

**T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI**

KONAKLAMA VE SEYAHAT HİZMETLERİ

**TURİZM HAREKETLERİ
812STE001**

Ankara, 2011

- Bu modül, mesleki ve teknik eğitim okul/kurumlarında uygulanan Çerçeve Öğretim Programlarında yer alan yeterlikleri kazandırmaya yönelik olarak öğrencilere rehberlik etmek amacıyla hazırlanmış bireysel öğrenme materyalidir.
- Millî Eğitim Bakanlığınca ücretsiz olarak verilmiştir.
- PARA İLE SATILMAZ.

İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR	ii
GİRİŞ	1
ÖĞRENME FAALİYETİ-1	3
1. Turizm ve Turist Kavramı	3
1.1. Turizm Kavramı	3
1.1.1. Turizmin Tanımı ve Çeşitleri.....	3
1.1.2. Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	3
1.1.3. Turizmin Önemi	4
1.2. Turist Kavramı	4
1.2.1. Turistin Tanımı	4
1.2.2. Turistin Çeşitleri	5
1.3. İnsanları Turistik Hareketlere Yönelten Sebepler	5
1.3.1. İç Faktörler	6
1.3.2. Dış Faktörler	10
1.4. Turizm Çeşitleri	11
1.4.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri	12
1.4.2. Katılanların Yaşına Göre Turizm Çeşitleri	12
1.4.3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Gücüne Göre Turizm Çeşitleri	14
1.4.4. Katılanların Amacına Göre Turizm Çeşitleri.....	14
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	27
ÖĞRENME FAALİYETİ-2	29
2. Turizmin İşlevleri ve Ekonomiye Etkileri	29
2.1. Turizmin İşlevleri.....	29
2.1.1. Turizmin Sosyal İşlevi	29
2.1.2. Turizmin Politik İşlevi	30
2.1.3. Turizmin Sağlık İşlevi	30
2.1.4. Turizmin Kültürel İşlevi	30
2.1.5. Turizmin Finansal İşlevi	30
2.2. Turizm ve Ekonomi	31
2.2.1. Turizmin Dünya Ekonomisine Etkileri.....	31
2.2.2. Turizmin Türkiye Ekonomisine Etkisi	33
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	37
MODÜL DEĞERLENDİRME	39
CEVAP ANAHTARLARI	40
KAYNAKÇA	41

AÇIKLAMALAR

KOD	812STE001
ALAN	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri
DAL/MESLEK	Operasyon – Rezervasyon-Önbüro-Kat Elemanı
MODÜLÜN ADI	Turizm Hareketleri
MODÜLÜN TANIMI	Öğrencinin; turizm faaliyetlerine katılan insanların ülkemizi tercih sebeplerini ve turizmin ülke ekonomisine katkısını anlamak için araştırma yapmasını sağlayan öğrenme materyalidir.
SÜRE	40\16
ÖN KOŞUL	Bu modülün ön koşulu yoktur.
YETERLİK	Temel turizm bilgi ve becerilerini kazanmaktır.
MODÜLÜN AMACI	Genel Amaç Turizm ve turist çeşitlerine uygun olarak konuk beklentisine uygun ön hazırlıklarınızı yapabileceksiniz. Amaçlar 1. İnsanları turistik hareketlere yönelten sebepleri ve turizm çeşitlerini inceleyerek, konuk beklentisine uygun ön hazırlıkları yapabileceksiniz. 2. Turizmin çeşitli alanlardaki faydalarını ve ekonomiye etkisini inceleyerek eksiksiz ön hazırlık yapabileceksiniz.
EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI	Donanım: Bilgisayar, internet, Ortam: kütüphane, seyahat acenteleri, turizm ile ilgili diğer kuruluşlar
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Modül içinde yer alan her öğrenme faaliyetinden sonra verilen ölçme araçları ile kendinizi değerlendireceksiniz. Öğretmen modül sonunda ölçme aracı (çoktan seçmeli test, doğru-yanlış vb.) kullanarak modül uygulamaları ile kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek sizi değerlendirecektir.

GİRİŞ

Sevgili Öğrenci,

İnsanların hangi yaş ve dönemde olursa olsun geleceğiyle ilgili karar alması, daima zor olmuştur. Kişiliğimize, eğilimlerimize ve yeteneklerimize uygun meslek seçimi, gelecekteki özel ve iş yaşamımızı, dolayısıyla başarımızı doğrudan etkilemektedir.

Turizm sektörü hareketli, renkli, canlı, yeniliklere ve gelişmeye açık bir alan olarak yaklaşık 25-30 yıl gibi kısa bir sürede üç milyon insanımızın doğrudan çalıştığı bir sektör haline gelmiştir. Özellikle genç insanların tercih ettiği bir alandır. İnsanlarla iletişim kurmayı, doğayı, ülkesini, değişik kültürleri tanımayı sevenlerin ilgi odağı bir meslek olmuştur.

Bu modül ile bu mesleğe girebilmek için ilk adımı atacaksınız. İnsanların neden seyahat ettiğini, nelerden zevk aldığını, taleplerinin neler olduğunu öğreneceksiniz. Böylelikle, gelecekte işinizde daha başarılı olacaksınız.

ÖĞRENME FAALİYETİ-1

AMAÇ

İnsanları turistik hareketlere yönelten sebepleri ve turizm çeşitlerini inceleyerek konuk beklentisine uygun ön hazırlık yapabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Kültür ve Turizm Bakanlığının www.turizm.gov.tr web adresinden ülkemize gelen turistlerin, tercih sebeplerini gösteren istatistikleri inceleyerek bilgi toplayınız.

1. TURİZM VE TURİST KAVRAMI

1.1. Turizm Kavramı

1.1.1. Turizmin Tanımı ve Çeşitleri

Tatil, eğlence, sağlık, din, spor gibi çeşitli nedenlerle (ticari nedenler dışında), sürekli yerleşmemek kaydıyla seyahat eden insanların, seyahatleri süresince ihtiyaç duydukları hizmet ve malları satın almalarıyla ilgili olayların, ilişkilerin tümüne turizm denir.

Turistin geldiği yer açısından turizm ikiye ayrılmaktadır:

1.1.1.1. Dış Turizm

Bir ülkede yaşayan insanların, turizm amacıyla başka bir ülkeye seyahat etmesine dış turizm denir.

1.1.1.2. İç Turizm

Bir ülkede yaşayan insanların, kendi ülkeleri içerisinde katıldıkları turizm faaliyetlerine, iç turizm denir.

1.1.2. Turizmin Tarihsel Gelişimi

Günümüzde modern turizm hem bir bilim dalı hem de bir endüstri koludur. Turizmin bugünkü şeklini anlayabilmek için tarihini incelemek gereklidir. İlk çağlarda Romalılar, en çok seyahat eden insanlardır; izlenecek yolları, konaklama yerlerini ve uzaklıkları işaretleyen yol haritaları yapmışlardır. Bu nedenle Romalıların zevk için seyahat eden ilk turistler

olduğu, seyahat hedefi olan yollarda ve konaklama yerlerinde güvenliği sağladıkları ileri sürölmektedir. Romalılar, ünlü tapınakları ve eserleri görmek için seyahat etmişlerdir. Bunlar arasında en gözde olanları, Mısır piramitleri ve anıtlarıdır. Büyük İskender döneminde, M.Ö. 334'te sadece bir sezonda akrobasi, sirk, sihirbazlık gösterileri için 700.000 turistin Efes'e akın etmesi, o dönemlerde turizme gösterilen ilginin bir göstergesidir.

Orta Çağda, Roma İmparatorluğu'nun çöküşüne paralel olarak Avrupa ve Ortadoğu'daki turizm genişlemeye başlamış, ilk çağlarda girişilen eğlence, zevk, merak, dinlenme turizminin yerine din turizmini ön plana çıkarmış ve toplumlar bundan etkilenmiştir. Orta çağın en önemli turizm hareketleri; İslamın hızlı yayılmasına paralel olarak her yıl birçok insanın, Mekke ve Medine'yi ziyaret etmeleri, Hıristiyan ve Müslüman topluluklar arasında yaşanan Haçlı Savaşlarının büyük kitlesel hareketlere dönüşmesi, dini amaçlı seyahatlerden sayılmıştır. Yeni Çağ'da Rönesans hareketleri nedeniyle İtalya'ya yapılan yoğun seyahatler, kültür turizmini yaratmıştır. Endüstri Devrimi, sosyal ve ekonomik yapılarda önemli değişiklere yol açmıştır. Demir yolu üzerinde yolcu taşınması, ilkel taşıma düzeninden çağdaş taşıma düzenine geçişi simgeleyen bir dönemeci vurgulamaktadır. Bu çağın son dönemlerinde nüfusun, gelirin ve şehirleşmenin artması ile turizmde artış meydana gelmiş, seyahatlerin önceden planlanması, organize edilmesi için "seyahat acenteleri" kurulmuştur. İngiltere'nin ilk seyahat acentecisi olan Thomas COOK, aslında içkinin kötülükleri konusunda vaaz veren bir vaizdir. COOK, 1841 yılında İngiltere'nin Leichesters-Loughborough kentleri arasında, trenle 570 yolcuyla taşıyarak tarihte ilk defa tur düzenleme işine başlamıştır. Yakın Çağ, turizmin en hızlı geliştiği dönemdir. Özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra ulaşım sektöründeki hızlı gelişme, hava yolu ulaşımının ucuzlaması, insanların seyahati ve tatili bir ihtiyaç olarak görmeye başlamaları, her geçen gün daha çok insanın seyahat etmesi sonucunu doğurmuş ve bugünlere gelinmiştir.

1.1.3. Turizmin Önemi

Günümüzde bazı ölkelerin, bazı kentlerin ya da bölgelerin yaşam kaynağı, yalnızca turizme dayalıdır. Hizmet sektörü olması sebebiyle, makineleşme ve otomasyona, ancak çok kısıtlı alanlarda gidilebilmektedir. Bu da emek-yoğun bir sektör olmasına ve sayısal olarak büyük işgücüne ihtiyaç duyulmasına yol açmaktadır. Üretilen hizmetin, ancak üretildiği yerde tüketilmesi mümkün olduğundan, turistin yapacağı bütün harcamalar, ölkenin ya da kentin doğrudan kazancı olmaktadır. Turizm sektörü; ulaşım, konaklama, yeme içme ve eğlence gibi sektörler ile doğrudan ilişki içindedir. Öte yandan, hemen bütün sanayi ve tarım sektörü ile de dolaylı ilişki halindedir. Turizm, bugün ölkemizin dördüncü büyük iş koludur. 2004 yılında; 17 milyon yabancı turist ağırlanmış ve yaklaşık 12 milyar dolar gelir elde edilmiştir.

1.2. Turist Kavramı

1.2.1. Turistin Tanımı

Tatil, eğlence, sağlık, din, spor gibi çeşitli nedenlerle para kazanma amacı olmaksızın ve sürekli yerleşmemek kaydıyla seyahat eden, seyahatin sonunda yaşadığı yere geri dönen kişiye **turist** denir.

1.2.2. Turistin Çeşitleri

Nitelikleri açısından turist çeşitlerini şöyle sıralamak mümkündür:

1.2.2.1. Yerli Turist

Kendi ülkesi içinde seyahat eden turistdir. Örneğin; İstanbul'dan Antalya'ya tatile gelen Türk vatandaşları yerli turist sayılırlar.

1.2.2.2. Yabancı Turist

Ülkesi dışına seyahat eden turistler, tatillerini geçirdikleri ülkelerde yabancı turist sayılırlar. Örneğin Bodrum'a tatile gelen Almanlar, Türkiye' de yabancı turisttir.

1.2.2.3. Günübirlükçi (Excursionist)

24 saatten daha kısa süreli olarak bir yere seyahat eden ve gittikleri yerde konaklamayan turistlere günübirlükçi denir. Örneğin; gemi ile Kuşadası'na gelip gündüz Efes'i gezerek akşam ülkemizden ayrılan turistler ve gemi personeli günübirlükçi turist kabul edilirler.

