslararası Sempozyum Bildirileri*, Ed. Prof.Dr. Semra Atabay
- Gezici, F., Gül, A., Alkay, E.**, (2006) “Evaluating Tourism Development Models for Bodrum Penninsula in Turkey”, in Sustainable Tourism, 16-17, Italy
- Gezici, F., Gül, A., Alkay, E.** (2007) “Analyzing Coastal Development Pattern of Tourism in Turkey”, 47th Congress of the European Regional Science Association, 29 Aug- 2 Sept 2007, Cergy-Pontoise, Paris, Fransa. 2007
- Gonzales, E., A., Rodriguez, J., V., P.**, (2007), Cost efficiency of the lodging industry in the tourist destination of Gran Canaria (Spain), *Elsevier*, 993 – 1005.
- Gökovalı, U.**, (2010), Contribution of Tourism to Economic Growth in Turkey, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.21, Issue 1, pp.139-153.
- Göymen, K.**, (2000), Annals of Tourism Research, *Tourism and Governance in Turkey*, Vol.27, no: 4, pp. 1025-1048.
- Gu, Z.**, (2003), The Chinese Lodging Industry: Problems And Solutions, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15/7, 386-392.
- Gül Yazgan, A.**, (2000), Turizm Alanlarında Kaynak Kullanımı ve Risk, *I.Ulusal Bölge Bilimi/Bölge Planlama Kongresi*, 5-6 Ekim 2000, KTÜ Mim. Fak, Mimarlık Bölüm Şehircilik Ana Bilim Dalı, s.166-182 Trabzon.
- Gülbahar, O.**, (2009), Turizmin Bölgelerarası Gelismislik Farklarını Gidermedeki Rolu (Türkiye Örneği), *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23: 1, 19 – 47.
- Gür, T.**, (2010), Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Başlıca Turistik Merkezlere Göre Dağılımı, *TYD*.

- Hall, C., M., Page, S., J.,** (1999), The Geography of Tourism and Recreation Environment, Place and Space, *Routledge*.
- Harewood, S.,** (2008), Coordinating The Tourism Supply Chain Using Bid Prices, *Journal of Revenue and Pricing Management*, **7**: 3, 266 – 280.
- Helmsing, A. H. J.,** (2003), Economic Development: New Generations Of Actors, Policies And Instruments For Africa, *Public Administration And Development*, **23**, 67–76
- Hoogendoorn, G., Visser, G.,** (2010), The role of second homes in local economic development in five small South African towns, *Development Southern Africa*, **27**: 4, 547 - 562.
- Huang, G., Q., Song, H., Zhang, X.,** (2010), A Comparative Analysis of Quantity and Price Competitions in Tourism Supply Chain Networks for Package Holidays, *The Service Industries Journal*, **30**: 10, 1593 – 1606.
- Huybers, T., Skeritt, D.,** (2009), The effect of international tourism on economic development: An empirical analysis, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, **10**: 1, 23 — 43.
- Ishibashi, T., Iso, K., Mishina, T., Shimazaki, Y.,** (2008), Regional Economic Effect and Ideal Economic Scale of Tourism, *IEEE*, 857 – 861.
- İnce, C., Duman, T.,** (2007), Geleneksel (Deniz, Kum, Güneş) Turizm, *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları*, ed. Bulu, M., Eraslan, İ.
- Kerr, W.R.,** (2003) Tourism Public Policy and The Strategic Management of Failure, *Advances in Tourism Research Series, Pergamon*
- Kılıçlar, A., ÜnlüÖnen, K.,** Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı.
- Komppula, R.,** The Representative Role of an Issue-Based Net Within a Regional Tourism Network.
- Korça, P.,** (1998), Turizm Etkilerinin İrdelenmesi: Yerel Halkın Yaklaşımı, *İstanbul Teknik Üniversitesi, Şehir Ve Bölge Planlaması Bölümü Üyeleri, Prof. Dr. Ayten Çetiner'e Armağan*.
- Kayar, H.Ç., Kozak, N.,** (2007), Genel Olarak Turizm Kavramı, *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları*, ed. Bulu, M., Eraslan, İ.
- Kozak, M., Kozak, M., A., Kozak, N.,** (2010), Genel Turizm İlkeler - Kavramlar, *Detay Yayıncılık*, 10.Baskı.
- Kuvan, Y.,** (2010), Mass Tourism Development and Deforestation in Turkey, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.21, Issue 1, pp.155-168.
- Lam, T., Han, M.X.J.,** (2005), A study of outsourcing strategy: a case involving the hotel industry in Shanghai, China, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.24, Issue 1, 41-56.

- Law, C., M.,** (1992), Urban Tourism and its Contribution to Economic Regeneration, *Urban Studies*, **29**: 3 – 4, 599 – 618.
- Lea, J.P.,** (1993), Tourism and Development in the Third World, *Routledge*, İlk Baskı 1988.
- Li, Q., Tang, F.,** (2009), An Integrated Model and Coordination Mechanism of Tourism Supply Chain Management, *International Conference on Test and Measurement*, 51 – 54.
- Lomanno, M., V.,** (2010), The Continuing Evolution of the U.S. Lodging Industry : A Twenty-Year View, *Sage*, **51**: 1, 15 – 19.
- Marzuki, A.,** (2009), Impact of Tourism Development, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.**20**, Issue 2, 450-455.
- Marın, M.C., Eraslan, İ.H.,** (2007), Yerel Yönetimlerin Kalkınma Çabaları Ve Turizm Kümelenmelerine Katkıları, *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları*, ed. Bulu, M., Eraslan, İ., 932-945
- MATSO,** (2009), Ekonomik Rapor, Manavgat Ticaret ve Sanayi Odası.
- MATSO, TUDER, Rotary, Akdeniz Üniversitesi-Manavgat Meslek Yüksekokulu,** (2009), Markalaşma Yolunda Manavgat.
- Nohutçu, A.,** (2002), Development of Tourism Policies in Turkey Throughout The Republica Period in Socio-Political, Economic and Administrative Perspective From State-Sponsored Development To Various Form of Cooperation, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı **9**.
- Öcal, N., Yıldırım, J.,** (2002), Tourism and Economic Growth in Turkey.
- Özbey, F.R.,** (2002), Sustainable Tourism Development In Globalization Progress, *Globalization and Sustainable Development, International Scientific Conference*, Book:**4**, 1-3, 135-150, Varna
- Özdemir, A., İ., Seçme, G.,** (2009), Tedarik Zinciri Ağ Tasarımına Bulanık Ulaştırma Modeli Yaklaşımı, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, **32**: 219 – 237
- Paksoy, T.,** (2005), Tedarik Zinciri Yönetiminde Dağıtım Ağlarının Tasarımı ve Optimizasyonu: Malzeme İhtiyaç Kısıtı Altında Stratejik Bir Üretim-Dağıtım Modeli, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (**14**):435-454
- Rogerson, C., M.,** (2010), Local economic development in South Africa: Strategic challenges, *Routledge*, **27**: 4, 480 – 495.
- Rosentraub, M.S., Joo, M.,** (2009), Tourism And Economic Development: Which Investments Produce Gains For Regions?, *Tourism Management*, Vol.**30**, Issue 4, 589-597.
- Ryan, C.,** (1991), Recreational Tourism A Social Science Perspective, *Routledge*.

- Sarı, Y.,** (2007), Türkiye Geneline Turizm Sektörü, *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları*, ed. Bulu, M., Eraslan, İ. 2007/1.
- Sayın, M.,** (2006), Yerel Ekonomik Kalkınma İçin Model Önerisi, GİDEM Projesi, *AB-GAP Bölgesel Kalkınma Programı, Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu-ODTÜ*
- Sharpley, R.,** (2000), The Influence of The Accommodation Sector on Tourism Development: Lessons from Cyprus, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.19, Issue 3, 275-293.
- Singh, A.,** (2009), The Relation Between Interest Rate Derivatives, Debt Maturity Structure, and Exposure in the Lodging Industry, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33: 3, 391 – 416.
- Stynes, D.J.,** (1997) Economic impacts of tourism. Illinois Bureau of Tourism, Department of Commerce and Community Affairs
- Swinwcoe, A., Tohamy, S.,** (2000), The Economic Impact of Tourism in Egypt, *E.C.E.S.*, 40.
- Şahin, M., Akdoğan, P.,** (2002) Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmelerin Turizm Sektörüne Etkisi Ve Kullanım Alanları, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=271
- Şenel, S., A.,** (2007), Turizm Sektöründe Yatırım Kararları, *Selçuk Üni. İ.İ.B.F. Dergisi*, 12.
- Tang, F., Qui, C., Jiang, S.,** (2009), Supplier Selection of Tourism Supply Chain Based on Information Entropy and Matter-element Model, *Management and Service Science, International Conference*, 1-5, Wuhan.
- Tapper, R., Font, X.,** (2004) Tourism Supply Chains Report of a Desk Research Project for The Travel Foundation, *Leeds Metropolitan University, Environment Business & Development Group*.
- Tunçsiper, B., Yılmaz, G., Ö.,** (2009) Yerel Ekonomik Kalkınma Sürecine Turizm Sektörünün Etkisi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:24, ss.53-63.
- Türksoy, A.,** (2007), Konaklama İşletmelerinde Mali Başarısızlığa Yol Açan Etmenler, *Ege Akademik Bakış*, 7: 1, 99 – 115.
- Türksoy, A.,** (2005) Otel İşletmelerinde Dış Kaynaklardan Yararlanma, *Ege Akademik Bakış*, 5:12, 11-18
- Ustasüleyman, T.,** (2009), Tedarikçi Geliştirmenin Satın Alma Performansına Etkisine Yönelik Yapısal Model Önerisi, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 197 - 218.
- Visser, G.,** (2003), The Local Development Impacts of Backpacker Tourism: Evidence from the South African Experience, *Urban Forum*, 14, 2 - 3.
- Wei, L., Lu, K.,** (2008) The Appliance of Supply Chain Management Theory to Tourism Development, *International Conference on Management of e-Commerce and e-Government*, 14-17

