



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(4): 977-994.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.223](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.223)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi: Antalya Örneği

Doç. Dr. Mustafa BOZ, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çanakkale, e-posta: m.b.istanbul@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8899274X>

Öz

Turizm, dünyanın en hızlı büyüyen endüstrilerinden birisi ve birçok ülke için başlıca döviz ve istihdam kaynağıdır. Turizm çok çeşitli olsa da iki geniş anlayış ayırt edilebilir; kitle turizmi ve alternatif turizm. Kitle turizmi, olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri nedeniyle beklentileri karşılayamamış bulunmaktadır. Kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltmak ve yeni deneyimler arayan turistlerin taleplerini karşılamak için alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır. Bu makale iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, kitle ve alternatif turizm kavramları incelenmektedir. Antalya'da turizm sektörünün gelişimi, Antalya turizminde yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri literatür incelemesi yapılarak ortaya konulmaya çalışılmaktadır. İkinci olarak, kitlesel ve alternatif turizmin etkilerine ilişkin algı ve tutumlarını ortaya koymak ve Antalya'da turizm sektörünün sorunlarını ve çözüm önerilerini öğrenmek için Antalya'daki seyahat acentalarının yöneticileri ile yüz yüze bir anket çalışması yapılmıştır. Temel araştırma sonuçları, bozulan doğal çevre, turist harcamalarının düşük olması, yurtdışında tanıtım eksikliği ile eğitimsiz ve yetersiz işgücünün Antalya turizminin en önemli sorunları olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif Turizm, Kitle Turizmi, Antalya Turizm Endüstrisi, Sürdürülebilir Turizm.

Makale Gönderme Tarihi: 31.05.2019

Makale Kabul Tarihi: 06.10.2019

Önerilen Atf:

Boz, M. (2019). Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi: Antalya Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 977-994.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2019, 3(4): 977-994.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.223](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.223)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Importance of Alternative Tourism Marketing in the Development of Tourism: Antalya Case

Associate Prof. Dr. Mustafa BOZ, Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Çanakkale, e-mail: m.b.istanbul@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8899274X>

Abstract

Tourism is one of the fastest growing industries in the world and the main source of foreign exchange and employment for many countries. Although, there is a wide variety of tourism, two broad understanding can be distinguished; mass tourism and alternative tourism. Mass tourism has not been able to meet the expectations due to its negative economic, environmental and socio-cultural impacts. Alternative tourism types have emerged to reduce the negative impacts of mass tourism and meet the demands of tourists seeking new experiences. This article consists of two parts. In the first part, mass and alternative tourism concepts are examined. The development of the tourism sector in Antalya, the problems experienced in Antalya's tourism and solution proposals are tried to be revealed by making a literature review. Secondly, a face-to-face survey was conducted with the managers of the travel agencies in Antalya in order to reveal their perceptions and attitudes regarding the impacts of mass and alternative tourism and to learn the problems and solutions of the tourism sector in Antalya. The basic research results show that the deteriorating natural environment, low tourist expenditures, lack of publicity abroad, and untrained and insufficient labor force are the most important problems of Antalya tourism.

Keywords: Alternative Tourism, Mass Tourism, Tourism Industry in Antalya, Sustainable Tourism.

Received: 31.05.2019

Accepted: 06.10.2019

Suggested Citation:

Boz, M. (2019). Importance of Alternative Tourism Marketing in the Development of Tourism: Antalya Case, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 977-994.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Turizm yıllardır az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere, gelişmiş ülkeler dahil, birçok ülke için önemli bir gelir kaynağı olarak görülmektedir. Özellikle ödemeler dengesi zayıf, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler turizmi hızlı gelişmenin kestirme bir yolu olarak görmektedirler. Ancak; turizm endüstrisinin hızla büyümesinin az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerindeki etkilerini iyi incelemek gerekmektedir. Geleneksel turizm türleri, kitle turizmi formunda, halihazırda fakirliği azaltmak ve dış borçları ödemek için dövize ihtiyacı bulunan birçok hükümet tarafından aşırı şekilde teşvik edilmektedir. Ancak; turistleri çekmek için yapılan acelede, yerel halk ve çevre genellikle göz ardı edilmekte, kitle turizminin gizli kalan maliyetleri dikkate alınmamaktadır.

İkinci Dünya Savaşı sonrası, 1950'li yıllar tatil amaçlı uluslararası kitle turizminin hızla gelişmeye başladığı yıllardır. Ülkelerin liberalleşmesi, hane gelirlerinin artması, ucuz ve hızlı toplu ulaşım imkanlarının gelişmesi, yeni konaklama tesislerinin açılması, ücretli izin haklarının kazanılması, yabancı ülkelerde tatil isteğinin artması gibi ekonomik ve sosyal etkenler uluslararası seyahatlerin artmasının temel gerekçelerini oluşturmuştur. Ayrıca, savaşın yıkıcı etkilerinden kurtulduktan sonra insanların eğlence faaliyetleri ve seyahat için daha fazla zaman ve para harcamaları turizm talebini özendirilen önemli ve sürükleyici faktörlerdendir (Lickorish ve Jenkins, 1997:2-3).