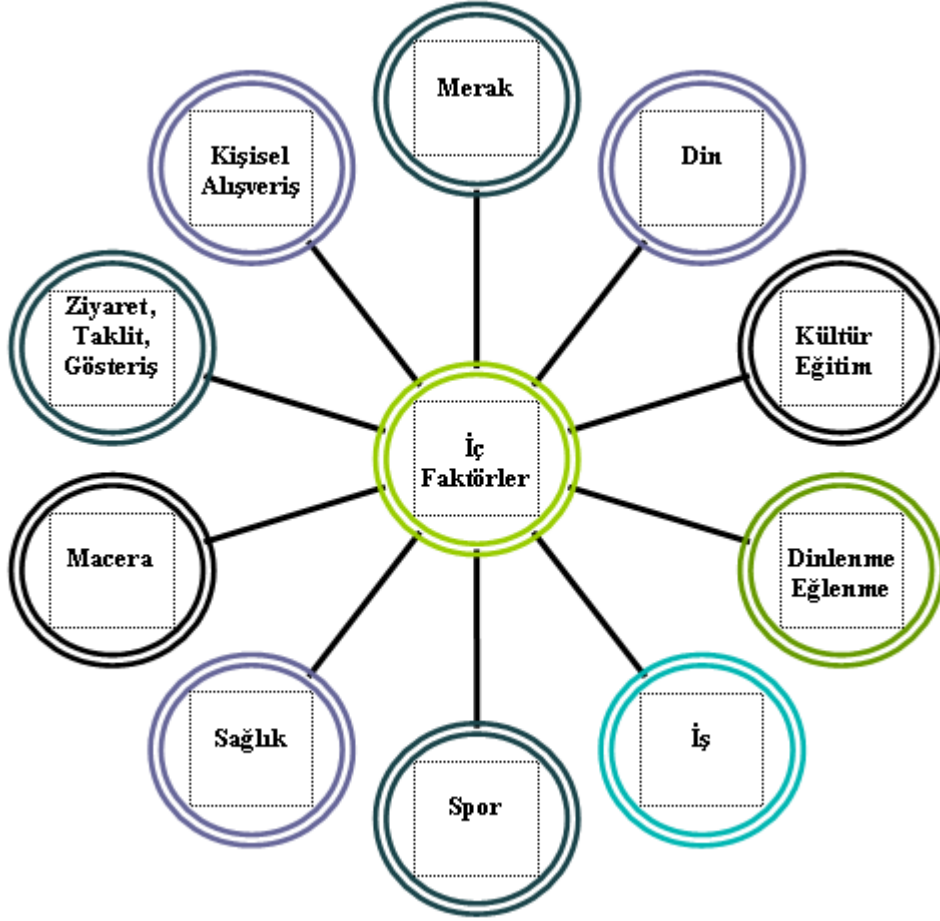
1.2.2.4. Turist Sayılmayan Yabancılar

Diplomatlar, hava alanlarından transit geçenler, sınır bölgelerinde oturmakta olup çalışanlar ya da iş için günübirlük komşu ülkeye gidip gelenler, mülteciler, göçmenler, yabancı bir ülkede bulunan askerler, turist sayılmazlar.

1.3. İnsanları Turistik Hareketlere Yönelten Sebepler

İnsanları turizme yönelten sebeplerin bilinmesi, iyi değerlendirilmesi, turizmin gelişmesi, ülke kaynaklarının verimli kullanılması ve daha çok gelir elde edilebilmesi için çok önemlidir.

Bu nedenleri iki bölümde incelemek mümkündür:



Şekil 1.1: İnsanları turistik hareketlere yönelten sebepler

1.3.1. İç Faktörler

1.3.1.1. Merak

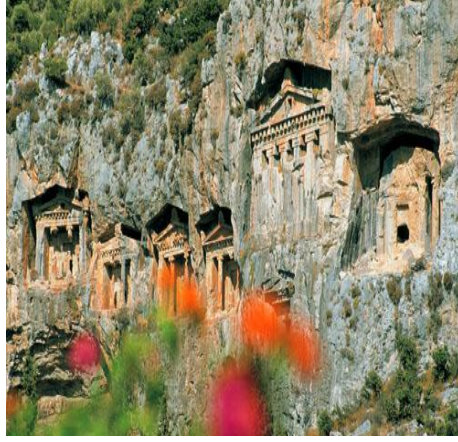
Bilinmeyeni görme, anlama, öğrenme isteğine merak denir. İnsanoğlu, sürekli içinde bulunduğu ortamdan çıkarak diğer kültürleri tanıma, tatmadığı zevkleri tatma, güneşin nasıl tutulduğunu ya da günde 20 saat nasıl ışık saçtığını görme veya şampiyonlar ligi finali futbol maçının hangi atmosferde gerçekleşeceğini yaşama arzusu duymaktadır. Özellikle ülkemiz, insanların merak duygusunu körükleyebilecek çok zengin kaynaklara sahiptir. Pamukkale'den Nemrut'a; Kaymaklı Yeraltı Şehri'nden, Ölüdeniz'e; Ağrı Dağı'ndan, Topkapı Sarayı Harem Dairesi'ne sayısız doğal ve kültürel varlığa sahiptir. Bu yönüyle merak edilmeyecek gibi değildir.



Resim 1.1: Ayasofya

1.3.1.2. Din

Bütün toplumlardaki kuralların temel kaynağı olan dinin, turizm hareketlerinde de etkisini göstermemesi kaçınılmazdır. Orta Çağ'da hemen hemen bütün dinlerin rehberleri, dini kurallar arasında inananlarına kutsal şehirlerin ziyaretlerini de emrederlerken, yalnız dini bir borç yüklememiş, aynı zamanda ekonomik bir hareket de oluşturmuşlardır. Orta Çağ'ın Hristiyan inancı, sınırların ötesine taşan bir özellik göstermiştir. Orta Çağ'ın kutsal şehirlerinde görülen zenginlik ve refah, dinî seyahatlerden doğmuştur. İslamiyet'te "Mekke ve Medine", Hristiyanlıkta ise "Kudüs ve Efes" büyük turist akınları çeken başlıca merkezlerdir. Özellikle Anadolu, inanç turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. İstanbul'da Topkapı Sarayı'ndaki "Kutsal Emanetler", Urfa'da Hz. İbrahim'in doğduğuna inanılan mağara ve Hz. Eyyüp'ün makamı ve türbesi, Konya'da Mevlana Türbesi, Efes'te Meryem Ana Evi, Demre'de Aziz Nikola Kilisesi ve daha birçok cami, kilise ve diğer mabetler, kutsal bir nitelik taşımaktadır. Bu özellikteki yerler ve eserler, insanları turizm hareketine yöneltmektedir.



Resim 1.2: Trabzon sümele manastırı

1.3.1.3. Kültür ve Eğitim

Kültür; bir toplumun maddi ve manevi değerlerini, gelenek ve göreneklerini, yaşam ve düşünce biçimlerini ve bu değerlerin maddî sonuçları olan sanatsal varlıkları kapsayan değerler bütünüdür. Dolayısıyla, bu değerleri tanımak öğrenmek ihtiyacı ve merakı insanları, seyahat etmeye yöneltmektedir. Dünyanın her yerinde turistler; tarihi eserler, halıcılık, çinicilik gibi el sanatları ile fuarlar, festivaller, şenlikler, halk oyunları ve halk mutfağı gibi kültür zenginliklerini tanıma arzusu içinde olmuşlardır. Yurdumuz bu açıdan da inanılmaz fırsatlar sunmaktadır.



Resim 1.3: Gaziantep Arkeoloji Müzesinde sergilenen Çingene Kızı Mozağı

Bir diğer önemli seyahat gerekçesi de eğitimidir. Bugün Londra, Paris gibi kentler sadece dil öğrenmek isteyen gençlerin akınına uğramaktadır. Ülkemiz de bu konuda son yıllarda ciddi bir atılım yapmış, özellikle Orta Asya Türk Cumhuriyetlerden ve topluluklarından binlerce genç, tıp, ekonomi, mühendislik ve turizm gibi birçok alanda eğitim almak üzere ülkemizi ziyaret etmektedir. Bildiğiniz gibi en az 1 gün konaklamak kaydıyla, yurtdışına eğitim amaçlı gidenler de yabancı turist sayılmaktadırlar.

1.3.1.4. Dinlenme- Eğlenme

Hâlâ günümüzdeki en önemli seyahat sebebi, dinlenme ve eğlenme ihtiyacıdır. Günümüz insanı büyük kentlerin stresli ortamından kaçarak iç huzuru bulma, kendilerini maddi ve manevi olarak yenileme arzusundadır. Özellikle 3S olarak adlandırılan (Sea-Sun-Sand) deniz- güneş-kum üçgeni, tatil denince akla gelen ilk olgu olmaktadır. Yılda 300 günden fazla güneş alan, eşsiz güzellikte ve 8000 km den fazla sahillerimiz, ülkemize gelen turistin büyük çoğunluğunu ağırlamaktadır.



Resim 1.4: Dağ Turizmi



Resim 1.5: Kongre Salonu

1.3.1.5. İş-Toplantı

Çağımızı, iş ve toplantı çağı olarak nitelendirmek bir bakıma doğru bir tespittir. Bilimsel, sanatsal, kültürel, siyasi ya da dini nitelik taşıyan toplantılar, oldukça yaygınlaşmıştır. Kongre turizmi önem kazanmıştır. Bu toplantılara katılanlar, aynı zamanda turizm hareketine de katılmaktadırlar. Toplantı öncesi ve sonrasında, çeşitli gezilere katılarak önemli gelirler elde edilmesine imkân vermektedirler.

1.3.1.6. Spor

Spor, kişiliğin oluşumu için insanın bedensel, ruhsal ve zihinsel eğitimidir. Günümüzde her bireyin doğal ihtiyacıdır spor yapmak. Spor, bu ihtiyacın yanında profesyonel ve muazzam bir sektördür de. Bu nedenle, sportif faaliyetler ve spor tesisleri turist çeken unsurlar arasında yer almaktadır. Bunun çok açık bir örneğini Antalya’ da görmekteyiz. Her yıl, yalnızca kamp yapmak için, yüzlerce futbol takımı kente gelmektedir. Bunun yanında otomobil yarışları, kayak, tenis, golf vb. spor dalları ciddi potansiyel yaratmaktadır.

1.3.1.7. Sağlık

Tarihin en eski çağlarından beri insanlar sağlık, güzellik ve tedavi uğruna seyahat etmişlerdir. Kaplıcalar ve diğer şifalı sular, daima bir çekim merkezi oluşturmuştur. Kleopatra’nın da ziyaret ettiği Bergama Asklepion’u, iki bin yıl önceki Anadolu’nun en önemli merkezlerinden biridir. Günümüzde de bu ilgi devam etmektedir. Afyon, Kütahya,

Bursa, Denizli gibi kentlerimizin yaşamında termalizm, (kaplıca, ılıca, çamur banyosu gibi doğal kaynakların bazı hastalıklarda tedavi aracı olarak kullanılması) ciddi bir rol oynamaktadır. Günümüzde yeni yöntem ve teknolojik gelişmeler, sağlık turizminin patlamasına yol açmıştır. Birçok otelimizde yosunla ve deniz suyu ile tedavi merkezleri (SPA-Wellnes), diyaliz merkezleri (böbrek hastaları için), turizmin çeşitlendirilmesini sağlamaktadır.

1.3.1.8. Macera

Serüven tutkusu, heyecan duyma, keşfetme isteği, insanları seyahate yönelten etkenler arasındadır. Trekking (Yürüyüş), rafting, mağaralar, su altı dalışları gibi birçok olgu bizzat nedeni olabilmektedir.

1.3.1.9. Ziyaret, Taklit ve Gösteriş

Özellikle ülkemizde, eş dost ve akraba ziyareti, turizm hareketleri içinde önemli bir yer tutmaktadır. Güçlü aile yapısı olan toplumlarda bu tür ziyaretler, seyahat sebepleri arasında yer almaktadır.

Bir diğer neden de moda uymak ve başkalarını taklit etmek için seyahat (snobizm) etmektir. Bir filmin çekildiği mekânı, bir ünlünün gittiği yeri görmek için yapılan seyahatler bu türdendir.

1.3.1.10. Kişisel Alışveriş

Bazı ülke ya da kentler, tüketiciler için cazip alışveriş imkânları sunar. Örneğin, tekstil sanayinin geliştiği bölgelerde fabrikadan halka doğrudan satış gibi imkânlar, doğrudan turist çeken unsur olarak öne çıkmaktadır.

1.3.2. Dış Faktörler

1.3.2.1. Tanıtma, Reklam ve Propaganda

Her ne kadar yukarıda birçok seyahat nedeni sayılsa da tüketicinin bir tatil paketini satın alma kararı vermesi tanıtım, reklam ve propaganda faaliyetlerinden önemli ölçüde etkilenmektedir. İnsanların, ülkemize gelmeleri için birçok neden birarada bulunsa da doğru zamanda, doğru yerde ve doğru şekillerde yapılan tanıtma faaliyetleri, seyahatin nereye yapılacağını etkilemektedir. Turistin önünde birçok seçenek bulunmaktadır. Yazılı ve görsel basın, filmler, fuarlar, çeşitli kültür etkinlikleri, tanıtım maksadıyla çok iyi değerlendirilmelidir.