- Xinyue, H., Yongli, T.,** (2008), Integrated Tourism Service Suply Chain Management: Concept and Operations Processes, *Int. Conference Neural Networks & Signal Processing*, Nanjing, China, 644 – 647.
- Yağcı, Ö.,** (2007), Turizm Ekonomisi, *Detay Yayıncılık*, 2.Baskı.
- Yang, S., Huang, G., Song, H., Liang, L., Q.,** (2009), Game-Theoretic Approach to Competition Dynamics in Tourism Supply Chains, *Journal of Travel Research*, **47**: 4, 425 – 439.
- Yang, L., Li, B., Lan, W.,** (2009) Tourism Supply Chain Cooperative Trust Dominated by Travel Agency in China, *International Conference on Management of e-Commerce and e-Government*, 318-321
- Yıldıztekin, İ.,** (2009), Konaklama Hizmetlerinde Maliyete Dayalı Fiyatlama ve Fiyat Değişiminin Bölüm Karlılığına Etkileri, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, **23**: 4, 215 – 240.
- Zhang, X., Song, H., Huang, G.Q.,** (2009) Tourism supply chain management: A new research agenda, *Tourism Management*, **30**, 345 – 358.
- Zhang, X., Chen, Y., Cao, H.,** (2010) The Discussion of Collaboration Management of Tourism Services Supply Chain, *Management and Service Science (MASS), International Conference*, 1-4, Wuhan.
- Zoomers, A.,** (2007), Global Travelling Along the Inca Route: Is International Tourism Beneficial for Local Development?, *Routledge*, **16**: 7, 971 – 983.
- Zortuk, M.,** (2009), Economic Impact of Tourism on Turkey's Economy: Evidence from Cointegration Tests, *EuroJournals*, 231 – 239.
- .
- Url-1** <<http://www.kultur.gov.tr>>, alındığı tarih 28.11.2010.
- Url-2** <<http://www.tarim.gov.tr>>, alındığı tarih 28.11.2010.
- Url-3** <[http:// http://www.antalyakulturturizm.gov.tr](http://http://www.antalyakulturturizm.gov.tr)>, alındığı tarih 20.11.2010.
- Url-4** <<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr>>, alındığı tarih 28.11.2010.
- Url-5** <<http://www.tuik.gov.tr>>, alındığı tarih 15.11.2010.

EKLER

- EK-1** : Anket f6y6
- EK-2** : İşletmelerin genel bilgileri frekans ve y6zde dağılımları
- EK-3** : Personel sayıları ile personel gereksiniminin karşılandığı yer ilişkisi
anova-post hoc testi
- EK-4** : Tedarikçilerin bulunduğu yer ile işletmelerin sermaye yapıları ilişkisi
anova-post hoc testi
- EK-5** : Tedarikçilerin bulunduğu yerlerin frekans ve y6zde dağılımları
- EK-6** : İlişki s6releri frekans dağılımları
- EK-7** : Tedarikçi sayıları frekans dağılımları
- EK-8** : Tedarikçi seęim kriterleri
- EK-9** : Sermaye yapısı ve işleme sahihbinin orijini ęapraz tablosu
- EK-10** : Post-hoc testi

Ek-1

T.C.
İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BÖLGE PLANLAMA YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
**TURİZMİN YEREL EKONOMİYE ETKİSİNİN KONAKLAMA
İŞLETMELERİ ÖZELİNDE ANALİZİ: MANAVGAT ÖRNEĞİ**

Sayın yetkili,

Bu araştırma İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Bölge Planlama Yüksek Lisans Programı adına Yüksek Lisans tezi için yapılmaktadır. Tezin amacı, konaklama işletmelerinin birlikte çalıştıkları tedarikçilerinin bulunduğu yer itibariyle yerel ekonomik kalkınmaya etkisinin değerlendirilmesidir. Ankete katılan işletmelerin bilgileri kesinlikle gizli tutulacaktır, herhangi bir ticari amaçla kullanılmayacaktır.
Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Otelin adı:..... Otelin yıldızı / sınıfı:.....
Otelin açılış tarihi (ay/yıl): Otelin kapasitesi (oda/yatak):.....

1. Otelin sahip olduğu belge : ☐ Turizm yatırımı belgesi ☐ Turizm işletmesi belgesi
2. Otelin yıllık doluluk oranı :
3. Otelin yıl boyunca açık olduğu süre : ☐ Devamlı ☐ Sezonluk (gün/ay belirtiniz)
4. İşletme sahibinin / sahiplerinin orijini : ☐ Manavgat ☐ Alanya ☐ Serik
☐ Antalya (diğer ilçeler) ☐ Diğer
5. İşletme sahibinin / sahiplerinin başka bir oteli mevcut mu?.....
“Evet” ise nerede? : ☐ Manavgat ☐ Alanya ☐ Serik
☐ Antalya (diğer ilçeler) ☐ Diğer (il belirtiniz).....
6. Otelin sermaye yapısı : ☐ Tek kişi işletmesi ☐ Aile işletmesi ☐ Şirket (çok ortaklı)
☐ Ulusal zincir ☐ Uluslararası zincir ☐ Diğer.....
7. Otelde uygulanan tatil sistemi: ☐ Herşey dahil ☐ Tam pansiyon ☐ Yarım pansiyon
☐ Oda-kahvaltı ☐ Diğer (belirtiniz).....
8. Otelin toplam personel sayısı :
9. Otelde mevsimlik olarak istihdam edilen personel sayısı :
10. Otelde yıl boyu istihdam edilen personelin departmanları :
☐ Resepsiyon ☐ Temizlik ☐ İdari ☐ Servis
☐ Mutfak ☐ Teknik servis ☐ Diğer(belirtiniz).....
11. Otelin personel ihtiyacının karşılandığı yerler :
☐ Manavgat ☐ Alanya ☐ Serik ☐ Akseki
☐ Antalya (diğer ilçeler) ☐ Diğer (il belirtiniz).....

12. Aşağıda belirtilen faaliyet alanlarında, tedarikçilerinizden yararlanma düzeyini değerlendiriniz. Lütfen “ x “ ile işaretleyiniz.

Faaliyet alanları	Yalnızca personel	Yalnızca malzeme ve ekipman	Personelin yanında malzeme ve ekipman	Departman yönetimini de kapsayarak tamamı
Bilgi işlem teknolojilerinde				
Muhasebe ve finans alanında				
Pazarlama alanında				
Ulaştırma-taşımacılık alanında				
Güvenlik hizmetlerinde				
Temizlik hizmetlerinde				
Yönetim ve organizasyon faaliyetlerinde				
Danışmanlık-eğitim hizmetlerinde				
Araştırma-geliştirme (Ar-ge) alanında				
Mutfak hizmetlerinde				
Yiyecek-içecek alanında				
Ön büro hizmetlerinde				
Kat hizmetlerinde				
Bakım-onarım-dekorasyon hizmetlerinde				
Animasyon alanında				
Enerji (akaryakıt, elektrik, gaz...vb.)				

13. Tedarikçileriniz ile aranızdaki iletişim sıklığı nedir?

- ☐ Sık olmayan ve sadece iş ilişkisi – resmi iletişim
- ☐ Orta sıklıkta, sınırlı kişisel ilişki ve iş ilişkisi – resmi ve gayri resmi iletişim
- ☐ Çok sık, iş ilişkileri yanında kişisel ilişki – resmi ve gayri resmi iletişim

14. Aşağıda belirtilen faaliyet alanlarında, yararlanmakta olduğunuz tedarikçilerin sayılarını lütfen “ x “ ile işaretleyiniz.

Faaliyet alanları	1 tedarikçi	2 tedarikçi	3-5 tedarikçi	5'ten çok tedarikçi
Bilgi işlem teknolojilerinde				
Muhasebe ve finans alanında				
Pazarlama alanında				
Ulaştırma-taşımacılık alanında				
Güvenlik hizmetlerinde				
Temizlik hizmetlerinde				
Yönetim ve organizasyon faaliyetlerinde				
Danışmanlık-eğitim hizmetlerinde				
Araştırma-geliştirme (Ar-ge) alanında				
Mutfak hizmetlerinde				
Yiyecek-içecek alanında				
Ön büro hizmetlerinde				
Kat hizmetlerinde				
Bakım-onarım-dekorasyon hizmetlerinde				
Animasyon alanında				
Enerji (akaryakıt, elektrik, gaz...vb.)				