Savaş sonrası, 1950 yılında, 25 milyon turist yabancı bir ülkeye seyahat ederken, 1960 yılında 75 milyon, 1980 yılında 285 milyon, 2000 yılında 698 milyon, 2014 yılında 1 milyar 133 milyon ve 2018 yılında 1 milyar 400 milyon turist yabancı ülkelere seyahat etmiş bulunmaktadır. Benzer şekilde, uluslararası turizm harcamaları 1950 yılında 2,1 milyar dolar iken, 1960 yılında 6,8 milyar dolar, 1980 yılında 105 milyar dolar, 2000 yılında 477 milyar dolar, 2014 yılında 1 trilyon 242 milyar dolar ve 2018 yılında 1,5 trilyon dolar seviyesine ulaşmıştır. 2030 yılına kadar uluslararası turist sayısının yılda 1 milyar 800 milyon kişiye ulaşacağı, turizm harcamalarının da 2 trilyon doları aşacağı öngörülmektedir (VSO, 2001, UNWTO, 2015; WTTC, 2018; UNWTO, 2019).

Turizm endüstrisindeki bu büyümede, uluslararası tur operatörlerinin pazarladığı paket turlar ile birlikte gelişen kitle turizminin büyük etkisi bulunmaktadır. Ancak; sağladığı ekonomik yararların yanında, kitle turizminin zaman içinde turist kabul eden ülkeler ve destinasyonlarda neden olduğu ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olumsuz etkiler de ortaya çıkmaya başlamıştır. Özellikle 1990'lı yıllardan başlayarak, hem kitle turizminin neden olduğu olumsuz etkilerin azaltılabilmesi, hatta ortadan kaldırılabilmesi için, hem de değişen turist ihtiyaç ve isteklerine cevap verebilmek için alternatif turizm arayışları gündeme gelmeye başlamıştır.

Bu çalışmada; kitle turizmi, alternatif turizm kavramları, alternatif turizmi ortaya çıkardan nedenler ve alternatif turizmin önemi ortaya konulmaya çalışılacak, uygulama bölümünde ülkemizin tatil turizmi başkenti kabul edilen Antalya örneği incelenecektir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Kitle Turizminden Alternatif Turizm Anlayışına Doğru

Kitle turizmi, günümüzde turizm hareketlerinin belirleyicisi durumundadır. Kitle turizmi, 1970'li yılların başlarından itibaren alt ve orta gelirli kesimlerin turizme aktif olarak girmesiyle ivme kazanmaya başlamıştır. Nüfusun büyük bir kesimini oluşturan ve ellerinde belirli ölçüde tüketilebilir geliri olan bu kesimlerin turizme ilgi duymaya başlaması, turizm sektörünün artık elit bir zümreye hizmet veren bir sektör olma özelliğinden sıyrılarak, büyük turizm

organizasyonlarının yapılması ihtiyacını karşılamak üzere uluslararası büyük tur operatörlerinin organize olmasını tetiklemiştir. Kitle turizminin iki temel karakteristiği, çok sayıda kişinin turizm olayına katılıyor olması ve tatilin esnek olmayan kesin kurallarla belirlenmiş bir paket şeklinde sunuluyor olmasıdır (Birkan, 2002:145). Kitle turizminin, bir defada katılan kişi sayısı yönüyle sahip olduğu üstünlüğünün yanı sıra, oluşturulan grupların sürekliliği de söz konusudur. Bu nedenle, kitle turizmi birçok hükümet ve turizm paydaşı tarafından turizmin geliştirilmesi aşamasında üzerinde en fazla durulan turizm anlayışını oluşturmaktadır. Ancak, kitle turizmine önem veren ev sahibi bölge ve ülkelerde, belli bir aşamadan sonra kitle turizminin ekonomi, doğal ve kültürel dengeler üzerindeki etkileri ile koruma-kullanma konusuna özen gösterilmesi gerekmektedir (Kozak vd., 2000:14). Ayrıca; uluslararası tur operatörlerinin pazarlık gücü ve gelişmekte olan ülkelerin turizm gelişmelerini yönlendirme istekleri (Öztürk, 2000:313), sürdürülebilir alternatif turizm çabalarının önünde engel teşkil etmektedir.