1.3.2.2. Yeni Turistik Bölgeler

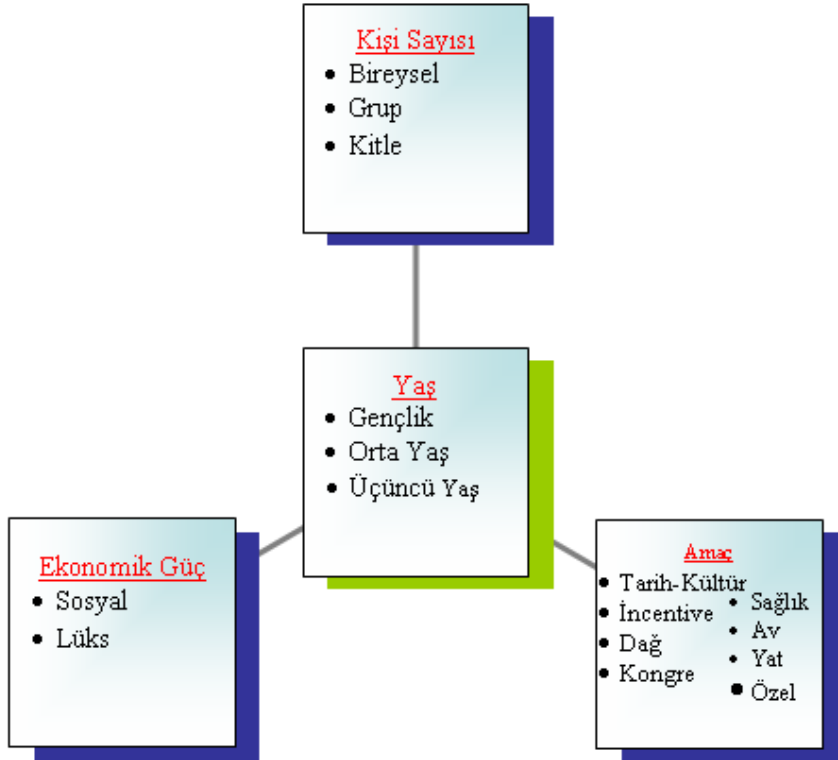
Yeni turizm alanları, daima insanların ilgisini çekmiştir. Alışılmışın dışında olması, gizemli bir yanının olması, özellikle de farklı bir tarz yaratılabilmesi turistin seyahat arzusunu kamçulamaktadır. Örneğin, Antalya, Aksu bölgesinin turizm alanı olarak

düzenlenmesi ve temalı oteller inşa edilmesi (Topkapı, Kremlin Palace gibi), bir anda bölgenin tanınmasına ve ilgi görmesine sebep olmuştur.

1.4. Turizm Çeşitleri

Turizm kelimesinin kökeni, Latince dönme hareketini ifade eden “tornus” kelimesinden gelmektedir. İngilizcedeki “tour” kelimesi, “hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan seyahat” anlamına gelir. Turist sözcüğü ise, seyahat eden anlamına gelen “tourist” kelimesinden doğmuştur. Kelimenin Türkçedeki karşılığı ise “seyahat”tir Seyahat eden kimseye de “seyyah” denilmektedir.

Yapısal bakımdan turizm hareketleri, çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir. Ülkelerin ya da kentlerin ulaşmak istedikleri hedef kitleleri tanımlamak ve bu grupların özelliklerine uygun düzenlemeler yapmak, mutlak bir gerekliliktir.



Şekil 1.2: Turizm Çeşitleri

1.4.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm eşitleri

1.4.1.1. Bireysel Turizm

İnsanların tek başına veya ailesi ile katıldıkları turizm hareketidir. Turizmin tarihi incelendiğinde, başlangıcın bireysel turizm hareketi olduğu görülür.

1.4.1.2. Grup Turizmi

Seyahatlerin gruplar halinde düzenlendiği turizm hareketine grup turizmi denir. Grup turizmi, gerek katılımcıların yaptıkları organizasyonlar, gerekse profesyonellerin (seyahat acentalarının) organizasyonu ile gerçekleştirilen bir turizm olgusudur.

1.4.1.3. Kitle Turizmi

Seyahat acentelerinin, bir paket program dâhilinde, genellikle yüksek sezon olarak adlandırılan dönemlerde, (rneğin Marmaris için mayıs-eylül, Uludağ için kasım-şubat dönemi gibi) ok sayıda turist gruplarını sürekli olarak bir bölgeye yönlendirmeleri ile ortaya çıkan turizm hareketine kitle turizmi denir.

1.4.2. Katılanların Yaşına Göre Turizm eşitleri

1.4.2.1. Gençlik Turizmi



Resim 1.6: Gençlik turizmi

Gençlerin seyahat etmeleri; kişiliklerinin gelişmesini, yeni yerleri ve kültürleri tanımalarını ve sosyal ilişkilerini arttırmalarını sağlayan en etkin yollardan biridir. Güvenilir, temiz ve uygun fiyatlı dinlence ve eğlence imkânlarının yaratılarak gençlerin turizme katılımlarının teşvik edilmesi, devlet kurumlarının olduğu kadar, turizm alanında faaliyet gösteren özel sektör kuruluşlarının da görevidir.

Gençlik turizmi; hümanist, iş birliği yapmaya yatkın ve seyahat için imkânları kısıtlı gençlerin turizm hareketine katılmalarına imkân verir. Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi ülkemizde de bu maksada uygun şekilde gerek kamu sektörüne gerekse özel sektöre ait

tesisler bulunmaktadır. Bu kamplardan bazıları; Antalya, Muğla, İzmir, Mersin, Aydın, Tekirdağ, Balıkesir illerindedir. Orman Bakanlığı ‘‘Orman İçi Dinlenme Kampları’’, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü ,’’Gençlik Kampları’’ ile gençlere özel indirim uygulayan özel işletmelerle ilgili bilgileri, Turizm Bakanlığı’nın web sayfasında bulabilirsiniz.

Uluslararası birçok kuruluş gençlik turizmi alanında hizmet vermektedir. Bazıları şunlardır:

- Uluslararası Gençlik Hostel Federasyonu (**IYHF**)
- Uluslararası ğrenci Seyahat Konfederasyonu (**ISTC**)
- Uluslararası Gençlik Seyahat Organizasyonları Federasyonu (**FIYTO**)

Bu kuruluşlar tarafından verilen kartlar ile birçok avantaj elde edilmektedir.

Uluslararası Hostel Kartı (Iyhf)

- International Youth Hostel Federation (**IYHF**) yesi kuruluşlar tarafından dağıtılır.
- Dünya çapındaki 5000 gençlik hostelinde, ucuza kalma olanağı sağlar.
- Hostel kartı almak için ğrenci olma koşulu ve yaş sınırlaması yoktur.
- IYHF kartı olmayanlar, özellikle yoğun talebin olduğu yaz aylarında hostellere alınmazlar.
- Hosteller, otellere oranla % 60 - % 75 daha ucuzdur.
- Hostellerdeki konaklama, genelde 4-6 kişilik yatakhanelerdir; ancak bir çok hostelde tek ve 2 kişilik odalar da bulunmaktadır.
- Hostelde kalış değişik uluslardan gençlerin bir arada bulunmaları, tanışmaları ve kaynaşmaları olanağını sağlar.
- Pek çok hostelde spor alanları ve eğlence merkezleri bulunmaktadır.

Uluslararası Kartların temini için Turizm Bakanlığı ve TÜRSAB aracılık etmektedir.

1.4.2.2. Orta Yaş Turizmi

30-50 yaş grubu geniş halk kitlelerinin katıldığı turizm hareketleridir. Ekonomik gücü iyi olanların ve daha çok ailelerin oluşturduğu bir turizm çeşididir.

1.4.2.3. nc Yaş Turizmi

50 yaş üstü ve aktif çalışma hayatını sona erdirmiş kişilerin katıldığı turizm hareketidir. Bu turizm çeşidi son yirmi yılın gelişen en önemli pazarlarından biridir. Turizm Bakanlığı tarafından yapılan bir araştırma; turist sağlığını koruyucu önlemler alınması, standardı yüksek termal tesislerin bulunması, gümrük, vize işlemlerinin süratle yapılması, yeterli güvenlik önlemlerinin alınması, tesislerde yüksek merdiven türü mimari hataların

bulunmaması halinde üçüncü yaş turizmi için Türkiye'nin çok önemli potansiyel olduğunu göstermektedir.

Ülkemize gelen yaşlı yabancıların çoğunluğu, mayıs, haziran, eylül ve ekim aylarını tercih etmekte, özellikle dini merkezleri (Efes Meryem Ana Evi, Trabzon Sumela Manastırı, Demre Aziz Nikola Kilisesi gibi) görme arzusu taşımaktadırlar.

1.4.3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Gücüne Göre Turizm Çeşitleri

1.4.3.1. Sosyal Turizm

Alt ve orta gelir grubundan insanların katıldıkları bir turizm türüdür. Geniş halk kitlelerinin seyahat etmeleri, dinlenmeleri, eğlenmeleri, yeni kültür ve zevkleri tanımaları, hem sosyal barış ortamı hem de bireysel refah ve mutlu bir yaşam için gereklidir. Halkın bu talebine cevap vermek, aynı zamanda sosyal devletin anayasal görevleri arasındadır.

Sosyal turizm, çalışanların ücretli izin hakkı elde etmeleriyle gündeme gelen bir konudur. Satın alma gücü düşük olan ancak tatil ihtiyacının giderilmesi gereken bu kitlelerin desteklenmesi için çeşitli önlemler alınmaktadır.

Sosyal turizmi doğuran en önemli nedenlerden biri, çalışanların, tatil dönüşlerinde dinlenmiş şekilde işe başlayarak daha verimli olmalarıdır. Ülkemizde kamu kuruluşlarının çeşitli tesisler kurmalarının (öğretmenevi, orman kampı, TRT kampı gibi) nedeni de aynıdır.

1.4.3.2. Lüks Turizm

Yüksek gelir grubuna mensup insanların tatil taleplerine yönelik turizm hareketlerine lüks turizm denir. Bu gelir grupları standardı yüksek ve kaliteli hizmet sunan pahalı konaklama tesislerinde kalır. Ulaşım ve diğer hizmet ürünlerinde de pahalı ve kaliteli olanı talep eder. Dolayısıyla bunlar, yüksek harcamalar yapar. Kabul etmek gerekir ki kitle turizmine hitap eden konaklama tesisleri bu grubun ihtiyaçlarına cevap veremez. Bu nedenle konaklama, yiyecek, içecek ve eğlence tesisleri planlamasında hitap edilecek sosyal sınıfların beklentilerine uygun davranmak gerekir.

1.4.4. Katılanların Amacına Göre Turizm Çeşitleri

1.4.4.1. Tarih ve Kültür Turizmi

Kültür, toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerleriyle tarih, felsefe, ahlâk, bilim, sanat, teknik, spor, ekonomi, sanayi, eğitim, hukuk, sağlık, turizm vb. alanlardaki varlıkları ve bu varlıklara bağlı gelişmelerinin oluşturduğu bir bütündür. Değişik kültürlerin ve kültür eserlerinin görülmesi için yapılan seyahatler, tarih ve kültür turizmi olarak adlandırılır. Antik yerleşim yerleri, camiler, kiliseler, hanlar, hamamlar, türbeler, su kemerleri, köprüler, kervansaraylar gibi örnekler ile arkeolojik eserler, ören yerleridir. Bu yerler, araştırmacılar, mimarlar, sanat tarihçileri ve öğrenciler için önemli birer araştırma konusu olup bu kişileri yöreye çeker. Bunun yanında, kültür- turizm ilişkisi incelenecek

olursa eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların, müzelerin, eski uygarlıklara ait kalıntıların görülmesi amacıyla yapılan seyahatler, araştırma ve inceleme için yapılan geziler, kişilerin ufuklarını açmakta ve kültür turizmini oluşturmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (WTO), seyahat endüstrisinde yeni yüzyılın yükselen değerlerini açıklarken, kültür turizminin yükseliş göstereceğini ve dünya insanların birbirlerini anlayarak ve kültürlerini keşfederek, etnik tatlar aramalarının artarak devam edeceğini ve kültür turizmi merkezlerinin yüzyılın gözdeleleri arasında yer alacağını ortaya koymaktadır.

1.4.4.2. Özendirme (İncentive) Turizmi

Özendirme turizmi, 21. yüzyılın yeni eğilimlerindedir. Özendirme turizmi, kentleşmenin, ticaretin, haberleşme imkânlarının artması, tatil ihtiyacının en az iş kadar önemli hale gelmesi sonucu ortaya çıkmış bir turizm hareketidir. Özendirme turizmi, bir şirketin, çalışanlarını, işbirliği yaptığı veya ürünlerini sattığı firma elemanlarına maaş dışı ödüllendirmek ve iş performanslarını yükseltmek amacı ile bütün masrafları şirket tarafından karşılanmak koşuluyla tatil amaçlı olarak yapılır.

Özendirme turizmi programlarını diğer turizm programlarından ayıran ciddi farklılıkları vardır. Her şeyden önce, tatil masraflarını katılanlar değil, şirket ödemektedir. Dolayısıyla programın zengin ve şirketin imajına, prestijine, ticari itibarına uygun olması ve özellikle başka şirketlerin programlarına benzememesi gerekir. Bu nedenle yaratıcılığa çok açık bir alandır.

Ülkemiz, özendirme turizm pazarı için çok cazip imkanlar sunmaktadır. Bir yandan yüksek standartta konaklama tesisleri, diğer yandan tatil, kültür, eğlence ve alternatif turizm hareketleri potansiyeli ile ülkemiz bu pazardan daha fazla pay almalıdır.