15. Aşağıda belirtilen faaliyet alanlarında, yararlanmakta olduğunuz tedarikçilerin işletme büyüklüklerini lütfen “ x “ ile işaretleyiniz. (1'den fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

Faaliyet alanları	Üretici	Kooperatif	Dağıtıcı firma (Distribütör)	Satıcı firma (bayi)	Diğer (belirtiniz)
Bilgi işlem teknolojilerinde					
Muhasebe ve finans alanında					
Pazarlama alanında					
Ulaştırma-taşımacılık alanında					
Güvenlik hizmetlerinde					
Temizlik hizmetlerinde					
Yönetim ve organizasyon faaliyetlerinde					
Danışmanlık-eğitim hizmetlerinde					
Araştırma-geliştirme (Ar-ge) alanında					
Mutfak hizmetlerinde					
Yiyecek-içecek alanında					
Ön büro hizmetlerinde					
Kat hizmetlerinde					
Bakım-onarım-dekorasyon hizmetlerinde					
Animasyon alanında					
Enerji (akaryakıt, elektrik, gaz...vb.)					

16. Aşağıda belirtilen faaliyet alanlarında, yararlanmakta olduğunuz tedarikçilerin bulundukları yerleri lütfen “ x “ ile işaretleyiniz. (1’den fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

Faaliyet alanları	Manavgat	Alanya	Serik	Antalya Merkez	Diğer (il ve ilçeleri belirtiniz) (yurtdışı ise ülke belirtiniz)
Bilgi işlem teknolojilerinde					
Muhasebe ve finans alanında					
Pazarlama alanında					
Ulaştırma-taşımacılık alanında					
Güvenlik hizmetlerinde					
Temizlik hizmetlerinde					
Yönetim ve organizasyon faaliyetlerinde					
Danışmanlık-eğitim hizmetlerinde					
Araştırma-geliştirme (Ar-ge) alanında					
Mutfak hizmetlerinde					
Yiyecek-içecek alanında					
Ön büro hizmetlerinde					
Kat hizmetlerinde					
Bakım-onarım-dekorasyon hizmetlerinde					
Animasyon alanında					
Enerji (akaryakıt, elektrik, gaz...vb.)					

17. Aşağıda belirtilen faaliyet alanlarında, yararlanmakta olduğunuz tedarikçiler ile olan ticari ilişki süresini lütfen “ x “ ile işaretleyiniz. (1’den fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

Faaliyet alanları	Kısa (1 yıla kadar)	Orta (1-3 yıl)	Uzun (3 yıldan fazla)
Bilgi işlem teknolojilerinde			
Muhasebe ve finans alanında			
Pazarlama alanında			
Ulaştırma-taşımacılık alanında			
Güvenlik hizmetlerinde			
Temizlik hizmetlerinde			
Yönetim ve organizasyon faaliyetlerinde			
Danışmanlık-eğitim hizmetlerinde			
Araştırma-geliştirme (Ar-ge) alanında			
Mutfak hizmetlerinde			
Yiyecek-içecek alanında			
Ön büro hizmetlerinde			
Kat hizmetlerinde			
Bakım-onarım-dekorasyon hizmetlerinde			
Animasyon alanında			
Enerji (akaryakıt, elektrik, gaz...vb.)			

18. Tedarikçilerinizi seçerken, aşağıdaki kriterlerin önem derecesini değerlendiriniz.

Lütfen “ x “ ile işaretleyiniz.

Tedarikçi belirlemede kriterler	Hiç önemli değil	Düşük derecede önemli	Orta derecede önemli	Çok önemli	Kesinlikle çok önemli
İstikrarlı olması					
Teknik uzmanlığa sahip olması ve deneyim					
Finansal açıdan sağlam olması					
Sunduğu ürün/hizmetin yeterli ve çeşitli olması					
Referanslarının sağlam olması					
Kültürel uyum - kişisel yakınlık					
Uyguladığı fiyat düzeyi					
Modern/teknolojik olanaklar sunması					
Gerekli kalite sertifikalarına sahip olması					
Konum					

19. Genel olarak değerlendirdiğinizde; oteliniz için bugüne kadar yapmış olduğunuz harcamaların,

%.....si, Manavgat ilçesinde kalmaktadır.

%.....si, Antalya ilinde kalmaktadır.

%.....si, diğer illerde kalmaktadır.

%.....si, diğer ülkelerde kalmaktadır.

20. Tedarik konusunda, kaç yıldır Manavgat’ı yeterli buluyorsunuz?.....

21. Manavgat’ta turizm sektörünün gelişimi ve yerel ekonomiye katkısı açısından görüşlerinizi lütfen belirtiniz.

.....
.....
.....
.....
.....

22. Konaklama işletmelerinde tedarik konusunda görüşlerinizi lütfen belirtiniz.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Katılımınız için teşekkür ederiz.

Ek-2

İşletmelere ait genel bilgilerin frekans dağılımları

Otelin Yıldızı

otel_yld					
					Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	3 yildiz	2	6,1	6,1	6,1
	4 yildiz	9	27,3	27,3	33,3
	5 yildiz	20	60,6	60,6	93,9
	6 yildiz	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Otelin Yaşı

yas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 yil	14	42,4	42,4	42,4
	6-10 yil	8	24,2	24,2	66,7
	11-15 yil	2	6,1	6,1	72,7
	16-20 yil	3	9,1	9,1	81,8
	21 yil ve uzeri	6	18,2	18,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Otelin Kapasitesi

kapasite					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	500 ve asagi	4	12,1	12,1	12,1
	501-1000 arasi	18	54,5	54,5	66,7
	1001-1500 arasi	6	18,2	18,2	84,8
	1501-2000 arasi	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Otelin Sahip Olduğu Belge

belge

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yatirim	1	3,0	3,0	3,0
	isletme	32	97,0	97,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Otelin Doluluk Oranı

doluluk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	50 ve alti	3	9,1	9,1	9,1
	51-100 arasi	30	90,9	90,9	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Otelin Açıklığı

aciklik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	devamli	17	51,5	51,5	51,5
	sezonluk	16	48,5	48,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

İşletme Sahibinin Orijini

memleket

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	15	45,5	45,5	45,5
	alanya	1	3,0	3,0	48,5
	antalya	2	6,1	6,1	54,5
	diger	15	45,5	45,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

İşletme Sahibinin Başka Oteli Var mı?

baska_ot

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	evet	23	69,7	69,7	69,7
	hayir	10	30,3	30,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Başka Otelinin Yeri

ot_nerde

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yok	10	30,3	30,3	30,3
	manavgat	11	33,3	33,3	63,6
	alanya-serij-antalya	7	21,2	21,2	84,8
	diger-alanya-serik-antalya	5	15,2	15,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Otelin Sermaye Yapısı

serm_yap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tek kisi	4	12,1	12,1	12,1
	aile	16	48,5	48,5	60,6
	sirket	11	33,3	33,3	93,9
	uluslararasızincir	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Tatil Sistemi

tatil_si

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	herseydahil	31	93,9	93,9	93,9
	tam pansiyon	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Ek-3

Personel sayısı ile personelin temin edildiği yer ilişkisi analizi

Multiple Comparisons								
				Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Dependent Variable	(I) per_geld	(J) per_geld						
personel	Scheffe	manavgat	manavgat-alanya-serik-antalya	-22,00000	101,97465	,997	-324,5416	280,5416
			manavgat-diger	-130,66667	64,49443	,272	-322,0108	60,6774
			diger-alanya-serik-antalya	-110,00000	118,48383	,834	-461,5216	241,5216
		manavgat-alanya-serik-antalya	manavgat	22,00000	101,97465	,997	-280,5416	324,5416
			manavgat-diger	-108,66667	91,20890	,703	-379,2681	161,9348
			diger-alanya-serik-antalya	-68,00000	134,89978	,934	-488,2249	312,2249
		manavgat-diger	manavgat	130,66667	64,49443	,272	-60,6774	322,0108
			manavgat-alanya-serik-antalya	108,66667	91,20890	,703	-161,9348	379,2681
			diger-alanya-serik-antalya	20,66667	109,35563	,998	-303,7731	345,1064
		diger-alanya-serik-antalya	manavgat	110,00000	118,48383	,834	-241,5216	461,5216
			manavgat-alanya-serik-antalya	88,00000	134,89978	,934	-312,2249	488,2249
			manavgat-diger	-20,66667	109,35563	,998	-345,1064	303,7731
	Tamhane	manavgat	manavgat-alanya-serik-antalya	-22,00000	14,40238	,664	-72,3707	28,3707
			manavgat-diger	-130,66667*	40,76275	,023	-247,5735	-13,7598
			diger-alanya-serik-antalya	-110,00000*	13,09307	,001	-160,3387	-59,6613
		manavgat-alanya-serik-antalya	manavgat	22,00000	14,40238	,664	-28,3707	72,3707
			manavgat-diger	-108,66667	39,06626	,085	-222,1444	4,8110
			diger-alanya-serik-antalya	-88,00000*	6,00000	,027	-152,6156	-23,3844
		manavgat-diger	manavgat	130,66667*	40,76275	,023	13,7598	247,5735
			manavgat-alanya-serik-antalya	108,66667	39,06626	,085	-4,8110	222,1444
			diger-alanya-serik-antalya	20,66667	38,60276	,996	-91,9612	133,2945
		diger-alanya-serik-antalya	manavgat	110,00000*	13,09307	,001	59,6613	160,3387
			manavgat-alanya-serik-antalya	88,00000*	6,00000	,027	23,3844	152,6156
			manavgat-diger	-20,66667	38,60276	,996	-133,2945	91,9612
mevs_per	Scheffe	manavgat	manavgat-alanya-serik-antalya	-35,23810	53,07091	,931	-192,6906	122,2144
			manavgat-diger	-93,80952	33,56499	,071	-193,3912	5,7722
			diger-alanya-serik-antalya	-93,57143	61,66283	,522	-276,5147	89,3718
		manavgat-alanya-serik-antalya	manavgat	35,23810	53,07091	,931	-122,2144	192,6906
			manavgat-diger	-58,57143	47,46807	,680	-199,4012	82,2583
			diger-alanya-serik-antalya	-58,33333	70,20622	,875	-266,6234	149,9567
		manavgat-diger	manavgat	93,80952	33,56499	,071	-5,7722	193,3912
			manavgat-alanya-serik-antalya	58,57143	47,46807	,680	-82,2583	199,4012
			diger-alanya-serik-antalya	,23810	56,91222	1,000	-168,6109	169,0871
		diger-alanya-serik-antalya	manavgat	93,57143	61,66283	,522	-89,3718	276,5147
			manavgat-alanya-serik-antalya	58,33333	70,20622	,875	-149,9567	266,6234
			manavgat-diger	-,23810	56,91222	1,000	-169,0871	168,6109
	Tamhane	manavgat	manavgat-alanya-serik-antalya	-35,23810	14,26983	,240	-87,8847	17,4085
			manavgat-diger	-93,80952*	24,09213	,004	-162,7116	-24,9075
			diger-alanya-serik-antalya	-93,57143	20,43323	,107	-217,0473	29,9044
		manavgat-alanya-serik-antalya	manavgat	35,23810	14,26983	,240	-17,4085	87,8847
			manavgat-diger	-58,57143*	19,97561	,047	-116,5575	-,5853
			diger-alanya-serik-antalya	-58,33333	15,36591	,612	-851,0066	734,3399
		manavgat-diger	manavgat	93,80952*	24,09213	,004	24,9075	162,7116
			manavgat-alanya-serik-antalya	58,57143*	19,97561	,047	,5853	116,5575
			diger-alanya-serik-antalya	,23810	24,75710	1,000	-92,1027	92,5789
		diger-alanya-serik-antalya	manavgat	93,57143	20,43323	,107	-29,9044	217,0473
			manavgat-alanya-serik-antalya	58,33333	15,36591	,612	-734,3399	851,0066
			manavgat-diger	-,23810	24,75710	1,000	-92,5789	92,1027