Türkiye’de, 1980’li yılların başındaki, turizm teşvik kanunu ile birlikte Akdeniz ve Ege kıyıları yoğunluk kazanmak üzere deniz-kum-güneş turizmi eksenli kitle turizmi anlayışı sektördeki yerini almıştır. Bu durum günümüzde de sürmekte; yaklaşık olarak Nisan aylarında başlayıp Ekim ayı sonuna kadar süren dönem, turizm sezonu olarak değerlendirilmektedir (Tokmak, 2004:1). Kitlelere yönelik olan kıyı turizmi, deniz-kum-güneş üzerine kurulu bir üründür. Hem Akdeniz ülkelerinde, hem de dünyanın pek çok yerinde bolca bulunmaktadır. O nedenle yoğun rekabete sahne olmaktadır. Pazar kaybetme riski yüksektir. Talep iniş çıkışları sıktır. Destinasyon sayısı fazla olduğu için ikame imkanı çoktur (Köletavitoğlu, 2002:111). Deniz-kum-güneş ağırlıklı kitle turizmi yurt dışında daha çok alt tabakaya hitap etmektedir. Bu da kalitesi düşük, sayı olarak çok, ancak az döviz bırakan turistlerin ülkemize gelmesine, turizm gelirlerinin düşmesine, taşıma kapasitelerinin aşılması ve aşırı yapılaşma dolayısıyla olumsuz çevresel etkilere neden olmaktadır. Kitle turizminin diğer etkileri de mevsimsel özellik göstermesi ve turizmin sadece kıyı bölgelerde yoğunlaşmasına yol açmasıdır. Kitle turizminin yarattığı bu ve benzeri olumsuz etkiler, ayrıca turist ihtiyaç ve isteklerinde meydana gelen değişimler, turist kabul eden ülkeleri ve destinasyonları, çevreye ve soyso-kültürel yapıya daha saygılı, ülkenin ve destinasyonun turizm gelirlerini arttırıcı, ülkenin her yerinde ve yılın her zamanı turist çekebilecek alternatif turizm arayışlarına sevk etmektedir.

1990’lı yılların ikinci yarısına kadar büyük ölçüde deniz-kum-güneş üçlüsünden oluşan kitle turizm anlayışı, günümüzde kitle turizminin ortaya çıkardığı olumsuz etkilerin azaltılması çabaları ve tüketici talebinde oluşan değişim ile birlikte ülkeleri ve işletmeleri değişen talebe uygun ürünler geliştirmeye zorlamaktadır. Ülkeler mevcut potansiyelleri içerisinde, uluslararası turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için rekabet edebilir ve satılabilir ürünler geliştirme ve çevre dostu turizm stratejileri oluşturma yoluna gitmektedirler. Nasıl bir turizm anlayışı olmalı araştırmaları ve tartışmaları sonucu alternatif turizm kavramı ortaya çıkmıştır (Burns ve Holden, 1995:208; Aymankuy ve Aymankuy, 2003:2). “Alternatif Turizm” yeni yeni gelişen ve tanımlanmasında bazı sorunlar yaratan bir kavramdır. Kitle turizmine tepki olarak, onun alternatifi olarak ortaya çıkmış gibidir. Bu nedenle, çoğunlukla kitle turizmi “hard-sert” olarak nitelendirilirken, alternatif turizm “soft-yumuşak” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca “yeşil turizm”, “yavaş turizm”, “sorumlu turizm” ve “eko-turizm” gibi kavramlarla da tanımlanmaktadır (Öztürk, 2000:314; Aydın ve Boz, 2006; Aydın ve Boz, 2018:929; Soldi, 2009; Boz, 2019:68).

Cater (1995:85 akt. Burns ve Holden, 1995:209) alternatif turizmin birçok özelliğinin, geleneksel kitle turizminin özelliğine karşıt olduğunu vurgulayarak, alternatif turizmde faaliyetlerin büyük oranda küçük ölçekli yerel işletmeler tarafından gerçekleştirildiğini, bunun sonucu olarak turizm gelirlerinin büyük oranda turist kabul eden yörede kaldığını, sızıntı oranının düştüğünü belirtmektedir. Alternatif turizm ve kitle turizmi arasındaki önemli bir fark alternatif turizmin

daha küçük ölçekli olmasıdır. Örneğin Hilton veya Hyatt gibi büyük ölçekli zincir oteller yerine daha küçük oteller ve pansiyonlar geliştirilebilir. Destinasyondaki toplam oda ve yatak sayısı aynı olabilir. Ancak destinasyon, sahipliğin yerel yapıda olduğu daha çok sayıda tesise sahip olabilir. Bu durum, gelirlerin daha fazla oranda o yörede kalması, daha fazla yöre insanının istihdam edilmesi ve yörede üretilmiş ürünlerin ve hizmetlerin daha fazla talep edilmesi anlamına gelmektedir.

Turizmin çeşitlendirilmesi yoluyla farklı potansiyel tüketici kesimlerine ulaşabilme isteği, turizmin mevsimsellikten kurtarılarak tüm yıla yayılmasının sağlanması, turizm gelirlerinin artmasının sağlanması, turist kabul eden yöre işletmelerinin ve halkın turizm gelirlerinden daha fazla pay alma isteği, turizmin ülke çapına yayılması isteği, olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkilerin azaltılması / ortadan kaldırılması isteği, değişen turist eğilimlerine cevap verebilme çabası gibi nedenler turizm endüstrisini geliştirmek isteyen ülkeleri ve yöreleri alternatif turizm arayışlarına zorlamaktadır.