1.4.4.3. Dağ Turizmi

Türkiye; farklı yüksekliklerde, zengin jeomorfolojik ve tektonik yapıya, flora ve faunası olan ormanlara sahip, zengin av ve yaban hayatı olan dağlarıyla hem kış turizmi hem de dağ yürüyüşü ve tırmanışları için dağcılık sporunu sevenlere olağanüstü çekici ve ilginç olanaklar sunar. Her yıl, dünyanın çeşitli yerlerinden çok sayıda turist, dağ tırmanışı ve yürüyüşü için Türkiye'yi ziyaret etmektedir.

1.4.4.4. Kongre -Seminer Turizmi

Kongre sözcüğü, Lâtince biraraya gelmek anlamına gelen “congressus” kelimesinden gelir. Tarih boyunca insanlar görüşmek, konuşmak, birbirlerini tanımak, birbirleriyle iletişim kurmak amacıyla biraraya gelmiş, toplanmışlardır. Özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra, bilim ve teknolojiye hızlı gelişmeler, dünyanın globalleşmesi, birçok yerde sınırların kalkması, turizm hareketlerinin artması doğal olarak gerek ulusal gerekse uluslararası toplantıların artmasına yol açmıştır.

Uluslar arası toplantıların sayısında meydana gelen artışların ulaştığı boyut kongreciliğin bir meslek haline gelmesi ve kongre olgusunun bir turizm hareketliliği olarak

değerlendirilmesi sonucunu doğurmuştur. Bunun sonucunda “Kongre Turizmi”, başlıbaşına bir turizm dalı olarak her yıl giderek artan bir öneme sahip olmuştur.

Uzun geçmişi olan meslekler, sanat ve bilim dalları, davranış bilimleri, sosyal hizmetler, sanayi ve ticaret, seyahat ve turizm kongre nedeni olarak en sık konulardır.

Turizmin gelişmesini sağlayan seyahat kolaylıklarının ve gelirlerin artması, boş zamanların çoğalması gibi sosyo-ekonomik faktörler, kongre seyahatlerinin de gelişmesine büyük ölçüde katkıda bulunmuştur. Ancak bunun yanında, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin ve uzmanlaşmanın artması ile buna paralel olarak, insanların bilgi alışverişinde bulunmak üzere yüz yüze temas etmeye gereksinim duymaları ve toplantılara katılan delegelerin seyahat, konaklama ve katılım ücretlerinin bağlı buldukları kurum ve kuruluşlarca karşılanması gibi kongre turizmini kolaylaştıran, hatta teşvik eden özel nedenler de bulunmaktadır.

Uluslararası kongre organizasyonlarının en önemli özelliği, uzun vadeli çalışma ürünü olmalarıdır. Bir kongre organizasyonunun planlama, hazırlık ve tanıtım çalışmaları ise 6-7 yıl öncesinden başlamaktadır.

Düzenlenme amaçları ve katılımcıların (kongresist) niteliği açısından toplantı biçimleri, değişik şekillerde adlandırılmıştır. Bazıları şunlardır:

- Toplantı: Daha çok yasal bir gereklilik için yapılan toplantılardır. Şirket toplantısı, Ticaret Odası Genel Kurul Toplantısı gibi
- Seminer: Eğitim amaçlı toplantılardır. Çoğunlukla yeni bir gelişmeyi ilgililere anlatmak için düzenlenir.
- Sempozyum: Bilimsel içerikli toplantılardır.
- Kongre: Birçok insanın aynı anda, politik, ekonomik, bilimsel ve teknik konular gibi değişik konularda, önceden belirlenen süre içinde bilgi alışverişinde bulunmasıdır. En yoğun katılımlı toplantılardır. Kongre kelimesinin Amerikan İngilizcesindeki karşılığı “convention”dir.
- Kongrenin yapılacağı ülkenin ya da şehrin sahip olduğu imkânlar, o yerin toplantı yeri olarak seçilmesini etkiler. Bir kongre merkezinin şu özelliklere sahip olması gerekir:



Resim 1.7: Antalya, AKM, Perge Salonu

- Ulaşım kolaylığı olmalı
- Salonlar çok amaçlı kullanılabilirmeli (kullanım amaçlarına göre salonların kapasite tespiti yapılır)

Çeşitli düzenlemeler mümkündür. Bazıları: Tiyatro düzeni, toplantı düzeni, ziyafet düzeni, kokteyl düzenidir.

- Bir otelde ya da çevresinde konaklama tesisleri olmalı
- Görsel-işitsel ve diğer teknik ekipman bulunmalı
- Merkez ve çevresinde cezbedici çeşitli imkanlar (eğlence, gezi, alışveriş gibi) olmalıdır.

Ülkemiz kongre turizmine elverişli bir ülkedir. Özellikle İstanbul ve Antalya’da bu amaca uygun salonlar süratle yapılmaktadır. Bugün, birçok konaklama tesisininin 100 kişiden, 1500 kişiye kadar kapasitesi olan salonları bulunmaktadır. Ancak kongreler ve uluslararası toplantılarla ilgili hiçbir yayında “Türkiye bir kongre ülkesidir” sloganı yer almamaktadır. Ülkemizde çeşitli organizasyonlar (Habitat gibi) yapılmaktadır; fakat bu toplantılar yeterince duyurulamamaktadır. Oysa bir kongre katılımcısı, ortalama bir turistin en az 4-5 katı harcama yapmaktadır. Bu da ciddi bir kaynaktır.

1.4.4.5. Sağlık Turizmi

Önemli bir jeotermal kuşak üzerinde yer alan Türkiye, kaynak zenginliği ve potansiyeli açısından dünyada ilk yedi ülke arasına girmektedir. Sıcaklıkları 20°C - 110°C arasında, debileri ise 2 - 500 l./ sn arasında değişebilen 1000’in üzerinde kaynak bulunmaktadır. Bu kaynaklardan 200’ün üzerinde termal merkez oluşturulmuştur.

Türkiye’nin Marmara ve Ege bölgelerinde yoğunlaşan bu termal merkezlere, İstanbul, İzmir, Pamukkale, Marmaris ve Fethiye gibi popüler turizm merkezlerinden kolaylıkla

ulaşılabilir. Eski Hieropolis (Pamukkale) şehri zengin maden suları mekânı üzerinde inşa edilmiştir, Dağdan akan kaynak suları, yamaçları göz kamaştıran beyaz kalkerli taşlardan yumuşak katmanlarla bezeyerek büyük dairesel havuzlar meydana getirmiştir. Kuşkusuz, eski Likya şehri Kaunos'un sakinleri, yakınlarındaki Kyçeğiz Gölü'nün maden bakımından zengin çamurunda banyo yapmışlardır.



Resim 1.8: Sağlık turizmi

İzmir - Balçova termal kaynakları, Roma çağında sularının tedavi özelliği bilinen ve yararlanılan, Agamemnon Hamamları mekânı içinde yer almaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nun ilk başkenti Bursa, eskilerin Olimpos Dağı olarak bildiği Uludağ'ın karşısında kurulmuştur. Burada, Çekirge doğal termal kaynakları, Osmanlıları, daha önceki Roma ve Bizans hamam yapılarının yer aldığı mekânda daha büyük kubbeli hamam yapıları inşa etmeye özendirmiştir.

Ege kıyısında bulunan Çeşme, doğal termal kaynakları ve deniz sularının tedavi edici etkisi ile ünlüdür. Marmara Denizi'nin güney sahilindeki yeşil ormanlar arasında yer alan Yalova termal kaynakları, maden bakımından zengin, çeşitli rahatsızlıkları tedavi ettiğine inanılan, sulara sahiptir.

Orta Anadolu Bölgesinde yer alan " Kangal Balıklı Çermiği", olağanüstü nitelikte ve kendi türünde dünyada önde gelen bir termal merkezdir. Sivas ili, Kangal ilçesine 13 km. mesafede yer alan bu merkez, 36 derece sıcaklıktaki şıfalı suları, bikarbonat, kalsiyum, magnezyum ve çeşitli deri hastalıklarının tedavisinde hayati rol oynayan (2 - 10 cm. uzunluğunda) küçük balıklar barındırmaktadır. Bu ilde sağlık kazandırıcı tedavileri ile nl "Sıcak Çermik" ve "Soğuk Çermik" isimli iki termal merkez daha bulunmaktadır.

Deniz suyu ile tedavi ve cilt bakımı, son yılların gözde sağlık turizmi türlerinden biridir. Akdeniz bölgesinde birçok konaklama tesisi "thalasso merkezi" kurarak turist çeken önemli merkezler haline gelmişlerdir.

Thalasso, Yunanca bir kelimedir ve deniz suyu demektir. Günümüzde ise bu kelimenin anlamı sadece deniz suyu ile yapılan tedavi değil, çamur ve yosunlarında kullanıldığı bilimsel bir sağlık terimidir. Deniz suyu, insan vücudunun doğal yapısına uyumludur. Modern biyoloji, deniz suyunun insan vücudundaki bulunan plazma ile kimyasal olarak aynı özellikte olduğunu kanıtlamıştır.

Günlük yaşantımızda suyun yerini ve önemini unutmak mümkün değildir. Bilindiği üzere su, dünyanın ve insan vücudunun %75'ini oluşturur. İnsanlık başlangıçtan beri sağlık için suyun önemli rol oynadığına inanmıştır. Eski Yunanlılar, deniz suyunun vücudu tümörlerden ve kötü düşüncelerden arındırdığına inanırlardı. Roma İmparatoru Augustus, hastalıklardan kurtulmak için deniz suyu banyoları yaptırdı.

1.4.4.6. Yat Turizmi

Akdeniz, Ege, Karadeniz ve Marmara Denizi, Türkiye'yi kuzey, batı ve güneyden çevrelemektedir. Türkiye, yatçıların her gece değişik bir yerde, özel demir atacakları koy, körfez ve plajlarıyla mavi yolculuğa ev sahipliği yapmaktadır. Bu şiirsel deniz yolculuğu, insanın tarihi yapılara denizden bakması, körfezlerde ve denizlerde rüzgara yelken açması ve tabiatla birleşmesi anlamındadır. Bu yolculuk, aynı zamanda sizi Kleopatra'nın özel plajına, Olimpos Dağı'nın ebedi ateşine ve eski uygarlıkların binlerce arkeolojik kalıntısına götüren bir yolculuktur.



Resim 1.9: Yat turizmi

1950'li yıllarda ünlü yazar ve tarihçi Cevat Şakir Kabaağaçlı (Halikarnas Balıkcısı) bu dönemde arkadaşları Sabahattin Eyüboğlu, Azra Erhat gibi hümanist aydınlarla küçük balıkçı veya süngerci tekneleriyle birkaç günlük kısa Gökova turları yapmaya başladı. Sonraki yıllarda, her yıl artan sayıda insanın katılımı ile sürdü bu turlar. Bu turlara "Mavi Yolculuk" adını, çok mütevazı şartlarda başlayan bu ilk yolculukları yapanlar verdiler.

Türkiye'de, yaz mevsiminin uzunluğu yat turizmi için idealdir. Özellikle Antalya-Marmaris arasındaki kıyılarımızda, nisan-ekim ayları arasında değişik rotalarda gulet (Egeli balıkçıların kullandıkları görece alçak ve yuvarlak kışık bir tekne tipidir.) adı verilen teknelerle birçok farklı programlar düzenlenmektedir. Genel olarak bu programlarda konuklar, iki kişilik kamaralarda, tam pansiyon konaklarlar.

Deniz turizminin bir diğer önemli dalı da Kruvaziyer Turizmi'dir. Büyük yolcu gemileri ile tatil amaçlı yapılan geziler, kruvaziyer (Cruise) turizminin konusunu oluşturur. Kruvaziyer, iki nokta arasında yolcu taşımak değildir; konaklama, yeme-içme, eğlence, spor gibi birçok faktörün oluşturduğu tatil, paket olarak turiste satılır. Dünyanın dört bir tarafından rezervasyon yaptıran konuklar; uçak, tren, otobüs gibi ulaşım araçları ile geminin bağlı olduğu limana getirilir. Yolcular, gemi ile programda öngörülen limanlara hareket

ederler. Tur esnasında tüm ihtiyaçları, gemide karşılanır. Bu gemiler, bir tür, mobil tatil köyü gibidir. Sakin, dış dünya ile ilişkinin kesildiği, trafik derdinin ve gürültünün olmadığı bu olağanüstü ortamlar, herkesin hayalidir.

1.4.4.7. Av Turizmi

Türkiye; coğrafi yapısı, bitki örtüsü ve yaban hayatı bakımından av turizminin gelişmesine elverişli konumdadır. Av turizmine açılacak avlaklar, ülkemizin av hayvanı potansiyeli dikkate alınarak Orman Bakanlığı (Milli Parklar, Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü) tarafından tespit ve ilan edilmektedir. Av amaçlı olarak ülkemize gelen turistler, Orman Bakanlığınca, A Grubu Seyahat Acentalarına verilen Av Turizmi İzin Belgesi ile avlanabilmektedirler. Ayrıca, bu avcılar, Orman Bakanlığı Milli Parklar, Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğünce tescil edilen özel avlaklarda, sadece buralarda üretilip serbest bırakılan türleri avlayabilmektedir.