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Ek-4

Tedarikçilerin bulundukları yer ve işletmenin sermaye yapısı ilişkisi analizi

Multiple Comparisons

				Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
Dependent Variable		(I) serm_yap	(J) serm_yap				Lower Bound	Upper Bound
yr_16_1	Scheffe	tek kisi	aile	-,31250	,76511	,982	-2,5824	1,9574
			sirket	-,93182	,79913	,717	-3,3027	1,4391
			uluslararasızincir	-3,75000 ⁺	1,18530	,033	-7,2666	-,2334
		aile	tek kisi	,31250	,76511	,982	-1,9574	2,5824
			sirket	-,61932	,53607	,723	-2,2097	,9711
			uluslararasızincir	-3,43750 ⁺	1,02650	,022	-6,4829	-,3921
		sirket	tek kisi	,93182	,79913	,717	-1,4391	3,3027
			aile	,61932	,53607	,723	-,9711	2,2097
			uluslararasızincir	-2,81818	1,05210	,089	-5,9396	,3032
		uluslararasızincir	tek kisi	3,75000 ⁺	1,18530	,033	,2334	7,2666
			aile	3,43750 ⁺	1,02650	,022	,3921	6,4829
			sirket	2,81818	1,05210	,089	-,3032	5,9396
	Tamhane	tek kisi	aile	-,31250	,61555	,997	-2,4836	1,8586
			sirket	-,93182	,60936	,672	-3,1308	1,2672
			uluslararasızincir	-3,75000 ⁺	,47871	,026	-6,7108	-,7892
		aile	tek kisi	,31250	,61555	,997	-1,8586	2,4836
			sirket	-,61932	,54027	,840	-2,1664	,9278
			uluslararasızincir	-3,43750 ⁺	,38696	,000	-4,6084	-2,2666
		sirket	tek kisi	,93182	,60936	,672	-1,2672	3,1308
			aile	,61932	,54027	,840	-,9278	2,1664
			uluslararasızincir	-2,81818 ⁺	,37703	,000	-4,0489	-1,5875
		uluslararasızincir	tek kisi	3,75000 ⁺	,47871	,026	,7892	6,7108
			aile	3,43750 ⁺	,38696	,000	2,2666	4,6084
			sirket	2,81818 ⁺	,37703	,000	1,5875	4,0489
yr_16_2	Scheffe	tek kisi	aile	-,75000	1,03144	,912	-3,8101	2,3101
			sirket	-,95455	1,07731	,852	-4,1507	2,2416

			uluslararası zincir	-1,50000	1,59790	,830	-6,2407	3,2407
	aile	tek kişi		,75000	1,03144	,912	-2,3101	3,8101
		şirket		-,20455	,72268	,994	-2,3486	1,9395
		uluslararası zincir		-,75000	1,38382	,961	-4,8556	3,3556
	şirket	tek kişi		,95455	1,07731	,852	-2,2416	4,1507
		aile		,20455	,72268	,994	-1,9395	2,3486
		uluslararası zincir		-,54545	1,41834	,985	-4,7534	3,6625
	uluslararası zincir	tek kişi		1,50000	1,59790	,830	-3,2407	6,2407
		aile		,75000	1,38382	,961	-3,3556	4,8556
		şirket		,54545	1,41834	,985	-3,6625	4,7534
	Tamhane	tek kişi	aile	-,75000	1,00208	,982	-4,8474	3,3474
			şirket	-,95455	1,00556	,945	-5,0644	3,1553
			uluslararası zincir	-1,50000	,86603	,700	-6,8562	3,8562
	aile	tek kişi		,75000	1,00208	,982	-3,3474	4,8474
		şirket		-,20455	,71786	1,000	-2,2630	1,8539
		uluslararası zincir		-,75000	,50415	,643	-2,2755	,7755
	şirket	tek kişi		,95455	1,00556	,945	-3,1553	5,0644
		aile		,20455	,71786	1,000	-1,8539	2,2630
		uluslararası zincir		-,54545	,51104	,893	-2,2136	1,1227
	uluslararası zincir	tek kişi		1,50000	,86603	,700	-3,8562	6,8562
		aile		,75000	,50415	,643	-,7755	2,2755
		şirket		,54545	,51104	,893	-1,1227	2,2136
yr_16_3	Scheffe	tek kişi	aile	,68750	,79169	,860	-1,6613	3,0363
			şirket	,54545	,82689	,932	-1,9078	2,9987
			uluslararası zincir	1,00000	1,22648	,881	-2,6388	4,6388
	aile	tek kişi		-,68750	,79169	,860	-3,0363	1,6613
		şirket		-,14205	,55470	,996	-1,7877	1,5036
		uluslararası zincir		,31250	1,06217	,993	-2,8388	3,4638
	şirket	tek kişi		-,54545	,82689	,932	-2,9987	1,9078
		aile		,14205	,55470	,996	-1,5036	1,7877
		uluslararası zincir		,45455	1,08866	,981	-2,7753	3,6844
	uluslararası zincir	tek kişi		-1,00000	1,22648	,881	-4,6388	2,6388
		aile		-,31250	1,06217	,993	-3,4638	2,8388
		şirket		-,45455	1,08866	,981	-3,6844	2,7753

yr_16_4	Tamhane	tek kisi	aile	,68750	,63717	,914	-2,1906	3,5656
			sirket	,54545	,81683	,988	-2,1730	3,2639
			uluslararası zincir	1,00000	,57735	,700	-2,5708	4,5708
		aile	tek kisi	-,68750	,63717	,914	-3,5656	2,1906
			sirket	-,14205	,63761	1,000	-2,0839	1,7998
			uluslararası zincir	,31250	,26955	,842	-,5031	1,1281
		sirket	tek kisi	-,54545	,81683	,988	-3,2639	2,1730
			aile	,14205	,63761	1,000	-1,7998	2,0839
			uluslararası zincir	,45455	,57783	,972	-1,4316	2,3407
	Scheffe	uluslararası zincir	tek kisi	-1,00000	,57735	,700	-4,5708	2,5708
			aile	-,31250	,26955	,842	-1,1281	,5031
			sirket	-,45455	,57783	,972	-2,3407	1,4316
		tek kisi	aile	1,50000	,84796	,388	-1,0158	4,0158
			sirket	,45455	,88567	,966	-2,1731	3,0822
			uluslararası zincir	2,00000	1,31366	,519	-1,8974	5,8974
		aile	tek kisi	-1,50000	,84796	,388	-4,0158	1,0158
			sirket	-1,04545	,59413	,393	-2,8081	,7172
			uluslararası zincir	,50000	1,13766	,978	-2,8753	3,8753
		sirket	tek kisi	-,45455	,88567	,966	-3,0822	2,1731
			aile	1,04545	,59413	,393	-,7172	2,8081
			uluslararası zincir	1,54545	1,16604	,629	-1,9140	5,0049
	Tamhane	uluslararası zincir	tek kisi	-2,00000	1,31366	,519	-5,8974	1,8974
			aile	-,50000	1,13766	,978	-3,8753	2,8753
			sirket	-1,54545	1,16604	,629	-5,0049	1,9140
		tek kisi	aile	1,50000	1,17615	,868	-5,2651	8,2651
			sirket	,45455	1,29823	1,000	-5,1896	6,0987
			uluslararası zincir	2,00000	1,15470	,700	-5,1416	9,1416
		aile	tek kisi	-1,50000	1,17615	,868	-8,2651	5,2651
			sirket	-1,04545	,63409	,546	-3,0120	,9211
			uluslararası zincir	,50000	,22361	,222	-,1766	1,1766
		sirket	tek kisi	-,45455	1,29823	1,000	-6,0987	5,1896
			aile	1,04545	,63409	,546	-,9211	3,0120
			uluslararası zincir	1,54545	,59335	,148	-,3914	3,4823
	uluslararası zincir	tek kisi		-2,00000	1,15470	,700	-9,1416	5,1416