Antalya’da Turizm Sektörünün Gelişimi

Tarih öncesi Paleolitik dönemden itibaren yaşam kalıntılarının bulunduğu, Antik çağda “Pamphylia” olarak bilinen Antalya ve yöresi, günümüze kadar, Hitit, Lidya, Likya, Pers, Ptolemaios, Seleukos, Bergama, Roma, Selçuk, Bizans ve Osmanlı uygarlıklarına ev sahipliği yapmıştır. Bu medeniyetlerden kalan çok sayıda arkeolojik buluntuya, tarihi esere ve kültürel zenginliğe ev sahipliği yapmaktadır. Akdeniz iklimi, sınırları doğuda Anamur Burnu’ndan başlayarak, batıda Eşen Çayı’na kadar uzanan 450 km. kıyı uzunluğu, yüksekliği 3.086 metreye kadar ulaşan Toros Dağları arasındaki ovalar, ormanlar, kendine özgü uçurumlar, yarılar, akarsular, özellikle kıyıya yakın yerlerdeki mağaralar ve eşsiz kumsalları ile “Türk Rivierası” adını almıştır (Sayan, 2000:14; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019; Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019).

Zengin kültürel ve doğal turizm potansiyeli, 1970’li yıllardan başlayarak fark edilen Antalya, turizm gelişim projelerinin merkezi durumuna gelmiştir. Günümüzde, Antalya’nın tarımla beraber özel sektördeki en büyük gerçeği turizm endüstrisidir. Antalya kıyı şeridinde uzun yıllardır sürmekte olan turizm etkinliklerinin bütüne yakın bölümü kitle turizminin altyapı ve üstyapı gereksinimini karşılamak için yapılmaktadır (Sayan, 2000:14). Antalya Valiliği Havalimanı Mülki İdare Amirliği’nin verilerine göre Antalya’ya gelen yerli ve yabancı yolcuların aylara ve yıllara göre dağılımı tablo 1’deki gibidir. Antalya Valisi Karaoğlu’nun demecine göre, Antalya’ya 2018 yılında gelen yabancı turistlerin sayısı, tüm zamanların rekorunu kırarak 13 milyon 642 bin kişiye ulaşmıştır (Habertürk, 2019). Yabancı turistlerin en fazla geldiği ülkeler tablo 2’deki gibi sıralanmaktadır. Antalya’ya Ocak-Nisan 2019 döneminde gelen turist sayısı bir önceki yıla göre %35 yükselişle 1,5 milyona ulaşmış bulunmaktadır. Bu turistlerin, bir önceki yıla göre %25,7 artışla 1,3 milyonu tur operatörleri aracılığı ve paket turlarla gelmiş bulunmaktadır (databank.com, 2019).

Öztürk ve diğerlerinin (2019:32) de belirttiği gibi turistler geldikleri ülkeye bağlı olarak, deniz-kum-güneş ve diğer unsurlar için tatillerinde Türkiye’yi tercih etmektedirler. Tablo 1’den de anlaşılacağı gibi, turistlerin ortalama %85’i Mayıs – Ekim aylarını kapsayan deniz mevsiminde Antalya’ya gelmektedir. Geldikleri ülkeler incelendiğinde de, Akdeniz iklimine sahip Antalya’yı çoğunluğu Kuzey Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin oluşturduğu görülmektedir (Tablo 2).

Diğer taraftan; 2000’lerin başında, Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli yatak kapasitesinin %37.07’si ve Belediye belgeli otellerdeki yatak kapasitesinin %11.33’ü olmak üzere Türkiye toplam konaklama tesisleri yatak kapasitesinin %23.94’ü Antalya’da bulunmaktaydı (Antalya

Kent Konseyi, 2004:6). Tablo 3'te görüldüğü gibi bu oran 2018 yılında %38,45 çıkmış bulunmaktadır. Dikkat çeken diğer bir konu da, Türkiye'nin toplam konaklama tesislerinin %15,35'i Antalya'da bulunurken yatak kapasitesinde bu oran %38,45'e çıkmaktadır. Bu rakamlara göre, Antalya'da bulunan konaklama tesislerinin kitle turizmine uygun olarak büyük kapasitelere sahip olduğu söylenebilir.

Antalya'da turizm, "sıcak Akdeniz iklimi, deniz, kıyılar, tarihi miras" gibi dört önemli doğal ve kültürel etkenle şekillenmektedir. Kitle turizminin anahtarı olan "deniz-kum-güneş" üçlüsüne fazlasıyla sahip olan Antalya kıyıları, özellikle sıcak arayan Avrupalı turistler için yaz aylarının bir tatil sığınağıdır (Sayan, 2000:15). Yukarıdaki veriler de Antalya turizminin, mevsimsel özellik gösterdiğini, büyük ölçekli konaklama tesislerinin kıyılarda yoğunlaştığını, uluslararası tur operatörlerinin pazarladığı, paket turlara – her şey dahil sisteme dayalı kitle turizminin pazara hakim olduğunu göstermektedir.

Antalya Turizminde Yaşanan Sorunlar

Son yıllarda turizmde kaydedilen olumlu gelişmelere ve hızlı yatak kapasitesi artışına karşın; özellikle tanıtım ve pazarlama, ulaşım, teknik altyapı, çevre kirliliği, Turizm Bakanlığı'nın sektörün gerektirdiği esnek ve yönlendirici yapıya kavuşturulması, Türkiye Otelciler Birliği Kanunu başta olmak üzere turizmde kurumsallaşmanın güçlendirilmesine yönelik yasal ve kurumsal düzenlemelerdeki gecikmelerden kaynaklanan sorunlar ve eksiklikler sürmektedir (Antalya Kent Konseyi, 2004:6).