Seyahat acentaları aracılığıyla avlanabilen yabancı turistler, 6136 Sayılı Kanunun uygulanmasına ilişkin yönetmelik ve Merkez Av Komisyonunun (MAK) ilgili kararına göre av tüfeği ve aksamını beraberlerinde getirebilmektedirler.

Av İzin Belgelerinde av partisine katılacak avcının adı, soyadı, uyruğu, yurdumuza giriş ve çıkış yapacakları gümrük kapıları ve tarihleri, avlanacakları yer, avlanma tarihleri ve avlayabilecekleri av hayvanı türleri ve sayıları belirtilmektedir.

Türkiye’ de Avlanabilen Av Hayvanları

Türkiye’de avlanmasına izin verilen yaban hayvanları, türlerine ve avlanma sürelerine göre yıldan yıla değişmektedir. Bu değişiklikler, her yıl düzenlenen Merkez Av Komisyonu Kararları ile belirlenir.



Resim 1.10: Av hayvanı geyik

Büyük av hayvanlarından ayı, çengel boynuzlu dağ keçisi (şamua), yaban keçisi (bezoar), yaban domuzu, vaşak, kurt, çakal, tilki, av turizmi başlığı altında yerli ve yabancı avcılarının kullanımına, bedeli karşılığı sunulmuştur. Bunların dışında kalan avların, yabancı avcılara avlatılması, sadece özel avlaklarda mümkündür.

Yabancı avcılar özel avlakların haricinde, yukarıda adı geçen av hayvanlarından başka av hayvanlarını avlayamazlar.

Güzel yurdumuzun çeşitli bölgelerinde; yaban domuzu, dağ keçisi (ibex ve çengel boynuzlu), ayı ve kurt avı organizasyonları yapılabilmektedir. Başlıca av organizasyonlarımızdan birisi olan domuz avı Ankara'nın kuzey bölgeleri olan Çamlıdere, Kızılcadamam, Beypazarı, Nallıhan ve Antalya'nınKaş ilçesinde düzenlenmektedir. Bu bölgeler bilindiği gibi doğallığı bozulmamış yerlerdir ve trofe değeri yüksek domuzlar yaşamaktadır. Domuz avları, köpeklerle sürek ve bek avı şeklinde yapılmaktadır. Diğer bir av çeşidi olan Dağ keçisi (ibex) avı, Toros dağlarındaki çeşitli bölgelerde yapılmaktadır. Antalya-Düzlerçamı, Akseki, Pozantı ve Mersin özellikle dağ keçisinin sıklıkla görüldüğü yörelerdir. Çengel boynuzlu dağ keçisi ile ayı avı ise, Artvin'inYusufeli bölgesindeki Kaçkar dağlarında düzenlenmektedir. Rehber ve çantacı eşliğinde çıkılacak olan bu avlarda, iyi bir kondisyon gerekmektedir. Avlar gününbirlik tertiplenebileceği gibi dağda, kamp yerinde veya mağarada kalmak suretiyle, yatılı olarak da düzenlenebilmektedir.

Av turlarında, otellerde, av köşkları veya evlerinde, köy evlerinde, avlağın yerine ve tipine göre av kamplarında ve mağaralarda konaklanmaktadır.

Tamamen kontrol altında düzenlenen av turizmi, ciddi bir gelir kaynağıdır. Bu turizm hareketine katılan avcı turistler, organizasyon paketi için ödedikleri ücretin yanı sıra, atıkları her bir fişek, vurdukları her bir yaban hayvanı için de ücret ödemektedirler. Elde edilen bu gelirler, yine doğal hayatın korunması için harcanmaktadır.

1.4.4.8. Özel İlgi Turizmi

Çok geniş kapsamlı ve yaratıcılığa çok açık bir turizm alan olan Özel İlgi Turizmi, ekstrem sporlar, küçük azınlıkların özel ilgi alanlarına giren sosyal, kültürel faaliyetleri kapsar. Örneklendirmek gerekirse:

- **Botanik Turizmi:** Çeşitli coğrafi özelliklerinin ve coğrafi farklılıklarının getirdiği iklim çeşitliliğinin olması, üç kıta arasında doğal bir köprü olması, Anadolu Yarımadası'nı dünyada benzerine az rastlanan bir bitki çeşitliliğine sahip kılmıştır. Avrupa'nın tamamındaki bitki çeşidi toplam 12.000 iken bu sayı ülkemizde 9.000 dir. Dünyada sadece belli bir bölgede yetişen veya ana vatanı belli bir bölge olan (endemik) bitkiler açısından ülkemiz, dünyanın birkaç önemli bölgesinden biridir. Ülkemizde en çok endemik bitkiye sahip 3 ilimiz; 578 bitkiyle Antalya, 478 bitkiyle Konya ve 366 bitkiyle İçel'dir. Görüleceği üzere Antalya ili, tek başına İspanya'dan daha zengindir. İçel İlimizin de Endemik (ve Endemik olmayan) bitki zenginliği açısından çoğu Avrupa ülkesinden zengin olduğu kolayca tahmin edilebilir. Antalya ve İçel bir arada düşünülürse, bu iki ilimizin bitki potansiyeliyle Avrupa ülkeleri karşısında rakipsiz olacakları kolayca görülür.



Resim 1.11: Yayla turizmi

- **Yayla Turizmi:** Tatillerini alışılmışın dışında, temiz hava, bol oksijen, kaynak suyu içeren doğal ortamda geçirmek isteyenlerin yaylalara giderek yaptıkları gezilere yayla turizmi denir. Türkiye'nin zengin yaşama kültürü içinde yayla yaşantısı çok önemli yer tutar. Türkiye yaylaları, tüm dünyanın giderek daha fazla birbirine benzemeye başladığı yeni yüzyılda, geçmişten gelen ve günümüz modern yaşamına göre gizemli yerlerdir. Yaylalar; temiz havası, billur gibi soğuk suları, yazın en sıcak günlerinde bile ferahlatıcı serinliği, büyüleyici güzellikteki manzaraları ile de çekici olmaktadır. Bozulmamış bir çevrede yaşayan bin bir çeşit yabancı hayvan ve bitki, insanı televizyonlarda izlenen belgesellerin sanal âleminden kurtarıp gerçek yaşamın bir parçası kılar. Bu nitelikleri ile yaylalar turizm sektöründe her geçen gün daha fazla değerlendirilmektedir.



Şekil 1.12: Flamingolar

- **Kuş Gözlemciliği:** Kuş gözlemciliği, doğayı kuşların dünyasından tanımaya sağlayan bir gözlem sporudur. Sağlıklı bir çevrenin en iyi göstergesi olan kuşlar, her türlü yaşam ortamında bulunur. Kent içerisinde parkta, sulak alanda, bozkır, orman, çöl gibi hemen her yerde kuş gözlemciliği yapılabilir. Kuş gözlemciliğinin mevsimi, zamanı da sınırlı değildir; 365 gün 24 saat yapılabilir. Türkiye'de şimdiye kadar 450 çeşit kuş türü kaydedilmiştir. Ülkemizin önemli sulak alanlarında (Manyas, İzmir, Gökusu Deltası vb gibi) kuş gözlem istasyonları ve gözlem kuleleri kurularak

ornitoturizm ile ilgili atılımlar yapılmıştır. Ülkemizde özellikle ilkbahar ve sonbahar aylarında görülen kuş göçlerinin önemli geçiş noktaları İstanbul ve Çanakkale Boğazları, Doğu Akdeniz (Adana, Hatay, Gazi Antep) ve Kuzeydoğu Anadolu'dur (Artvin, Rize, Kars). Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi özellikle yırtıcı kuşlar açısından önemli bir potansiyel arz etmektedir. Örneğin; Kuzeydoğu Anadolu'da, sadece Gürcistan ve bu yöreye has bir tür olan Kafkas Horozu'na dünyanın başka hiçbir yöresinde rastlanamaz. Özellikle kuş göç yolları üzerinde yer alan sulak alanların kuşlar açısından çok önemli potansiyel içerdiği dikkat çekmektedir. Türkiye'de, kuş gözlemciliği, son yıllarda hızla yayılmaktadır.

- **Rafting:** Şişme bot ile uygun akarsularda yapılan spora rafting denir. Zengin doğal kaynaklara sahip olan Türkiye, su sporları (rafting, kano ve nehir kayağı) için ziyaretçilerine önemli bir akarsu turizmi potansiyeli sunmaktadır. Ülkemizin tarihi, arkeolojik, kültürel ve otantik değerlerine entegre olan akarsu turizmi, çevreyle ve diğer turizm çeşitleriyle bir bütün oluşturmaktadır.



Resim 1.13: Rafting



Resim 1.14: Rafting

Türkiye'de irili ufaklı yüzlerce akarsu bulunmakta olup birçoğu akarsu sporlarına elverişli yapıdadır. Yeryüzünün en hızlı akan nehirlerinden biri olarak ün yapan Çoruh nehri, dünyaca tanınmakta olup 1993 yılında 28 ülkeden 300 sporcu, bilim adamı ve basın mensubunun katıldığı 4. Dünya Akarsu Şampiyonasına ev sahipliği yapmıştır.

Yine yalnızca Antalya'daki Köprüçay'da yaz sezonunda günde üçbin turist, rafting yapmaktadır.

Rafting yapılan güzergâhların çeşitli özellikleri bulunmaktadır. Profesyonel yaklaşım gerektiren akarsu sporlarının güvenli bir şekilde yapılabilmesi için bir acenta ile bağlantı kurulması tavsiye edilmelidir. Katılımcılar rafting sırasında, ayakkabı giymek zorundadır. Herkesin can yeleği takması zorunludur. Kask takılması tavsiye edilmektedir.

Yurdumuzda rafting için elverişli nehirlerimizden bazıları şunlardır:

- Artvin - Çoruh Nehri
- Rize - Fırtına Deresi

- Antalya- Köprüçay
- Antalya- Alanya, Dim Çayı
- İçel- Göksu Nehri
- Muğla- Dalaman Çayı

- **Mağara Turizmi:** Dünyadaki diğer ülkelere göre ‘‘ mağara cenneti ülke ‘‘ durumunda olan yurdumuzda, yaklaşık 40.000 mağara bulunmaktadır. Mağara oluşumları bakımından önemli bir jeolojik-jeomorfolojik nitelik olan karstlaşma (karstik alanlar), ülkemizde Batı ve Orta Toros dağlarında (Muğla, Antalya, Isparta, Burdur, Konya, Karaman, İçel ve Adana) yer almaktadır. Türkiye’nin en uzun (Beyşehir Gölü batısındaki Pınarözü Mağarası, 16 km) ve en derin mağaraları (Anamur’un kuzeyinde Çukurpınar Düdeni, 1880 m) bu dağ kuşağı üzerindedir. Ülkemizde mağara araştırmaları, 1964 yılında kurulan Mağara Araştırma Derneği (MAD) tarafından başlatılmıştır. Daha sonra, ilk üniversite kulübü olan 1973 yılında Boğaziçi Üniversitesi Mağara Araştırma Kulübü (BÜMAK) kurulmuştur. 1979 yılında MTA Jeoloji Etütleri Dairesi bünyesinde kurulan Karst ve Mağara Araştırmaları Birimi, bugün mağara araştırmalarının büyük bir bölümünü gerçekleştirmektedir. Günümüze kadar tüm yerli ve yabancı mağaracı gruplarının inceleyerek belgelendirdiği mağara sayısı 800’dir.



Resim1.15: Trekking

- **Trekking:** Trekking, önceden belirlenmiş iki nokta arasında yapılan birkaç günlük yürüyüştür. Konaklama ve ulaşım açısından diğer turizm faaliyetlerinden farklıdır. Klasik turizm aktivitelerinde misafir, standart turistik tesislerde konaklar ve klasik ulaşım araçlarını kullanır. Trekking organizasyonlarında ise konuklar, çadırlarda kalırlar. İşin doğası gereği yürüyüş yapılır ve bu esnada eşya taşımak için binek hayvanları kullanılır. Konaklama kamplarda yapılır. Trekking bir ülkeyi yerinde tanımanın en iyi yollarından biridir. Turist, mesleği turizm olmayan yerel halkla tanışır. İlk trekking turları yetmişli yıllarda başlamış önce Nepal’e, sonra Çin’e, Hindistan’a ve diğer ülkelere hızla yayılmıştır. Avrupa’da gerçek anlamda trekking yapılabilecek tek

ülke, Türkiye'dir. İklim koşulları, coğrafi güzellikleri, doğal kaynakları ve ortalama 800 m yüksekliği ile Türkiye, trekking için çok uygundur. Henüz ülkemizde doğa çok bakirdir. Avrupa'da dağlara o kadar çok gidilmiş ve o kadar çok tesis yapılmıştır ki artık doğal ortam bulmak zorlaşmıştır.