			aile	-50000	,22361	,222	-1,1766	,1766
			sirket	-1,54545	,59335	,148	-3,4823	,3914
yr_16_5	Scheffe	tek kisi	aile	1,31250	,87850	,535	-1,2939	3,9189
			sirket	1,27273	,91756	,595	-1,4495	3,9950
			uluslararası	,00000	1,36096	1,000	-4,0378	4,0378
		aile	tek kisi	-1,31250	,87850	,535	-3,9189	1,2939
			sirket	-,03977	,61552	1,000	-1,8659	1,7864
			uluslararası	-1,31250	1,17863	,745	-4,8093	2,1843
		sirket	tek kisi	-1,27273	,91756	,595	-3,9950	1,4495
			aile	,03977	,61552	1,000	-1,7864	1,8659
			uluslararası	-1,27273	1,20803	,775	-4,8567	2,3113
	Tamhane	tek kisi	uluslararası	,00000	1,36096	1,000	-4,0378	4,0378
			aile	1,31250	1,17863	,745	-2,1843	4,8093
			sirket	1,27273	1,20803	,775	-2,3113	4,8567
		aile	tek kisi	1,31250	,44459	,058	-,0327	2,6577
			sirket	1,27273	,46887	,124	-,2578	2,8032
			uluslararası	,00000	,00000	.	,0000	,0000
		sirket	tek kisi	-1,31250	,44459	,058	-2,6577	,0327
			sirket	-,03977	,64614	1,000	-1,8956	1,8160
			uluslararası	-1,31250	,44459	,058	-2,6577	,0327
yr_16_6	Scheffe	tek kisi	sirket	-1,27273	,46887	,124	-2,8032	,2578
			aile	,03977	,64614	1,000	-1,8160	1,8956
			uluslararası	-1,27273	,46887	,124	-2,8032	,2578
		uluslararası	tek kisi	,00000	,00000	.	,0000	,0000
			aile	1,31250	,44459	,058	-,0327	2,6577
			sirket	1,27273	,46887	,124	-,2578	2,8032
	Scheffe	tek kisi	aile	,00000	,67782	1,000	-2,0110	2,0110
			sirket	,31818	,70796	,977	-1,7822	2,4186
			uluslararası	,50000	1,05008	,973	-2,6154	3,6154
		aile	tek kisi	,00000	,67782	1,000	-2,0110	2,0110
			sirket	,31818	,47492	,929	-1,0908	1,7272
			uluslararası	,50000	,90939	,959	-2,1980	3,1980
	Scheffe	sirket	tek kisi	-,31818	,70796	,977	-2,4186	1,7822
			aile	-,31818	,47492	,929	-1,7272	1,0908

			uluslararası zincir	,18182	,93208	,998	-2,5835	2,9471
			uluslararası zincir tek kişi	-,50000	1,05008	,973	-3,6154	2,6154
			aile	-,50000	,90939	,959	-3,1980	2,1980
			şirket	-,18182	,93208	,998	-2,9471	2,5835
	Tamhane	tek kişi	aile	,00000	,62583	1,000	-2,2749	2,2749
			şirket	,31818	,54885	,995	-2,2002	2,8366
			uluslararası zincir	,50000	,50000	,949	-2,5924	3,5924
	aile	tek kişi	aile	,00000	,62583	1,000	-2,2749	2,2749
			şirket	,31818	,43921	,979	-,9442	1,5806
			uluslararası zincir	,50000	,37639	,745	-,6389	1,6389
	şirket	tek kişi	aile	-,31818	,54885	,995	-2,8366	2,2002
			aile	-,31818	,43921	,979	-1,5806	,9442
			uluslararası zincir	,18182	,22636	,969	-,5571	,9207
			uluslararası zincir tek kişi	-,50000	,50000	,949	-3,5924	2,5924
			aile	-,50000	,37639	,745	-1,6389	,6389
			şirket	-,18182	,22636	,969	-,9207	,5571
yr_16_7	Scheffe	tek kişi	aile	,56250	,56970	,807	-1,1277	2,2527
			şirket	,27273	,59504	,975	-1,4926	2,0381
			uluslararası zincir	,00000	,88258	1,000	-2,6185	2,6185
	aile	tek kişi	aile	-,56250	,56970	,807	-2,2527	1,1277
			şirket	-,28977	,39916	,912	-1,4740	,8945
			uluslararası zincir	-,56250	,76434	,909	-2,8302	1,7052
	şirket	tek kişi	aile	-,27273	,59504	,975	-2,0381	1,4926
			aile	,28977	,39916	,912	-,8945	1,4740
			uluslararası zincir	-,27273	,78340	,989	-2,5969	2,0515
			uluslararası zincir tek kişi	,00000	,88258	1,000	-2,6185	2,6185
			aile	,56250	,76434	,909	-1,7052	2,8302
			şirket	,27273	,78340	,989	-2,0515	2,5969
	Tamhane	tek kişi	aile	,56250	,30233	,404	-,3523	1,4773
			şirket	,27273	,27273	,918	-,6175	1,1630
			uluslararası zincir	,00000	,00000		,0000	,0000
	aile	tek kişi	aile	-,56250	,30233	,404	-1,4773	,3523
			şirket	-,28977	,40717	,981	-1,4536	,8740
			uluslararası zincir	-,56250	,30233	,404	-1,4773	,3523

yr_16_8	Scheffe	sirket	tek kisi	-2,27273	,27273	,918	-1,1630	,6175
			aile	,28977	,40717	,981	-,8740	1,4536
			uluslararası	-2,27273	,27273	,918	-1,1630	,6175
		uluslararası	tek kisi	,00000	,00000	.	,0000	,0000
			aile	,56250	,30233	,404	-,3523	1,4773
			sirket	,27273	,27273	,918	-,6175	1,1630
	Tamhane	tek kisi	aile	2,31250	,84540	,080	-,1957	4,8207
			sirket	,93182	,88299	,774	-1,6879	3,5515
			uluslararası	-,25000	1,30968	,998	-4,1356	3,6356
		aile	tek kisi	-2,31250	,84540	,080	-4,8207	,1957
			sirket	-1,38068	,59233	,167	-3,1380	,3767
			uluslararası	-2,56250	1,13422	,189	-5,9275	,8025
		sirket	tek kisi	-,93182	,88299	,774	-3,5515	1,6879
			aile	1,38068	,59233	,167	-,3767	3,1380
			uluslararası	-1,18182	1,16251	,793	-4,6308	2,2671
yr_16_9	Scheffe	uluslararası	tek kisi	,25000	1,30968	,998	-3,6356	4,1356
			aile	2,56250	1,13422	,189	-,8025	5,9275
			sirket	1,18182	1,16251	,793	-2,2671	4,6308
		Tamhane	tek kisi	2,31250	1,01435	,416	-2,6319	7,2569
			sirket	,93182	1,05390	,962	-3,7468	5,6104
			uluslararası	-,25000	,94648	1,000	-6,1038	5,6038
		aile	tek kisi	-2,31250	1,01435	,416	-7,2569	2,6319
			sirket	-1,38068	,58987	,163	-3,0939	,3325
			uluslararası	-2,56250*	,36479	,000	-3,6663	-1,4587
	Scheffe	sirket	tek kisi	-,93182	1,05390	,962	-5,6104	3,7468
			aile	1,38068	,58987	,163	-,3325	3,0939
			uluslararası	-1,18182	,46355	,161	-2,6950	,3313
		uluslararası	tek kisi	,25000	,94648	1,000	-5,6038	6,1038
			aile	2,56250*	,36479	,000	1,4587	3,6663
			sirket	1,18182	,46355	,161	-,3313	2,6950
	Scheffe	tek kisi	aile	,43750	,51554	,868	-1,0920	1,9670
			sirket	,45455	,53847	,869	-1,1430	2,0521
			uluslararası	,00000	,79868	1,000	-2,3695	2,3695
	Scheffe	aile	tek kisi	-,43750	,51554	,868	-1,9670	1,0920