Antalya turizminin karşılaştığı başlıca sorunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Sayan, 2000; Antalya Kent Konseyi, 2003:5; Türel, 2004; Antalya Kent Konseyi, 2004; Kök, 2016; Hacıoğlu ve Çavuşoğlu, 2018).

- Tanınan teşvikler sonucu, hızla artan yatak kapasitesine paralel pazarlama politikasının yokluğu nedeniyle, Avrupalı güçlü tur operatörlerine bağımlılık artmaktadır. Zaman içinde düşürülen fiyatlar nedeniyle ortaya çıkan ucuz turizm yöresi imajı ve son yıllarda gelişen toplu tur ve büyük mağazacılık sistemi, yatak fiyatlarını aşağı çekerken, kent merkezlerinin turlara dahil edilmemesi, kent merkezlerinde ekonomik yaşamı turizme bağımlı işyerlerinin aldıkları payın giderek azalmasına neden olmakta, kent merkezlerinde ticari yaşamın canlandırılması ciddi bir sorun olarak ortaya çıkmış bulunmaktadır.

- Mevcut yapılanma itibarıyla Antalya'da turizm sektörü kıyı şeridinde sıkışarak iç kısımlardan izole hale gelmektedir. Hatta turistik ürünler pazarında bile büyük mağazaların, başta il merkezi olmak üzere, yerleşim yerlerindeki yerel işletmelerin turizm pazarından yeterince pay almasını engellediği görülmektedir.

- Diğer yandan Antalya'da turizm sektöründen en büyük payı alan işletmelerin çoğunun şirket merkezlerinin Antalya dışında olması; belediyelerin turizmin külfetine katlanmalarına karşılık vergilerden yeterince pay alamamasına neden olmaktadır. Ayrıca; bu işletmelerden sağlanan sermaye birikiminin Antalya dışına çıkarılması, öncelikle ihmal edilen iç kısımlara, dengeli bölgesel gelişmenin gereği olarak, farklı sektörlere yatırım olarak geri dönmesini engelleyici bir unsur oluşturmaktadır.

- Antalya, Mısır'ı, Tunus'u, Fas'ı geçen 500 binin üzerindeki yatak kapasitesini yeterince değerlendirememekte, ayrıca büyük yatırımcıların şehir ve ülke dışından olması nedeniyle mevcut turizm geliri de Antalya dışına çıkmaktadır.

- Kitle turizmi ile düşük ve orta gelir grubundaki turist gelmektedir. Gelen turistlerin harcama potansiyeli düşüktür.

- Her şey dahil sistem turisti tesise kapatmaktadır. Havaalanından konaklama tesisine transfer edilen turistlerin büyük çoğunluğu, tatilini tesis içerisinde geçirmektedir. Çevre turlarına katılmayan, müze ve ören yeri ziyaretlerinde bulunmayan, yerel işletmelerden alışveriş yapmayan turistlerin yerel ekonomiye katkısı yok denecek kadar az olmaktadır.

- Antalya, iç ve dış göçler nedeniyle Türkiye’de %41,8 nüfus artışı hızı ile ilk sırada yer almakta, nüfusu hızla artmaktadır. Bu durum da, alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz kalmasına, aşırı fiyat yükselmelerine, sosyal dengenin bozulmasına yol açmaktadır

- Turizm, ticaret ve bilhassa tarım kenti olan Antalya son yirmi yıl içerisinde tarım alanlarını kaybederek hızla betonlaşmaya ve çarpık kentleşmeye doğru gitmektedir. Kendi ülkesi beton yığınlarından kaçan turistlerin, Antalya’yı tatil ve dinlenme kenti olarak nasıl seçeceğine kaygıyla bakmak gerekir.

- Betonlaşma ve çarpık yapılaşmanın neticesinde ağır tahribata uğrayan doğal çevre, turizmi olumsuz yönde etkilediği gibi, yeşil alanların mevcudiyetlerinin ortadan kalkması mavi denizin kirlenmesi, hava kirliliğinin artması Antalya’yı yaşanmaz hale getirecektir. Aynı zamanda çevre tahribatı alternatif turizm imkânlarının azalmasına da yol açacaktır.

- Turizm endüstrisinin kırılgan bir yapıya sahip olması, politik ve ekonomik istikrarsızlıktan çabuk etkilenmesi önemli bir sorundur. Örneğin; Rusya ve Almanya ile yaşanan politik sorunlar nedeniyle 2016 yılında Antalya’ya genel turist sayısı bir önceki yıla göre %45,97 azalarak 5.871,443 kişiye düşmüştür. Bu keskin düşüş sonucu yeterli sermayeye ve pazarlama gücüne sahip olmayan Antalya’daki 410 tane beş yıldızlı otelin 120 tanesinin satılığa çıkartıldığı, 30 tanesinin iflas ettiği belirtilmektedir.