Trekking'in değişik alternatiflerini oluşturan alt türleri de turistleri cezbetmektedir. Kısaca açıklamak gerekirse:

- Hiking: Bir günlük yürüyüştür.
- Sail-trek: Grup geziye bir tekneyle başlar. Ulaşılan ilk noktada teknedeki ayrılır. Sonraki hedef noktaya yürür ve orada tekneyle buluşur. Bu tür geziler, mavi yolculuk ile trekking'in bileşimi sayılabilir.
- Kamping Tur: Seyahat özel imal edilmiş trek kamyonları ile düzenlenir. Bu tür turlara "kamyon turları" da denilir. Kamyonlar 15-20 kişi kapasitelidir. Grubun tüm ihtiyaçlarını karşılayan ekipman (çadır, gıda, kişisel eşyalar) kamyonla taşınır ancak grubun izleyeceği güzergah ile kamyonunki ayrı tutulur. Böylelikle grubun kendini doğanın içinde hissetmesi engellenmemiş olur.

Pony Trekking: Bu tür geziler, atlarla yapılır. Genellikle günü birliktir. Kapadokya'da ve Akdeniz Bölgesinde yaygın olarak düzenlenmektedir.

- **Su Altı Dalış Turizmi:** Son yılların en gözde tatil aktivitelerinden biridir. Ülkemize sadece dalış için gelen çok sayıda turist bulunmaktadır. Türkiye sularında bulunan önemli batıklar ve su altı mağaraları dalıcılar tarafından keşfedilmeyi beklemektedir.
- **Bazı Dalış Bölgeleri: Antalya Kemer:** Ülkemizde, en çok dalış okulunun bulunduğu bu dünyaca ünlü turistik beldemiz, bünyesinde çeşitli dalış alternatifleri bulundurmaktadır. Hemen Antalya liman girişinde bulunan Fransız askeri nakliye gemisi, 20-30 metre derinliklerde yatmaktadır. Genelde bulanık olan su batık meraklıları için çok ilginçtir. Kemer Marina'sı açıklarında 33 metre derinlikte, kumluk dipte yatan "Paris Batığı", her dalıcının ziyaret etmesi gereken bir batıktır.



Şekil 1.17 Su Altı Dalış Turizmi

Tekirova açıklarındaki“Üç Adalar” çeşitli dalış türlerinin gerçekleştirilebildiği bir bölgedir. Bölgenin zengin bir dalış noktası olan kanyonda iri vatozlar ve her çeşit balık görülebilir. İç adalar, mağara dalışı için de idealdir. Ağustos ve eylül aylarında, orkinos sürüleriyle karşılaşıldığı gibi fok balığına da rastlanabilir. Yine bu sular makro ve gece fotoğrafçılığı için harikadır. Kıyı sularda, yunuslarla her an karşılaşılabilir.

Yukarıda anlatılanların yanında, çok farklı başka alanlarda da organizasyonlar yapmak mümkündür. Örneğin:

- Gurme Turizmi (Özel yemek hazırlama ve sunma faaliyetlerini içerir)
- Bağ Bozumu Turları
- Yamaç Paraşütü
- Yön Bulma (Orienteering, doğada yön bulma sporudur.)
- Model Uçak Uçurma

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

1. Aşağıdaki yolculardan hangisi turist sayılmaz?
 - A) Cumartesi sabah Kuşadası'na gemi ile gelip akşama kadar Efes'i gezerek, gece ülkemizden ayrılan İngiliz Mr Smith.
 - B) Marmaris Otelde bir hafta konaklayan Alman Herr Heinz.
 - C) Karavanı ile gelerek 3 gün Antalya Kemer'de kalan Fransız Mösyö Jacques.
 - D) Türkçe kursu almak için bir haftalığına İstanbul'a gelen Rus Ivanov.
 - E) Yeni tayin olup gelen Ankara'ya gelen İtalyan büyükelçi Sinyor Albertini.
2. Aşağıdaki tatil paketlerinden hangisi üçüncü yaş turizmi kapsamına girer?
 - A) Bodrum'daki, 1 haftalık, Cambridge Üniversitesi öğrencilerinin 1 haftalık yaz kampı.
 - B) İstanbul'daki, 3 günlük, Dünya Tıp Kongresi
 - C) Antalya'daki, 2 günlük, üçüncü salon sporları fuarını ziyaret
 - D) Çeşme'deki, 1 haftalık, Emekli Öğretmenler Derneğinin 1 haftalık gezisi
 - E) Öğrenci grubunun, iki gün süren Efes gezisi
3. Bursa'daki Uludağ'da neden av turizmi yapılmaz?
 - A) Kuşları avlamak, hayvanları koruma derneklerini kızdırır.
 - B) Arazi çok sarp ve kayalıktır; bu nedenle, avlanmak zordur.
 - C) Uludağ'da çok turist bulunur; kazayla diğer turistler vurulabilir.
 - D) Orman Bakanlığı tarafından, av turizmi avlağı olarak ilan edilmemiştir.
 - E) Uludağ'da avlanmasına izin verilen av hayvanı bulunmamaktadır.
4. Aşağıdakilerden hangisi, insanları seyahate yönelten iç faktörlerden biri değildir?
 - A) Sağlık
 - B) Reklam
 - C) Merak
 - D) Din
 - E) Alış-veriş
5. Son yıllarda gelişmekte olan sağlık turizminin bir türü olan "thalasso", ne tür bir tedavi yöntemidir?
 - A) Çeşitli bitki özlerinin kullanıldığı
 - B) Kaplıca sularının içildiği
 - C) Deniz suyu, yosun ve çamurun kullanıldığı
 - D) Aerobik ve cimnastik hareketlerinin yapıldığı
 - E) Diyetlerin uygulandığı

6. Aşağıdakilerden hangisi katılan kişi sayısına göre turizm çeşitlerinden biri değildir?
- A) Bireysel Turizm
 - B) Grup Turizmi
 - C) Münferit Turizm
 - D) Kitle Turizmi
 - E) Gençlik Turizmi
7. Aşağıdakilerden hangisi gelir seviyesi düşük insanların katıldıkları turizm çeşitidir?
- A) Yat Turizmi
 - B) Av Turizmi
 - C) Sosyal Turizm
 - D) Dağ Turizmi
 - E) Kongre Turizmi
8. Aşağıdakilerden hangisi bilimsel içerikli toplantılara verilen isimdir?
- A) Seminer
 - B) Sempozyum
 - C) Kongre
 - D) Toplantı
 - E) Panel
9. Aşağıdakilerden hangisi kruvaziyer turizmin özelliklerinden değildir?
- A) Yolculuk bir program dâhilinde uğranan limanlara yapılır.
 - B) İki nokta arasında yolcu taşıma değildir.
 - C) Kruvaziyer turizmi yapan gemilere yüzer otelde denir.
 - D) Dış dünyayla ilişki kesildiğinden trafik derdi, gürültü, iş stresi yoktur.
 - E) Kruvaziyer turizmi, herkesin rahatlıkla yapabildiği bir turizm çeşididir.
10. Aşağıdakilerden hangisi özel ilgi turizmi çeşitlerinden biri değildir?
- A) Botanik turizmi
 - B) Yayla turizmi
 - C) Dağ turizmi
 - D) Mağara turizmi
 - E) Trekking

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise bir sonraki öğrenme faaliyetine geçiniz.

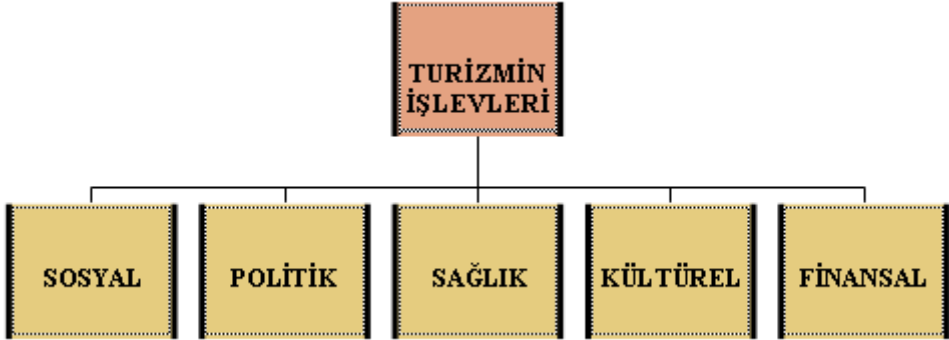
ÖĞRENME FAALİYETİ-2

AMAÇ

Turizmin çeşitli alanlardaki faydalarını ve ekonomiye etkisini inceleyerek eksiksiz ön hazırlık yapabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Yaşadığımız kente yılda ne kadar yerli-yabancı turist gelmektedir?
- Yaşadığımız kente turist gelmesi, kentimizin hayatını nasıl etkilemektedir?
- Öğretmeninizin rehberliğinde, turizmle ilgili kamu ve diğer meslek kuruluşlarına giderek araştırınız.



Şekil 2.1 Turizmin İşlevleri

2. TURİZMİN İŞLEVLERİ VE EKONOMİYE ETKİLERİ

2.1. Turizmin İşlevleri

2.1.1. Turizmin Sosyal İşlevi

Turizm, halklar arasında kültürel değişimi gerçekleştiren en önemli araçlardan biridir. Yeryüzünde yaşayan milletler hakkında hemen herkesin yerleşmiş kanaatleri vardır. Aynı şekilde, diğer milletlerin de Türkler ve Türkiye hakkında, birçok kaynaktan etkilenerek oluşmuş kanaatleri vardır. Aynı ülke içindeki, farklı şehirler hakkında da böyle düşüncelere sahip olabiliriz. Bu düşüncelerin bazan haklılık payı vardır; ancak bunlar çoğunlukla bizzat tanımadan verdiğimiz kararlardır. Birçok yabancıya ülkemizi gezdikten, insanlarımızı

tanıdıktan sonra kullandığı en yaygın ifade: “ Biz böyle tanımyorduk!” olmuştur. Bunun doğal sonucu olarak farklı bölgelerden ya da farklı ölkelerden insanları bir araya getiren turizm hareketleri, insanların birbirlerini daha iyi tanımalarını ve daha çok sevmelerini sağlamaktadır.

Turizm sayesinde bölgecilik, ırkçılık, dindaşlık gibi duygular, yerini evrenselliğe ve insan sevgisine bırakır.

2.1.2. Turizmin Politik İşlevi

Turizm, halkları birbirine yakınlaştıran, kaynaştıran, onların birbirleri hakkındaki ön yargılarının değişmesine yol açan bir rol oynamaktadır. İşte çeşitli ölkelerin insanları arasında oluşan bu olumlu atmosfer devlet yönetimlerini de etkilemektedir. Günümüzde ölkce yöneticileri, kamuoyunun düşüncelerine, taleplerine önem vermek zorunda olduklarından, politikalarını bu esaslara göre tayin etmektedir. Seyahat etmeyi kolaylaştıracı önlemler almaktadırlar. Bugün birçok ölkce vatandaşı yalnızca kimlik kartlarıyla, bazı ölkce vatandaşları ise hava alanlarında aldıkları vize ile ölkemize tatile gelebilmektedirler.

2.1.3. Turizmin Sağlık İşlevi

Günümüz insanı, özellikle sanayileşmiş ölkelerde, büyük kentlerde yaşayarak çevre kirliliği, gürültü, trafik ve iş yaşamının yoğun stresi, rekabet gibi etkenlerin baskısı altında kalmaktadır. Bu baskı, insanların ilk fırsatta doğaya kaçma ihtiyacını her geçen gün körüklemektedir. İnsanlar, seyahatleri esnasında; temiz hava, doğai yiyecekler, sağlıklı bir atmosferin dinlendirici, tedavi edici ve yeni zorluklara hazırlayıcı özelliklerinden faydalanmak istemektedirler.

Konaklama tesislerinin sunduğu spor yapma imkânları, kaplıca ve şifalı su kaynaklarının tedavi edici özellikleri, sonuçta turistleri sağlıklı ve mutlu etmektedir.

2.1.4. Turizmin Kültürel İşlevi

Turizm ve kültür arasında çok yoğun bir ilişki vardır. Bu iki olgu birbirini tetikleyen, geliştiren, yaygınlaştıran bir etki yaratmaktadır. Turistler, çeşitli kültür varlıklarını tanımak için seyahat ederler. Bu seyahatleri esnasında, Uşak'ta ya da Kayseri'de Türk halısı ile tanışıp halı kültürünü tanıyınca onları satın alırlar. Bu ürünler satıldıkça da halıcılık gelişir. Özellikle el sanatları, turistlerin her zaman ilgisini çekmektedir. Ankara Beypazarı, Safranbolu örneklerinde olduğu gibi Türk kültürünün turizmin hizmetine sunulmasıyla, hem yöre halkı bundan etkilenmekte hem de turistler daha fazla bilgi ve tanıma imkânı bulmaktadırlar. Elbette bu bilgi ve kültürü, yaşadıkları çevreye de taşımaktadırlar.