		sirket		,01705	,36121	1,000	-1,0546	1,0887
		uluslararası		-,43750	,69167	,939	-2,4896	1,6146
	sirket	tek kişi		-,45455	,53847	,869	-2,0521	1,1430
		aile		-,01705	,36121	1,000	-1,0887	1,0546
		uluslararası		-,45455	,70892	,937	-2,5578	1,6487
	uluslararası	tek kişi		,00000	,79868	1,000	-2,3695	2,3695
		aile		,43750	,69167	,939	-1,6146	2,4896
		sirket		,45455	,70892	,937	-1,6487	2,5578
Tamhane	tek kişi	aile		,43750	,25769	,504	-,3422	1,2172
		sirket		,45455	,28167	,589	-,4649	1,3740
		uluslararası		,00000	,00000	.	,0000	,0000
	aile	tek kişi		-,43750	,25769	,504	-1,2172	,3422
		sirket		,01705	,38177	1,000	-1,0813	1,1154
		uluslararası		-,43750	,25769	,504	-1,2172	,3422
	sirket	tek kişi		-,45455	,28167	,589	-1,3740	,4649
		aile		-,01705	,38177	1,000	-1,1154	1,0813
		uluslararası		-,45455	,28167	,589	-1,3740	,4649
	uluslararası	tek kişi		,00000	,00000	.	,0000	,0000
		aile		,43750	,25769	,504	-,3422	1,2172
		sirket		,45455	,28167	,589	-,4649	1,3740
yr_16_10	Scheffe	tek kişi	aile	,68750	,59514	,723	-1,0782	2,4532
			sirket	,52273	,62161	,871	-1,3215	2,3669
			uluslararası	,25000	,92199	,995	-2,4854	2,9854
	aile	tek kişi		-,68750	,59514	,723	-2,4532	1,0782
			sirket	-,16477	,41699	,984	-1,4019	1,0724
			uluslararası	-,43750	,79847	,959	-2,8064	1,9314
	sirket	tek kişi		-,52273	,62161	,871	-2,3669	1,3215
			aile	,16477	,41699	,984	-1,0724	1,4019
			uluslararası	-,27273	,81838	,990	-2,7007	2,1553
	uluslararası	tek kişi		-,25000	,92199	,995	-2,9854	2,4854
			aile	,43750	,79847	,959	-1,9314	2,8064
			sirket	,27273	,81838	,990	-2,1553	2,7007
Tamhane	tek kişi	aile		,68750	,54367	,839	-1,6175	2,9925
		sirket		,52273	,59841	,959	-1,6796	2,7250

				uluslararasıincir	,25000	,47871	,998	-2,7108	3,2108	
				aile	tek kisi	-,68750	,54367	,839	-2,9925	1,6175
					sirket	-,16477	,44196	,999	-1,4578	1,1282
				uluslararasıincir	-,43750	,25769	,504	-1,2172	,3422	
				sirket	tek kisi	-,52273	,59841	,959	-2,7250	1,6796
					aile	,16477	,44196	,999	-1,1282	1,4578
				uluslararasıincir	-,27273	,35906	,977	-1,4448	,8993	
				uluslararasıincir	tek kisi	-,25000	,47871	,998	-3,2108	2,7108
					aile	,43750	,25769	,504	-,3422	1,2172
					sirket	,27273	,35906	,977	-,8993	1,4448
yr_16_11	Scheffe	tek kisi	aile	1,00000	,68376	,552	-1,0286	3,0286		
			sirket	,43182	,71416	,946	-1,6870	2,5506		
			uluslararasıincir	1,25000	1,05927	,709	-1,8927	4,3927		
		aile	tek kisi	-1,00000	,68376	,552	-3,0286	1,0286		
			sirket	-,56818	,47907	,706	-1,9895	,8532		
			uluslararasıincir	,25000	,91736	,995	-2,4716	2,9716		
		sirket	tek kisi	-,43182	,71416	,946	-2,5506	1,6870		
			aile	,56818	,47907	,706	-,8532	1,9895		
			uluslararasıincir	,81818	,94024	,859	-1,9713	3,6077		
		uluslararasıincir	tek kisi	-1,25000	1,05927	,709	-4,3927	1,8927		
			aile	-,25000	,91736	,995	-2,9716	2,4716		
			sirket	-,81818	,94024	,859	-3,6077	1,9713		
		Tamhane	tek kisi	aile	1,00000	,68920	,767	-2,1700	4,1700	
				sirket	,43182	,75786	,995	-2,4918	3,3555	
				uluslararasıincir	1,25000	,62915	,599	-2,6412	5,1412	
			aile	tek kisi	-1,00000	,68920	,767	-4,1700	2,1700	
				sirket	-,56818	,50762	,858	-2,0630	,9267	
				uluslararasıincir	,25000	,28137	,948	-,6014	1,1014	
	sirket		tek kisi	-,43182	,75786	,995	-3,3555	2,4918		
			aile	,56818	,50762	,858	-,9267	2,0630		
			uluslararasıincir	,81818	,42251	,400	-,5610	2,1974		
	uluslararasıincir	tek kisi	-1,25000	,62915	,599	-5,1412	2,6412			
		aile	-,25000	,28137	,948	-1,1014	,6014			
		sirket	-,81818	,42251	,400	-2,1974	,5610			

yr_16_12	Scheffe	tek kisi	aile	-1,12500	,84652	,627	-3,6365	1,3865
			sirket	-1,75000	,88416	,291	-4,3732	,8732
			uluslararası zincir	1,25000	1,31142	,823	-2,6408	5,1408
		aile	tek kisi	1,12500	,84652	,627	-1,3865	3,6365
			sirket	-,62500	,59311	,775	-2,3847	1,1347
			uluslararası zincir	2,37500	1,13572	,247	-,9945	5,7445
		sirket	tek kisi	1,75000	,88416	,291	-,8732	4,3732
			aile	,62500	,59311	,775	-1,1347	2,3847
			uluslararası zincir	3,00000	1,16405	,108	-,4535	6,4535
		uluslararası zincir	tek kisi	-1,25000	1,31142	,823	-5,1408	2,6408
			aile	-2,37500	1,13572	,247	-5,7445	,9945
			sirket	-3,00000	1,16405	,108	-6,4535	,4535
		Tamhane	tek kisi	-1,12500	,45985	,148	-2,5028	,2528
			sirket	-1,75000	,57899	,058	-3,5460	,0460
			uluslararası zincir	1,25000	,25000	,089	-,2962	2,7962
		aile	tek kisi	1,12500	,45985	,148	-,2528	2,5028
			sirket	-,62500	,64937	,923	-2,5202	1,2702
			uluslararası zincir	2,37500*	,38595	,000	1,2072	3,5428
		sirket	tek kisi	1,75000	,57899	,058	-,0460	3,5460
			aile	,62500	,64937	,923	-1,2702	2,5202
			uluslararası zincir	3,00000*	,52223	,001	1,2953	4,7047
		uluslararası zincir	tek kisi	-1,25000	,25000	,089	-2,7962	,2962
			aile	-2,37500*	,38595	,000	-3,5428	-1,2072
			sirket	-3,00000*	,52223	,001	-4,7047	-1,2953
yr_16_13	Scheffe	tek kisi	aile	-,56250	,74795	,903	-2,7815	1,6565
			sirket	-1,29545	,78121	,445	-3,6132	1,0223
			uluslararası zincir	-,75000	1,15872	,935	-4,1877	2,6877
		aile	tek kisi	,56250	,74795	,903	-1,6565	2,7815
			sirket	-,73295	,52405	,588	-2,2877	,8218
			uluslararası zincir	-,18750	1,00348	,998	-3,1646	2,7896
		sirket	tek kisi	1,29545	,78121	,445	-1,0223	3,6132
			aile	,73295	,52405	,588	-,8218	2,2877
			uluslararası zincir	,54545	1,02851	,963	-2,5059	3,5969
		uluslararası zincir tek kisi		,75000	1,15872	,935	-2,6877	4,1877

			aile	,18750	1,00348	,998	-2,7896	3,1646
			sirket	-,54545	1,02851	,963	-3,5969	2,5059
	Tamhane	tek kisi	aile	-,56250	,43511	,767	-1,8779	,7529
			sirket	-1,29545	,50093	,128	-2,8468	,2559
			uluslararası	-,75000	,25000	,300	-2,2962	,7962
		aile	tek kisi	,56250	,43511	,767	-,7529	1,8779
			sirket	-,73295	,56147	,749	-2,3589	,8930
			uluslararası	-,18750	,35612	,996	-1,2651	,8901
		sirket	tek kisi	1,29545	,50093	,128	-,2559	2,8468
			aile	,73295	,56147	,749	-,8930	2,3589
			uluslararası	,54545	,43408	,803	-,8715	1,9624
		uluslararası	tek kisi	,75000	,25000	,300	-,7962	2,2962
			aile	,18750	,35612	,996	-,8901	1,2651
			sirket	-,54545	,43408	,803	-1,9624	,8715
yr_16_14	Scheffe	tek kisi	aile	2,06250*	,52844	,006	,4947	3,6303
			sirket	1,79545*	,55194	,027	,1579	3,4330
			uluslararası	-,75000	,81866	,840	-3,1788	1,6788
		aile	tek kisi	-2,06250*	,52844	,006	-3,6303	-,4947
			sirket	-,26705	,37025	,914	-1,3655	,8314
			uluslararası	-2,81250*	,70898	,005	-4,9159	-,7091
		sirket	tek kisi	-1,79545*	,55194	,027	-3,4330	-,1579
			aile	,26705	,37025	,914	-,8314	1,3655
			uluslararası	-2,54545*	,72667	,015	-4,7014	-,3896
		uluslararası	tek kisi	,75000	,81866	,840	-1,6788	3,1788
			aile	2,81250*	,70898	,005	,7091	4,9159
			sirket	2,54545*	,72667	,015	,3896	4,7014
	Tamhane	tek kisi	aile	2,06250	,77845	,336	-2,1255	6,2505
			sirket	1,79545	,80115	,434	-2,1520	5,7429
			uluslararası	-,75000	,75000	,949	-5,3886	3,8886
		aile	tek kisi	-2,06250	,77845	,336	-6,2505	2,1255
			sirket	-,26705	,35047	,974	-1,2898	,7557
			uluslararası	-2,81250*	,20854	,000	-3,4435	-2,1815
		sirket	tek kisi	-1,79545	,80115	,434	-5,7429	2,1520
			aile	,26705	,35047	,974	-,7557	1,2898