YÖNTEM

Çalışmada nicel, betimsel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada, turizm endüstrisinin en önemli paydaşlarından ve turizm ürünlerinin uyumlaştırılmasını ve pazarlamasını gerçekleştiren, seyahat acentaları yöneticileri ile görüşülerek, Antalya turizminin sorunları, çözüm önerileri ve alternatif turizm çeşitlerinin sağlayabileceği faydalar ile ilgili algı ve görüşlerinin öğrenilmesi ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın ana kitlesini ülkemizin en fazla yabancı turist çeken, kitle turizminin yaygın olduğu, alternatif turizm olanaklarının ve çabalarının yoğun olduğu Antalya ilinde faaliyet gösteren A ve A-G Grubu seyahat acenteleri oluşturmaktadır. B ve C grubu seyahat acentaları iç turizmde faaliyet gösterdikleri ve A grubu acentaların hizmetlerine aracılık ettikleri için örnekleme dahil edilmemiştir. Evrenin belirlenmesinde seyahat acentalarının bağlı olduğu üst kurum olan Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) verileri esas alınmıştır. Yapılandırılmış anket formu aracılığıyla, seyahat acentalarının yöneticileri ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Ana kitle listesinin tam ve doğru olarak elde edilememesi, seyahat acentalarının ilde dağılık biçimde yerleşik olması, zaman ve bütçe kısıtlılığı nedeniyle, olasılığa dayalı olmayan (önyargılı) örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Ölçek literatür incelemesi sonucu, konu ile ilgili farklı çalışmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır. Anket formu, çoğaltılmadan önce, TÜRSAB Ar-Ge Bölümü, Akdeniz Üniversitesi Turizm Bölümü ve İstanbul’da iki A grubu seyahat acentası yetkilisi ile görüşülerek test edilmiş, öneriler doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Antalya merkez ve ilçelerinde 160 seyahat acentası yetkilisi ile görüşme gerçekleştirilmiş, 153 görüşme değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmanın soru formunda kullanılan ölçeklerin güvenilirliği araştırma sonuçlarının geçerliliği ve güvenilirliği ile doğrudan ilişkilidir. Tablo 4’te soru formunda kullanılan dört faktöre ait güvenilirlik dereceleri (α) verilmektedir. Antalya turizminde hali hazırda sorun teşkil edebilecek

konuların tespiti ve sorun düzeyine ilişkin faktör ölçeğinin (Cronbach $\alpha=,6830$) orta düzeyde, diğer faktörlerin ölçeğinin geçerlilik değerlerinin yüksek düzeyde (Cronbach $\alpha=,800$ 'in üzerinde) oluşu, ölçeğin geçerli olduğunu ortaya koymaktadır (Özdamar, 1999).

Araştırmanın analizlerinde, sayfa kısıtlılığı nedeniyle, ilk olarak, örnekleme oluşturan seyahat acentalarının, çalışma ile ilgili olduğu düşünülen sermaye yapıları, yabancı turistlerle çalışma yöntemleri ve çalışma alanları ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. İkinci olarak, Antalya turizmde yaşanan sorunlar, turizm türlerinin Antalya'da gelişmişlik düzeyleri, alternatif turizm türlerinin gelişmişlik düzeyi ve Antalya turizmüne sağlayabilecekleri yararlar hakkındaki algı ve görüşleri önem derecesine göre sıralanmıştır.

BULGULAR

Seyahat Acentalarının Yapıları, Çalışma Alanları

Seyahat Acentalarının yaklaşık dörtte üçünün sermayesinin tamamı yerli iken, yaklaşık yüzde altısı tamamen yabancı sermayelidir. Acentelerin yüzde yirmisi de hem yerli hem yabancı sermayeye sahip bulunmaktadır (Tablo 5).

Seyahat acentalarının yaklaşık %20'si hizmet verdikleri yabancı turisti Antalya'ya doğrudan kendileri getirirken, acentelerin yaklaşık %43'ü diğer tur operatörlerinin getirdiği veya kendisi gelen turiste hizmet vermektedir. Acentaların %38'i de hem kendi gelen hem de diğer yöntemlerle gelen turistlere hizmet sunmaktadır (Tablo 6).

Çalışmaya katılan acentelerin iki tanesi (%1,4) tamamen alternatif turizm üzerine yoğunlaşmışken, sadece geleneksel güneş-kum-deniz turizmüne yönelik çalışan acente sayısı 38'dir (%26,4). Acentelerin yaklaşık %72'si geleneksel güneş-kum-deniz turizmi ağırlıkta olmak üzere hem geleneksel hem de alternatif turizm türlerinde hizmet vermektedir (Tablo 7).

Antalya Turizmde Karşılaşılan Sorunlar

Seyahat acentaları yetkililerinin görüşlerine göre, Antalya turizminin günümüzdeki sorunları Tablo 8'deki gibi sıralanabilir. Tablo 8'de de görülebileceği gibi, bozulan doğal çevre ve turist harcamalarının düşük olması en önemli ilk iki sorun olarak algılanırken, yurtdışında tanıtım eksikliği, eğitimsiz ve yetersiz işgücü, turizmde politika ve planlama eksikliği, düzensiz şehirleşme, yurtdışında olumsuz imaj ve talebin belirli mevsimlerde yoğunlaşması sırasıyla diğer önemli sorunlar olarak algılanmaktadır. Sorun olarak algılanan diğer konular da turizmin gelişmesinde ve sürdürülebilir olmasında göz ardı edilmemesi gereken öneme sahiptir.