2.1.5. Turizmin Finansal İşlevi

Turizm, dünya ekonomisinin dördüncü büyük sektörüdür. Her yıl yüz milyonlarca insan, yüz milyarlarca doları seyahat için harcamaktadır. Devletlerin turizm sektöründen sağladığı gelirler, yine o ölkce halklarının refahı için harcanmaktadır. Devletler, turistin

yaptığı her harcamadan, dolaylı-dolaysız çeşitli vergiler almaktadır. Bu vergiler, çok büyük rakamlara ulaşmaktadır. Bugün bazı ülkelerin veya bazı şehirlerin ekonomisi büyük ölçüde turizme bağlıdır. Marmaris, Bodrum, Antalya gibi kentlerimizin yaşamı, önemli oranda turizm üzerine kuruludur.

2.2. Turizm ve Ekonomi

Bugünkü anlamıyla “turizm” deyiimi, 19. yüzyılın sonlarına doğru kullanılmaya başlanmasına karşılık, 20. yüzyılın bir olgusu olarak gelişerek günümüzde geniş kitleleri ilgilendiren sosyal ve ekonomik bir faaliyet haline gelmiştir.

Turizm II. Dünya Savaşı’ndan sonra, hızla gelişmiş daha geniş halk kitlelerine ve uzak mesafelere yayılmıştır. Günümüzde turizmin yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde ve özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu durum, yalnız uluslar arası turizm hareketinden büyük pay alan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önemi artırmaktadır.

Ulusal ve uluslar arası düzeyde kazandığı dev boyutlarla turizmin; yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz sağlayan, yeni istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, siyasal bakımdan da önemli toplumsal ve bireysel işlevlerin gerçekleştirilmesini kolaylaştıran bir nitelik kazanması, ülkelerin dikkatinin bu ekonomik olay üzerinde yoğunlaşmasına neden olmuştur. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin karşılaştıkları ekonomik sorunların ve dar boğazların aşılmasında, turizmin yarattığı dinamik ekonomik etkiler, söz konusu ülkelerin turizme daha çok önem vermesine neden olmuştur.

2.2.1. Turizmin Dünya Ekonomisine Etkileri

TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ GELİŞMELERİ TAKİP ET!

Yıllar	Turist Sayısı	Turizm Gelirleri (Milyar \$)
1988	394.000.000	204
1995	564.000.000	401
1996	595.000.000	434
1997	613.000.000	444
1998	628.000.000	445
1999	652.000.000	454
2000	696.000.000	477
2001	692.000.000	463

Tablo :2.1 Dünya turizmine katılanların sayısı ve turizm gelirleri

2.2.1.1. Ödemeler Dengesine Olan Etkisi

Gelişmekte olan ülkelerin çoğunluğunun, zaman zaman döviz dar boğazları ile karşılaştıkları bilinmektedir. Bu nedenle, gelişmekte olan birçok ülke, turizmi geliştirilmesi gereken ilk ve önemli sektör olarak görmektedir. Birçok ülkede turizmi geliştirme düşünce ve çabalarının temeli, döviz getirisi sağlamak olmuştur. Turizm, yabancı sermayeye olan bağımlılıklarını azaltmak isteyen gelişmekte olan ülkeler açısından, önemli üstünlükler taşıyan bir ekonomik faaliyettir. Zira, yerli girişimciler için söz konusu olabilecek teknolojik sınırlamalar, turizmde diğer sektörlerle oranla en alt düzeydedir.

2.2.1.2. Gelir Yaratma Etkisi

Bir ülkenin turizm gelirleri; yurt içinde turistlerin yapmış oldukları harcamaların tamamıyla yurt dışında iken satın alınan paket turun bir kısmını içermektedir (Paket tur için ödenen bedelin yaklaşık %40-50'si.), Dış ticaret açıklarının giderilmesinde, turizm gelirlerinin çok önemli bir payı vardır.

2.2.1.3. Alt ve Üst Yapı Yatırımlarına Olan Etkisi

Özellikle turist çeken bölgelerde, turizm sektöründen daha fazla gelir elde edebilmek için alt yapı yatırımları hızlanmıştır. Bilindiği gibi bir bölgenin alt yapısı (yol, su, elektrik, ulaşım, haberleşme vb) tamamlanmadan üst yapı yatırımları (konaklama tesisleri, eğlence, alışveriş vd tesisler) yapmak, mümkün olamamaktadır. Turizmden, daha fazla gelir edebilmek ancak alt ve üst yapı yatırımlarının artırılması ile mümkün olabilecektir. Örneğin, Antalya Hava limanı yenilenmiş, 2005 yılında 2. pist ve terminal binası hizmete açılmış, karayolları, haberleşme ve telekomünikasyon alanında birçok yatırım yapılmış ve dünya standartları yakalanmaya çalışılmıştır.

2.2.1.4. İstihdam Yaratıcı Etkisi

Turizmin parasal etkilerinin yanı sıra; ekonomide yarattığı gerçek 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 sektörlerle de dolaylı istihdam imkânları sağlaması dolayısıyla, ülkedeki toplam istihdamı etkilemektedir.

Turizm sektöründe makinalaşma ve otomasyon imkânlarının sınırlı olması nedeniyle, sektörün meydana getirdiği istihdam yoğunluğu, diğer sektörlerle göre daha yüksektir. Sektörde emek-yoğun üretimin hâkim olması nedeniyle, turistik tüketim harcamaları, yüksek oranda doğrudan istihdam etkisi oluşturmaktadır. Bunun yanında turizm sektörüne mal ve hizmet sunan yan sektörlerle de yeni iş imkânları sağlayarak dolaylı istihdam etkisi meydana getirmektedir.

Bir ülke ekonomisinde ve turizm sektöründe, turizm faaliyetleriyle kazanılan istihdam artışları şunlardır:

- Turizm sektöründe yer alan işletmelerdeki (konaklama ve yeme-içme vb.) turistik harcamalar yolu ile bu işletmelerde meydana gelen doğrudan istihdam artışı
- Turistik harcamalar sonucu doğrudan gerçekleşmeyen; fakat turizm sektörü ile ilgili olduğundan turizm arzı içinde yer alan, sektöre girdi veren diğer sektörlerde oluşan dolaylı istihdam artışı
- O ülkede yaşayan insanların, turizmden elde ettiği gelirleri yeniden harcaması sonucu meydana gelen ek istihdam artışı

2.2.1.5. Diğer Sektörlere Etkisi

Turizm, milyonlarca etkileşimin bir arada ortaya çıktığı, kendine özgü tarihi ve dili olan ve çok sayıda insanın katıldığı bir kitle hareketi niteliğini kazanmıştır. Turizm; uçak şirketleri, deniz yolları, tren, kiralık araba şirketleri, seyahat pazarlamacıları ile sorunlara çare bulan kişiler, pansiyonlar, restoranlar ve toplantı merkezleri gibi kimi büyük kimi küçük iş kollarından oluşan 41 farklı alt sektörle bağlantılıdır ve bünyesinde yüzlerce yan kuruluşu barındıran bir şemsiye görünümündedir.

2.2.2. Turizmin Türkiye Ekonomisine Etkisi

Türkiye'nin aktif dış turizmi, özellikle 1980'lerden itibaren, önemli bir gelişme göstermeye başlamış ve ülke ekonomisine çok büyük katkı sağlayan gelir kaynaklarından biri durumuna gelmiştir. Ayrıca dünyadaki bütün turistler için de Türkiye popüler bir turist çekim merkezi haline almıştır. Özellikle, 1983-1989 yılları arasında turist sayıları ve turizm gelirleri bakımından Türk Dış Turizminin diğer geleneksel turizm gelirlerine göre artış oranı bir önceki yıllarla karşılaştırıldığında %127 ile rekor düzeye çıkmıştır. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 1980 yılında %0,6'dan, 2001 yılında %6,0'ya; bununla beraber turizm gelirlerinin toplam ihracat içindeki payı da aynı dönemlerde %11,2'den %28,8'e yükselmiştir (<http://www.turizm.gov.tr>). Turizm, Türkiye için önemli bir döviz kaynağı oluşturarak yeni istihdam olanaklarının meydana getirilmesinde, dolayısıyla da işsizliğin azaltılmasında ve ödemeler dengesi problemlerinin giderilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle de turizm sektörü, Türkiye'nin ekonomik kalkınma stratejisinde anahtar sektör olarak kabul edilebilecek bir konuma sahiptir.

1973 yılında yapılan ve 44'ü geliştirmekte olan ve 8'i gelişmiş ülke olmak üzere 52 ülkeyi kapsayan bir araştırma; ihracatlarının %10'unu aşan turizm gelirin sahip ülkeleri, "turizm ülkesi" olarak tanımlamaktadır. Burdan yola çıkılarak; günümüz Türkiye'sinin turizm gelirlerinin ihracata oranının %28'ler düzeyinde olduğu düşünülecek olursa, Türkiye'nin de turizm ülkesi olarak kabul edilmesi gerekmektedir.

2.2.2.1. Gelirler Yönünden Turizmin Yeri ve Önemi

Turizmin Türk ekonomisi içinde artan etkinliğinin bir sonucu olarak özellikle 1980'li yıllardan sonra, yabancı turist sayılarında, turizm gelirlerinde ve turist başına yapılan harcamalarda bir artış gözlenmektedir. 1980 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı, 1.288.060 kişi iken bu sayı 1996'da yaklaşık sekiz kat artarak 8.614.085 kişiye ulaşmış, 1997 yılında

%11,1 artarak 9.689.004 kişi olmuştur. 2000 yılında da bir önceki yıla göre %45 artarak 10.428.153 kişiye ulaşmış ve 2001 yılında ise 11.618.969 kişi olmuştur. 1980 yılında elde edilen turizm geliri, 326.654 dolar iken 1997 yılında yaklaşık 22 kat artarak 8.088.549 dolar olmuş, 1998 yılında %3,5 azalarak 7.808.940 dolara gerilemiş ve 2000 yılında da bir önceki yıla göre %46,7 artarak 7.636.000 dolara yükselmiştir (www.turizm.gov.tr.) Aynı şekilde, 1980 yılında 253.6 dolar olan turist başına harcama, 2001 yılında 717.5 Dolara ulaşmıştır. 1980 yılından günümüze kadar, hem ülkeye gelen turist sayısında hem de turizm gelirlerinde artış gözlenmektedir.

Yıllar	Toplam Turist Sayısı	Turizm Geliri (Milyar \$)	Turist Başına Harcama (\$)
1980	1.288.060	326.654	253.6
1990	5.389.308	3.225.000	621.3
1998	9.752.697	7.808.940	879.5
1999	7.485.308	5.203.000	736.0
2000	10.428.153	7.636.000	764.3
2001	11.618.969	8.932.000	717.5
2003	14.029.558	13.203.100	941.0
2004	17.517.789	15.887.700	906.9

Tablo 2.2: Yıllar itibariyle türkiye'ye gelen toplam turist sayısı, turizm geliri ve turist başına harcama

Türkiye' nin sahip olduğu turistik potansiyele ve bu hızlı gelişmeye karşın, dünya genelinde ve özellikle de Akdeniz bölgesindeki pazar payı küçüktür. Dünya turizminin odak noktalarından birini oluşturan Türkiye, dünya turizminde, gelen turist sayısı ve turizm gelirleri açısından ancak %1.5-2 düzeyinde düşük bir paya sahiptir. Türkiye, kendisine yönelik turizm talebini artırabilmek ve ekonomik gelişmesini tamamlayabilmek için turizm talep koşullarını çok iyi analiz etmek durumundadır.

2.2.2.2. İstihdam Yönünden Turizmin Yeri ve Önemi

Turizmin istihdam sağlama olanaklarına gelindiğinde, 1995 yılında Türkiye'de turizm sektöründe istihdam edilenlerin 129.000 kişi, yani toplam işgücünün %0.07'si, olduğu görülmektedir. 1997 verilerine göre konaklama sektöründe 262.000 kişinin, turist rehberi olarak da 9000 kişinin istihdam edildiği bilinmektedir. Dolaylı ve doğrudan istihdam açısından aile fertleri ile birlikte yaklaşık 10.000.000 kişi, geçimini turizm sektöründen sağlamaktadır.

Görüldüğü gibi Türk turizmi son yıllarda uluslararası turizme uyum sağlayacak şekilde bir gelişme göstermekte ve ekonominin karşılaştığı dar boğazların aşılmasında da en önemli politikalardan biri olmaktadır. Çünkü turizm sektörü dünyada hızla gelişmekte, teknolojideki ilerleme ve hız da bu gelişmenin yakıtını oluşturmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin ekonomik yönden gelişmesinde, turizmin taşıdığı rolün ileriye dönük korunabilmesi ve sürdürülebilmesi şarttır.