			uluslararası zincir	-2,54545 ⁺	,28167	,000	-3,4649	-1,6260
			uluslararası zincir tek kişi	,75000	,75000	,949	-3,8886	5,3886
			aile	2,81250 ⁺	,20854	,000	2,1815	3,4435
			şirket	2,54545 ⁺	,28167	,000	1,6260	3,4649
yr_16_15	Scheffe	tek kişi	aile	-,12500	,80180	,999	-2,5038	2,2538
			şirket	-,59091	,83745	,918	-3,0755	1,8937
			uluslararası zincir	-2,50000	1,24214	,277	-6,1852	1,1852
		aile	tek kişi	,12500	,80180	,999	-2,2538	2,5038
			şirket	-,46591	,56178	,875	-2,1326	1,2008
			uluslararası zincir	-2,37500	1,07572	,205	-5,5665	,8165
		şirket	tek kişi	,59091	,83745	,918	-1,8937	3,0755
			aile	,46591	,56178	,875	-1,2008	2,1326
			uluslararası zincir	-1,90909	1,10255	,407	-5,1802	1,3620
		uluslararası zincir tek kişi	tek kişi	2,50000	1,24214	,277	-1,1852	6,1852
			aile	2,37500	1,07572	,205	-,8165	5,5665
			şirket	1,90909	1,10255	,407	-1,3620	5,1802
	Tamhane	tek kişi	aile	-,12500	,91686	1,000	-4,7560	4,5060
			şirket	-,59091	1,00638	,995	-4,6983	3,5165
			uluslararası zincir	-2,50000	,86603	,324	-7,8562	2,8562
		aile	tek kişi	,12500	,91686	1,000	-4,5060	4,7560
			şirket	-,46591	,59450	,971	-2,2373	1,3055
			uluslararası zincir	-2,37500 ⁺	,30104	,000	-3,2859	-1,4641
		şirket	tek kişi	,59091	1,00638	,995	-3,5165	4,6983
			aile	,46591	,59450	,971	-1,3055	2,2373
			uluslararası zincir	-1,90909 ⁺	,51265	,023	-3,5825	-,2357
		uluslararası zincir tek kişi	tek kişi	2,50000	,86603	,324	-2,8562	7,8562
			aile	2,37500 ⁺	,30104	,000	1,4641	3,2859
			şirket	1,90909 ⁺	,51265	,023	,2357	3,5825
yr_16_16	Scheffe	tek kişi	aile	-,25000	,86682	,994	-2,8217	2,3217
			şirket	,45455	,90536	,968	-2,2315	3,1406
			uluslararası zincir	,00000	1,34287	1,000	-3,9841	3,9841
		aile	tek kişi	,25000	,86682	,994	-2,3217	2,8217
			şirket	,70455	,60733	,720	-1,0973	2,5064
			uluslararası zincir	,25000	1,16296	,997	-3,2003	3,7003

Tamhane	sirket	tek kisi	-,45455	,90536	,968	-3,1406	2,2315
		aile	-,70455	,60733	,720	-2,5064	1,0973
		uluslararası	-,45455	1,19196	,986	-3,9909	3,0818
	uluslararası	tek kisi	,00000	1,34287	1,000	-3,9841	3,9841
		aile	-,25000	1,16296	,997	-3,7003	3,2003
		sirket	,45455	1,19196	,986	-3,0818	3,9909
	aile	tek kisi	-,25000	,93318	1,000	-4,1565	3,6565
		sirket	,45455	,88452	,998	-3,7407	4,6498
		uluslararası	,00000	,81650	1,000	-5,0499	5,0499
	sirket	tek kisi	-,45455	,88452	,998	-4,6498	3,7407
		aile	-,70455	,56557	,782	-,9115	2,3206
		uluslararası	-,25000	,45185	,995	-1,1172	1,6172
	uluslararası	tek kisi	,00000	,81650	1,000	-5,0499	5,0499
		aile	-,25000	,45185	,995	-1,6172	1,1172
		sirket	,45455	,34015	,759	-,6558	1,5649

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Ek-5

Tedarikçilerin bulundukları yerler

Bilgi İşlem Teknolojileri

yr_16_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid manavgat	5	15,2	15,2	15,2
alanya-serik-antalya	10	30,3	30,3	45,5
manavgat-alanya-serik-antalya	10	30,3	30,3	75,8
diğer	3	9,1	9,1	84,8
hepsi	5	15,2	15,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Muhasebe ve Finans Alanında

yr_16_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	10	30,3	30,3	30,3
	alanya-serik-antalya	2	6,1	6,1	36,4
	manavgat-alanya-serik-antalya	2	6,1	6,1	42,4
	diğer	11	33,3	33,3	75,8
	kendi	4	12,1	12,1	87,9
	hepsi	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Pazarlama Alanında

yr_16_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	2	6,1	6,1	6,1
	alanya-serik-antalya	1	3,0	3,0	9,1
	manavgat-alanya-serik-antalya	2	6,1	6,1	15,2
	diğer	13	39,4	39,4	54,5
	kendi	6	18,2	18,2	72,7
	hepsi	9	27,3	27,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Ulaştırma ve Taşımacılık Alanında

yr_16_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	22	66,7	66,7	66,7
	manavgat-alanya-serik-antalya	6	18,2	18,2	84,8
	kendi	4	12,1	12,1	97,0
	hepsi	1	3,0	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Güvenlik Hizmetlerinde

yr_16_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	4	12,1	12,1	12,1
	alanya-serik-antalya	5	15,2	15,2	27,3
	manavgat-alanya-serik-antalya	2	6,1	6,1	33,3
	kendi	22	66,7	66,7	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Temizlik Hizmetlerinde

yr_16_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	6	18,2	18,2	18,2
	alanya-serik-antalya	15	45,5	45,5	63,6
	manavgat-alanya-serik-antalya	10	30,3	30,3	93,9
	hepsi	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Yönetim ve Organizasyon Faaliyetlerinde

yr_16_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	alanya-serik-antalya	3	9,1	9,1	9,1
	manavgat-alanya-serik-antalya	2	6,1	6,1	15,2
	kendi	27	81,8	81,8	97,0
	hepsi	1	3,0	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Danışmalık ve Eğitim Hizmetleri

yr_16_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	4	12,1	12,1	12,1
	alanya-serik-antalya	12	36,4	36,4	48,5
	manavgat-alanya-serik-antalya	2	6,1	6,1	54,5
	diğer	3	9,1	9,1	63,6
	kendi	8	24,2	24,2	87,9
	hepsi	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Ar-Ge Alanında

yr_16_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	alanya-serik-antalya	2	6,1	6,1	6,1
	manavgat-alanya-serik-antalya	2	6,1	6,1	12,1
	diğer	3	9,1	9,1	21,2
	kendi	25	75,8	75,8	97,0
	hepsi	1	3,0	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Mutfak Hizmetlerinde

yr_16_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	alanya-serik-antalya	17	51,5	51,5	51,5
	manavgat-alanya-serik-antalya	12	36,4	36,4	87,9
	diğer	2	6,1	6,1	93,9
	hepsi	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Yiyecek İçecek Alanında

yr_16_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	alanya-serik-antalya	2	6,1	6,1	6,1
	manavgat-alanya-serik-antalya	23	69,7	69,7	75,8
	diğer	2	6,1	6,1	81,8
	hepsi	6	18,2	18,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Ön Büro Hizmetlerinde

yr_16_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	5	15,2	15,2	15,2
	alanya-serik-antalya	9	27,3	27,3	42,4
	manavgat-alanya-serik-antalya	5	15,2	15,2	57,6
	kendi	13	39,4	39,4	97,0
	hepsi	1	3,0	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Kat Hizmetlerinde

yr_16_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	2	6,1	6,1	6,1
	alanya-serik-antalya	11	33,3	33,3	39,4
	manavgat-alanya-serik-antalya	14	42,4	42,4	81,8
	kendi	3	9,1	9,1	90,9
	hepsi	3	9,1	9,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Bakım Onarım Dekorasyon Hizmetleri

yr_16_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	alanya-serik-antalya	1	3,0	3,0	3,0
	manavgat-alanya-serik-antalya	22	66,7	66,7	69,7
	diğer	3	9,1	9,1	78,8
	hepsi	7	21,2	21,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Eğlence Alanında

yr_16_15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	6	18,2	18,2	18,2
	alanya-serik-antalya	9	27,3	27,3	45,5
	manavgat-alanya-serik-antalya	9	27,3	27,3	72,7
	diğer	1	3,0	3,0	75,8
	kendi	7	21,2	21,2	97,0
	hepsi	1	3,0	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Enerji