Çeşitli Turizm Türlerinin Antalya'da Gelişme Düzeyleri

Seyahat acentaları yetkililerinin görüşlerine göre, çeşitli turizm türlerinin Antalya'daki gelişmişlik düzeyi aritmetik ortalamalarına göre Tablo 9'daki gibi saptanmıştır. Geleneksel kitle turizmi olarak adlandırabileceğimiz, deniz-kum-güneş turizmi Antalya'da en gelişmiş turizm çeşidi olarak algılanmaktadır. Kültür ve tarih turizmi, yat turizmi, eğlence turizmi de oldukça gelişmiş turizm türleri arasında sayılabilir. Daha sonra sırasıyla; akarsu turizmi (rafting), sualtı turizmi, spor turizmi – turnuva – yarış, alışveriş turizmi, golf turizmi, kongre – toplantı turizmi gibi alternatif turizm türleri de orta düzeyde gelişmiş turizm türleri arasında düşünülebilir.

Alternatif Turizm Türlerinin Gelişmesinin Antalya Turizm Gelirlerine Yapabileceği Katkı Düzeyleri

Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesinin Antalya'nın turizm gelirlerine yapabileceği katkı dereceleri aritmetik ortalamalarına göre Tablo 10'daki gibi belirlenmiştir. Halihazırda yasak olmasına rağmen kumar turizmi en fazla gelir getireceği düşünülen turizm türüdür. Daha sonra sırasıyla; kültür ve tarih turizmi, golf turizmi, eğlence turizmi, sağlık turizmi, yat turizmi, spor turizmi – turnuva- yarışma, fuar turizmi, alışveriş turizmi, kongre ve toplantı turizmi, inanç turizmi, sualtı turizmi, akarsu turizmi (rafting, kano), kruvaziyer turizmi Antalya'da turizm gelirlerini arttıracak turizm türleri olarak algılanmaktadır.

Alternatif Turizm Türlerinin Gelişmesinin Sağlayabileceği Yararlar

Alternatif turizm türlerinin gelişmesinin sağlayabileceği yararlar ve algılanan yarar dereceleri Tablo 11'te sunulmaktadır. Doğal ve kültürel çevrenin önem kazanıp, korunup geliştirilmesi, yerel halkın turizme katılımının ve gelirinin artması, ulusal ve bölgesel yatırımcıların turizme ilgisinin artması, turizm gelirlerinin artması ve turizmin gelişmesinin planlı olması öne çıkan ilk yararlar olarak görülmektedir.

Yeni istihdam olanaklarının gelişmesi, potansiyel turist sayısının artması, pazar genişlemesi, turizmin ülkenin farklı bölgelerinde gelişmesi, istihdam olanaklarının sürekli olması, turizmin mevsimsellikten kurtularak tüm yıla yayılması, rakip ülkelerle rekabet gücünün artması ile iç ve dış konjonktüre olan bağımlılığın azalması, alternatif turizm türlerinin gelişmesinin sağlayabileceği diğer önemli yararlar olarak görülmektedir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Antalya turizmi, çok zengin alternatif turizm olanaklarına sahip olmasına rağmen, Türkiye'de turizmin büyük bir ivme kazanmaya başladığı 1980'lerden itibaren, uluslararası tur operatörlerinin domine ettiği, giderek artan oranda her şey dahil olarak uygulanan paket turlar şeklinde organize edilen deniz-kum-güneş ağırlıklı kitle turizmi anlayışı ile gelişmeye başlamıştır. Aksu ve diğerleri (2008) de yaptıkları araştırmada, Antalya'yı gelen yabancı turistlerin %84,9'unun paket turlarla geldiğini, bunların %81,7'sinin de her şey dahil paket turları tercih ettiğini bulmuşlardır.

Bu araştırmada elde edilen bulguları destekleyen birçok çalışma mevcuttur (Öztürk, 2000; Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002; Birkan, 2002; Uygur ve Baykan, 2007; Yeşiltaş ve Öztürk, 2008; Kılıç ve Kurnaz, 2010; Kervankıran ve Bulut, 2015; Işık ve Zoğal 2017; Aydın ve Boz, 2018; Çelik, 2018; Boz, 2019). Bu çalışmalarda, kitle turizminin yarattığı olumsuz ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkilere değinilerek, kitle turizminin yarattığı olumsuz etkilerin azaltılması, turizmin özellikle kıyı bölgelerde yoğunlaşmasının önüne geçerek ülke sathına yayılması, turizm gelirlerinin artırılması, turizmin yılın belli dönemleri yerine, tüm yıla yayılabilmesi yöreye özgü turizm ürünleri geliştirilerek rekabet gücünün artırılması, doğal, tarihi, kültürel değerlerin korunabilmesi, yerel halkın turizmin nimetlerinden daha fazla yararlanabilmesi, değişen turist eğilimlerine cevap verilebilmesi ve sürdürülebilir turizm kalkınmasının gerçekleştirilebilmesi için öneriler sunulmaktadır.