2.2.2.3. Diğer Etkiler Yönünden Turizmin Yeri ve Önemi

Ekonomik kalkınmanın en önemli amaçlarından biri, ülkenin tüm insanlarına gelir kazandırıcı iş sahaları açmaktır. Gelişmekte olan ülkelerin ortak özelliklerinden biri de açık ya da gizli yüksek işsizlik oranlarıdır. Bu bakımdan turizmin emek yoğun bir endüstri oluşu, gelişmekte olan ülkeler açısından bir dayanak oluşturmaktadır. Turizm işletmeleri, turistik ürün üretiminde ve bunu sunmada ve daha birçok faaliyetinin yerine getirilmesinde, insan gücünden geniş ölçüde yararlanmaktadır. Dolayısıyla, ülkedeki emek arzı fazlalığı, bu sektörde büyük ölçüde istihdam edilebilecektir.

Turizmin, Türkiye için istihdam oluşturduğu bilinen bir gerçek olmakla beraber, etkisini tam anlamıyla belirlemek mümkün değildir; çünkü turizm, yatırım aşamasından her hizmetin verildiği en son aşamaya kadar dolaysız ve dolaylı çok çeşitli iş olanakları oluşturmaktadır. Dolayısıyla da turiste hizmet veren yerlerde, istihdam edilen kişilerin pek çoğu turizmle ilgisi olmayan ama aynı veya benzer işlerde çalışan kişilerdir.

Turizm, ülkeye döviz girdisi sağlaması ve istihdam oluşturması açısından Türk ekonomisi için büyük önem arz etmektedir. 1983 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile Türkiye’de turizm yatırımlarının teşviki artmış, altyapı yatırımlarını devletin, üstyapı yatırımlarını da özel kesimin yapması öngörülmüştür. Turizm talebi, yatırımları uyarmış ve teşvik etmiştir. Turizm ve bölgesel gelişme açısından Türkiye’de turizmin ekonomik sonuçlarını incelemek gerekirse; turizm, ülkenin gelişmesine katkıda bulunurken, endüstri merkezleri dışında kalan bölgelerin dengeli kalkınmasına ve gelişmesine de yardımcı olmaktadır. Gerçekten de endüstriyel açıdan yeterli kaynak ve gelişme olanağı bulamamış bölgelerin, iyi bir planlama neticesinde turistik yönden kalkınmaları ve ekonomilerini düzeltmeleri mümkündür.

**YAŞADIĞINIZ ÇEVREDE ESNAFLA GÖRÜŞÜN
TURİZMİN ETKİSİNİ ARAŞTIRIN!**

Turistlerin harcama yaptıkları yerler	Turizm sektörünün yaptığı harcamalar	Harcamalardan en son yararlananlar
<ul style="list-style-type: none"> ✱ Konaklama ✱ Yiyecek ✱ İçecek ✱ Uluslararası Ulaşım ✱ Gezi ve turlar ✱ Eğlence ✱ Hatıra ve ediyelik eşya ✱ Fotoğraf ve bant ✱ Kişisel bakım, ilaç ve kozmetik ✱ Giyim ✱ Deri ✱ Altın, gümüş ✱ Çeşitli baharatlar ✱ Değişik 	<ul style="list-style-type: none"> ✱ Maaşlar ve ücretler ✱ Bahşışler, ikramiyeler ✱ Yerel vergiler, gelir vergileri ✱ Komisyonlar ✱ Müzik ve eğlence ✱ Yönetimsel ve genel harcamalar ✱ Yasal ve mesleki hizmetler ✱ Yiyecek, içecek vb. Satın alınması ✱ Malzeme ve üretim maddeleri alımı ✱ Tamir, bakım, onarım, koruma ✱ Reklam, tanıtım, yayın ✱ iyileştirme çalışmaları ✱ Toplu hizmetler: Su, gaz, elektrik, çevre vb. ✱ Ulaştırma ✱ Lisanslar: İzin belgeleri ✱ Sigorta primleri ✱ Gayrimenkul ve araç-gereç kiralama ✱ Mobilya ve demirbaş eşyalar ✱ Borçların anapara ve faiz geri ödemeleri ✱ Gelir, kurumlar ve diğer vergiler ✱ Amortisman ✱ Yatırımcılara ve yabancı sermayeye geri dönüş (kar payı ve iştirak hissesi olarak) 	<ul style="list-style-type: none"> ✱ Muhasebeciler ✱ Reklamcılar ✱ Nalburiye dükkanları ✱ Mimarlar, Avukatlar, Bankalar ✱ Esnaf ve zanaatkarlar ✱ Otomobil acentaları ✱ Fırıncılar, bakkallar ✱ Plaj yardımcıları ✱ Kasaplar ✱ Kasiyerler, veznedarlar ✱ Hayır kurumları ✱ Eczaneler, baharatçılar ✱ Tezgahtarlar, sekreterler ✱ Giyimmağazaları ✱ Kulüpler ✱ Konfeksiyoncular ✱ Müteahhitler ✱ Yemekçiler ✱ Rehberler ✱ Mandıracılar; sütçüler ✱ Doktorlar, dişçiler ✱ Büyük mağazalar, toptancılar ✱ Kuru temizlikçiler ✱ Elektrikçiler ✱ Mühendisler ve uzmanlar ✱ Çiftçiler, balıkçılar ✱ Hamallar, taşıyıcılar ✱ Oto tamir ve bakımçıları ✱ Bahçıvanlar ✱ Hediyelik eşya dükkanları ✱ Yönetim: Eğitim, sağlık, demir-deniz ve karayolları, toplu hizmetler vb. ✱ Finansmancılar, emlakçılar ✱ İthalatçılar, yöneticiler ✱ Sigorta şirketleri ✱ Çamaşırhaneler, lokantalar ✱ Medya, Yayınevleri, Matbaa, dizgiciler ✱ Gece kulüpleri, barlar, diskolar ✱ Araç-gereç satıcıları, musluk tamir-bakımcıları ✱ Ressamlar ✱ Kapıcılar, bekçiler, oda hizmetçileri ✱ Gayrimenkul yapıcı ve satıcıları ✱ Danışmanlar, yardımcılarına ✱ Hissedarlar ✱ Boyacılar ✱ Ulaştırma, seyahat acentaları ✱ Yöneticiler ✱ Sendikalar

Tablo-3: Turizm Harcamalarının İstihdam Yarattığı Alanlar

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru seçeneği işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi turizmin ülke ekonomisine katkıları arasında yer almaz?
 - A) İşsizliğin önlenmesi
 - B) Bölgeler arası dengeli gelir dağılımının sağlanması
 - C) Haberleşme alanında yatırımların artması
 - D) Bölgesel sanayinin gerilemesi, buna karşın turizmin gelişmesi.
2. Aşağıdakilerden hangisi turizmin sosyo-kültürel etkileri arasında yer almaz?
 - A) İstihdam imkânlarının artmasına yol açar.
 - B) Yerel el sanatlarının gelişmesine sebep olur.
 - C) Halklar arası kaynaşmayı sağlar.
 - D) Eski eserlerin korunması bilincini geliştirir.
3. Aşağıdakilerden hangisi turizmin istihdama olan etkilerini ifade eder?
 - A) İşsizliğin azaltılmasını sağlaması
 - B) Milli gelirin artmasını sağlaması
 - C) Milli birlik ve bütünlüğü sağlaması
 - D) Alt ve üst yapı yatırımlarının artmasını sağlaması
4. İç turizm, neden istihdamın artmasına yol açar?
 - A) Konaklama tesislerinin sayısının artması
 - B) Döviz bürolarının sayısının artması
 - C) Sahil kentlerinde nüfusun artmaması
 - D) Ülkedeki döviz rezervinin artması
5. Aşağıdakilerden hangisi turizm alanında doğrudan gelir getiren yatırımlardan biri değildir?
 - A) Konaklama Tesisi
 - B) Seyahat Acentecisi
 - C) Özel Otelcilik Okulu
 - D) Su Parkı İşletmesi
6. Aşağıdakilerden hangisi turizmin işlevlerinden biri değildir?
 - A) Turizmin sosyal işlevi
 - B) Politik işlevi
 - C) Duygusal işlevi
 - D) Sağlık işlevi

7. Aşağıdakilerden hangisi turizmin ülke ekonomisine olan etkilerinden biri değildir?
- A) Kùltür dejenerasyonuna etkisi
 - B) Gelir yaratma etkisi
 - C) Alt ve üst yapı yatırımlarına etkisi
 - D) İstihdam yaratıcı etkisi

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise “Modül Değerlendirme”ye geçiniz.

MODÜL DEĞERLENDİRME

YETERLİK ÖLÇME

Modül faaliyetleri ve araştırma çalışmaları sonunda kazandığınız bilgi ve beceriler, öğretmeniniz tarafından ölçülecek ve istenilen yeterlikleri kazanıp kazanmadığınız belirlenecektir.

DEĞERLENDİRME

Ölçme sonuçlarına göre “Turizm Hareketleri Modülü” ile ilgili durumunuz, öğretmeniniz tarafından değerlendirilecektir.

CEVAP ANAHTARLARI

ÖĞRETİM FAALİYETİ – 1 CEVAP ANAHTARI

1	E
2	D
3	D
4	B
5	C
6	E
7	C
8	B
9	E
1	C

ÖĞRETİM FAALİYETİ – 2 CEVAP ANAHTARI

1	A
2	A
3	C
4	D
5	C
6	C
7	A

KAYNAKÇA

- AESOB, **Kongre ve Fuar Turizmi**, Sahil Ajans, Antalya, 1994
- AĞAOĞLU O. K., **Turizm Yatırımlarında Kaynak Kullanımı ve Verimlilik Sorunları**, MPM Yayınları: 520, Ankara, 1994.
- AHİPAŞAOĞLU Suavi, **Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması ve Yönetimi**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001
- AKAT Ö. **Turizm İşletmeciliği**, Ekin Kitapevi, Bursa, 1997
- ARUOBA Ç., C. ALPAR, **Türkiye Ekonomisi Sektörel Gelişmeler**, Özyurt Matbaacılık, Ankara, 1992
- ÇİMAT Ali, Ozan BAHAR **Akdeniz İİBF Dergisi (6)**, Antalya, 2003
- DEMİRTAŞ, E. **Türkiye ve Bazı Avrupa Birliği Ülkelerinde Turizm Yat. Verilen Teşvikler**, İto, İzmir, 2000
- ERHAT Azra, **Mavi Anadolu**, İnkilap Kitabevi, İstanbul, 1997
- ERHAT Azra, **Mavi Yolculuk 1**, İnkilap Kitabevi, İstanbul, 1997
- ERHAT Azra, **Mavi Yolculuk 2**, İnkilap Kitabevi, İstanbul, 1997
- ERHAT Azra, **Mitoloji Sözlüğü**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1993
- HACIOĞLU Necdet, **Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü**, Uludağ Üniversitesi, Bursa, 2000
- HAZAR Atilla, **Turizm**, Tutibay Yayınları, Ankara, 1994
- İÇÖZ Orhan, **Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2000
- İÇÖZ Orhan, **Turizm İşletmelerinde Pazarlama**, Anatolia Yayıncılık, Ankara, 1996
- İLKİN A., M. Z. DİNÇER, (1991) **Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi**, TOBB yayını, Ankara, 1991
- IŞIK Fahri, Doğa Ana Kubaba, Suna-İnan Kıraç **Akdeniz Medeniyetleri** Arş.Ens., Antalya, 1999

- KABAĞAÇLI Cevat Şakir, **Altıncı Kıta Akdeniz**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1991
- KABAĞAÇLI Cevat Şakir, **Anadolu'nun Sesi**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1992
- KALKAN Orhan, **Turizm Mevzuatımız**, THK Basımevi, Ankara, 1995
- KNAURS KULTURFÜHRER, **Türkei**, Droemersch Verlaganstalt, München, 1987
- KURU Ş., ÖZEN T. **Turizm Yatırımları**, Özkan Ofset Matbaacılık, İstanbul, 1998
- OLALI Hasan, **Turizm Dersleri**, İstiklal Matbaası, İzmir, 1983
- TAVMERGEN İ. **2000 Yılı ve Türk Turizmi**, Ticaret Borsası Dergisi, İzmir, 1998
- TUNÇ A., SAÇ, F. **Genel Turizm**, Detay Yayınevi, Ankara. (1998)
- TURİZM BAKANLIĞI, **Tur Yönetiminin İlke ve Süreçleri**, Şafak Matbaası, Ankara, 1983
- TURİZM BAKANLIĞI, **Turistik İstasyonlarda Animasyon**, Şafak Matbaası, Ankara, 1983
- TÜRSAB, **Dergi Sayı 114**, İstanbul, Eylül 1992
- TÜRSAB, **Dergi Sayı 130**, İstanbul, Temmuz 1994
- TÜRSAB, **Dergi Sayı 136**, İstanbul, Şubat 1995
- TÜRSAB, **Doğa Turizmi ve Çevre Dergisi**, Can Ofset, İstanbul, 1999
- YARCAN Şükrü, **Seyahat Yönetimi**, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul, 1993
- YARCAN Şükrü, **Türkiye'de Turizm ve Uluslararasılaşma**, B.Ü. Yayını, İstanbul, 1996
- www.antalyarehberlerodasi.org
- www.kultur.gov.tr
- www.tourism.gov.tr
- www.worldtourism.org