yr_16_16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manavgat	1	3,0	3,0	3,0
	alanya-serik-antalya	6	18,2	18,2	21,2
	manavgat-alanya-serik-antalya	4	12,1	12,1	33,3
	diğer	13	39,4	39,4	72,7
	hepsi	9	27,3	27,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Ek-6**İlişki süreleri frekans dağılımları****su_17_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	1	3,0	3,0	3,0
	orta	13	39,4	39,4	42,4
	uzun	19	57,6	57,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	1	3,0	3,0	3,0
	orta	5	15,2	15,2	18,2
	uzun	22	66,7	66,7	84,8
	kendi	3	9,1	9,1	93,9
	hepsi	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	3	9,1	9,1	9,1
	orta	5	15,2	15,2	24,2
	uzun	18	54,5	54,5	78,8
	kendi	3	9,1	9,1	87,9
	hepsi	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	6	18,2	18,2	18,2
	orta	2	6,1	6,1	24,2
	uzun	20	60,6	60,6	84,8
	kendi	3	9,1	9,1	93,9
	hepsi	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	4	12,1	12,1	12,1
	orta	2	6,1	6,1	18,2
	uzun	12	36,4	36,4	54,5
	kendi	15	45,5	45,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	7	21,2	21,2	21,2
	orta	3	9,1	9,1	30,3
	uzun	12	36,4	36,4	66,7
	kendi	5	15,2	15,2	81,8
	hepsi	6	18,2	18,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	1	3,0	3,0	3,0
	uzun	7	21,2	21,2	24,2
	kendi	23	69,7	69,7	93,9
	hepsi	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	8	24,2	24,2	24,2
	orta	6	18,2	18,2	42,4
	uzun	7	21,2	21,2	63,6
	kendi	10	30,3	30,3	93,9
	hepsi	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	3	9,1	9,1	9,1
	uzun	7	21,2	21,2	30,3
	kendi	21	63,6	63,6	93,9
	hepsi	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	3	9,1	9,1	9,1
	orta	4	12,1	12,1	21,2
	uzun	19	57,6	57,6	78,8
	hepsi	7	21,2	21,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	3	9,1	9,1	9,1
	orta	5	15,2	15,2	24,2
	uzun	17	51,5	51,5	75,8
	hepsi	8	24,2	24,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	1	3,0	3,0	3,0
	orta	5	15,2	15,2	18,2
	uzun	12	36,4	36,4	54,5
	kendi	11	33,3	33,3	87,9
	hepsi	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

su_17_13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kisa	5	15,2	15,2	15,2
orta	4	12,1	12,1	27,3
kisa&orta	1	3,0	3,0	30,3
uzun	14	42,4	42,4	72,7
kendi	3	9,1	9,1	81,8
hepsi	6	18,2	18,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

su_17_14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kisa	3	9,1	9,1	9,1
orta	1	3,0	3,0	12,1
kisa&orta	2	6,1	6,1	18,2
uzun	20	60,6	60,6	78,8
hepsi	7	21,2	21,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

su_17_15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kisa	4	12,1	12,1	12,1
orta	7	21,2	21,2	33,3
kisa&orta	2	6,1	6,1	39,4
uzun	10	30,3	30,3	69,7
kendi	8	24,2	24,2	93,9
hepsi	2	6,1	6,1	100,0
Total	33	100,0	100,0	

su_17_16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kisa	4	12,1	12,1	12,1
	orta	1	3,0	3,0	15,2
	kisa&orta	1	3,0	3,0	18,2
	uzun	21	63,6	63,6	81,8
	kendi	2	6,1	6,1	87,9
	hepsi	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Ek-7

Tedarikçi sayıları frekans dağılımları

Statistics

		s_14_1	s_14_2	s_14_3	s_14_4	s_14_5	s_14_6	s_14_7
N	Valid	33	33	33	33	33	33	33
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		s_14_8	s_14_9	s_14_10	s_14_11	s_14_12	s_14_13	s_14_14
N	Valid	33	33	33	33	33	33	33
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		s_14_15	s_14_16
N	Valid	33	33
	Missing	0	0

s_14_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 tedarikci	4	12,1	12,1	12,1
2 tedarikci	12	36,4	36,4	48,5
3-5 tedarikci	11	33,3	33,3	81,8
5ten cok	6	18,2	18,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

s_14_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 tedarikci	3	9,1	9,1	9,1
2 tedarikci	6	18,2	18,2	27,3
3-5 tedarikci	13	39,4	39,4	66,7
5ten cok	9	27,3	27,3	93,9
kendileri	2	6,1	6,1	100,0
Total	33	100,0	100,0	

s_14_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 tedarikci	3	9,1	9,1	9,1
2 tedarikci	3	9,1	9,1	18,2
3-5 tedarikci	5	15,2	15,2	33,3
5ten cok	15	45,5	45,5	78,8
kendileri	7	21,2	21,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

s_14_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	20	60,6	60,6	60,6
	2 tedarikci	4	12,1	12,1	72,7
	3-5 tedarikci	3	9,1	9,1	81,8
	5ten cok	2	6,1	6,1	87,9
	kendileri	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	8	24,2	24,2	24,2
	2 tedarikci	1	3,0	3,0	27,3
	5ten cok	2	6,1	6,1	33,3
	kendileri	22	66,7	66,7	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	7	21,2	21,2	21,2
	2 tedarikci	1	3,0	3,0	24,2
	3-5 tedarikci	17	51,5	51,5	75,8
	5ten cok	7	21,2	21,2	97,0
	kendileri	1	3,0	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	2	6,1	6,1	6,1
	2 tedarikci	2	6,1	6,1	12,1
	3-5 tedarikci	1	3,0	3,0	15,2
	5ten cok	2	6,1	6,1	21,2
	kendileri	26	78,8	78,8	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	7	21,2	21,2	21,2
	2 tedarikci	3	9,1	9,1	30,3
	3-5 tedarikci	13	39,4	39,4	69,7
	5ten cok	2	6,1	6,1	75,8
	kendileri	8	24,2	24,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	3	9,1	9,1	9,1
	2 tedarikci	3	9,1	9,1	18,2
	3-5 tedarikci	2	6,1	6,1	24,2
	5ten cok	4	12,1	12,1	36,4
	kendileri	21	63,6	63,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	5	15,2	15,2	15,2
	2 tedarikci	2	6,1	6,1	21,2
	3-5 tedarikci	14	42,4	42,4	63,6
	5ten cok	9	27,3	27,3	90,9
	kendileri	3	9,1	9,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3-5 tedarikci	6	18,2	18,2	18,2
	5ten cok	27	81,8	81,8	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	5	15,2	15,2	15,2
	3-5 tedarikci	9	27,3	27,3	42,4
	5ten cok	6	18,2	18,2	60,6
	kendileri	13	39,4	39,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	3	9,1	9,1	9,1
	2 tedarikci	2	6,1	6,1	15,2
	3-5 tedarikci	13	39,4	39,4	54,5
	5ten cok	12	36,4	36,4	90,9
	kendileri	3	9,1	9,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3-5 tedarikci	12	36,4	36,4	36,4
	5ten cok	21	63,6	63,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tedarikci	10	30,3	30,3	30,3
	2 tedarikci	2	6,1	6,1	36,4
	3-5 tedarikci	12	36,4	36,4	72,7
	5ten cok	3	9,1	9,1	81,8
	kendileri	6	18,2	18,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

s_14_16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 tedarikci	1	3,0	3,0	3,0
2 tedarikci	4	12,1	12,1	15,2
3-5 tedarikci	23	69,7	69,7	84,8
5ten cok	5	15,2	15,2	100,0
Total	33	100,0	100,0	

Ek-8

Tedarikçi tercih kriterleri

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	3 Mean	4Mean	5 Mean
istikrarlı olması	33	4,7879	,73983	,12879	,000	,000	,109
teknik uzmanlık	33	4,4242	,96922	,16872	,000	,617	,002
finansal sağlamlık	33	4,2121	1,21854	,21212	,000	,325	,001
ürün/hizmet çeşitliliği ve yeterliliği	33	4,1515	1,00378	,17474	,000	,392	,000
referanslar	33	3,5455	1,43812	,25034	,037	,079	,000
kültürel uyum	33	3,0000	1,56125	,27178	1,000	,001	,000
fiyat	33	4,8788	,33143	,05770	,000	,000	,054
modern/teknolojik olanaklar	33	4,2121	1,11124	,19344	,000	,281	,000
kalite sertifikası	33	4,4242	1,19975	,20885	,000	,051	,010
konum	33	3,2121	1,45253	,25285	,408	,004	,000

Ek-9

Sermaye yapısı ve işleme sahihbinin orijini çapraz tablosu

memleket * serm_yap Crosstabulation

Count

		serm_yap				Total
		tek kisi	aile	sirket	uluslararası	
memleket	manavgat	2	10	3	0	15
	alanya	0	0	1	0	1
	antalya	2	0	0	0	2
	diger	0	6	7	2	15
	Total	4	16	11	2	33

Ek-10

Post-hoc testi

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
yr_16_1	1,126	3	29	,355
yr_16_2	4,039	3	29	,016
yr_16_3	2,937	3	29	,050
yr_16_4	10,391	3	29	,000
yr_16_5	15,820	3	29	,000
yr_16_6	1,497	3	29	,236
yr_16_7	2,847	3	29	,055
yr_16_8	1,550	3	29	,223
yr_16_9	2,497	3	29	,079
yr_16_10	,665	3	29	,580
yr_16_11	1,764	3	29	,176
yr_16_12	6,643	3	29	,001
yr_16_13	1,981	3	29	,139
yr_16_14	1,660	3	29	,197
yr_16_15	1,215	3	29	,322
yr_16_16	2,882	3	29	,053

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Gizem Küçüksarı

Doğum Yeri ve Tarihi: 24.08.1984

Adres: Manavgat

Lisans Üniversitesi: Yıldız Teknik Üniversitesi