Antalya turizminde yaşanan sorunlara çözüm önerileri aşağıdaki gibi sıralanabilir.

Kitle turizminin ağırlaştırdığı sorunların çözümü, sürdürülebilir alternatif turizm anlayışının turizm paydaşları tarafından kabul görmesi, turizm politika ve planlarının gözden geçirilerek

uygulamaların sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uygun olması ile gerçekleştirilebilir. Bu çerçevede; Antalya'da sürdürülebilir alternatif turizm anlayışı ile geliştirilen çözüm önerileri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Antalya Kent Konseyi, 2003:5, Türel, 2004; Antalya Kent Konseyi, 2004; Avcı, 2016).

- Turizm sektörünün gelişimi, kentin alt yapısı ve ulaşım sistemlerinin gelişimi ile yakın bağımlılık içindedir. Avrupalı üst gelir gruplarının yöreye çekimi öncelikle tarifeli uçak seferlerin yaygınlaştırılmasını gerektirirken, turistlere yönelik hizmetlerin geliştirilmesi, yörede yapımı süren altyapı çalışmalarının en kısa sürede tamamlanması, kentin Anadolu ve İstanbul ile hızlı tren bağlantısının kurulması, yat limanlarının geliştirilmesi ve yeni yat limanlarının planlanması, deniz yoluyla ulaşımın başlatılması öncelikli altyapı ve ulaşım konuları arasında yer almaktadır.
- Hedef kitlenin çeşitlendirilmesi, ürün çeşitliliğinin artırılarak çeşitli pazarlarda daha yoğun biçimde tanıtılması sağlanmalıdır.
- Dünyada pek az ülkenin ve destinasyonun sahip olabildiği doğal ve kültürel değerlere sahip Antalya'da, kültür turizmi, macera turizmi, kongre ve fuar turizmi, spor turizmi, sağlık turizmi, kırsal turizm gibi alternatif turizm türleri ön plana çıkarılmalıdır.
- Antalya'da bulunan tarihi binalar, özgün dokuları korunarak geliştirmelidir. Bu değerlere sahip özel mülk sahiplerine olanaklar sağlanmalı, destek verilmelidir
- Ören yerleri gelirlerinden, bu ören yerlerini geliştirmek üzere yerel yönetimlere pay ayrılmalı, bu gelirlerle o ören yerleri ve çevrelerindeki kültürel değerlerin korunması ve geliştirilmesi sağlanmalıdır.
- Tarihi ören yerleri ve kültür merkezleri restorasyonları ve çevre düzenlemeleri, özüne uygun olarak yapılarak turizme açılmalıdır. Mekansal uygunlukları (tuvalet, dinlenme yerleri, kafeteryaları) sağlanan bu tarihi ören yerleri ve kültür varlıkları turistlerin bulunduğu ve gezdiği mekanlarda ve otellerde, afiş, broşür, akıllı telefon uygulamaları ve sosyal medya gibi araçlar kullanılarak yıl boyunca tanıtılmalıdır. Ziyaret edilen bu yerlerden elde edilen ziyaretçi gelirlerinin bir kısmı bu eserlerin restorasyonuna ve çevre düzenlemesine harcanmalıdır.
- Doğal ve tarihi zenginlikler, ciddi biçimde koruma altına alınmalı, talan edilmeleri ve tahrip olmaları önlenmelidir.
- Eğer alternatif turizm çeşitliliğinin geliştirilmesi ve turizm gelirlerinin artırılması isteniyorsa kültürel, tarihi ve doğal değerlerimizin araştırılarak gün yüzüne çıkartılması, tanıtım programına alınması ve turizme sunulması gerekmektedir.
- Turizm alan ve merkezlerinde ekolojik denge korunmalıdır. Bu nedenle bilhassa Antalya körfezine akan irili ufaklı çay ve derelerin ıslah edilmesi gerekmektedir. Bölgenin iç kesimlerindeki yabani kuş çeşitlerinin korunması ve üremelerinin sağlanması için Göller Bölgesi havzasında yıl boyu avlanma yasasının sürmesi gerekmektedir.
- Altyapı ve arıtma tesislerinin bir an önce tamamlanması sağlanmalıdır.
- Kıyı ve deniz denetimlerinin yapılması sağlanmalıdır. Akdeniz'deki yoğun deniz trafiği, bilhassa Antalya körfezinde sefer yapan tekneler sıkı bir şekilde denetlenmelidir.
- Kıyılardaki çarpık yapılaşma ve betonlaşmanın önlenmesi gerekir.
- Kentte ve bölgede kalmış tüm yeşil alanlar korunmalıdır. Yeni yerleşim alanlarında çağdaş planlı yapılaşmaya ve çevresel düzenlemelere önem verilmelidir.
- Kent, sokak ve caddelerin olumlu yönde devam eden yeşillendirilmesi ve çiçeklendirilmesi çalışmalarına daha çok kaynak ayrılmalıdır.

- Yerel yönetimler kent binalarının, bahçelerinin ve balkonlarının ağaçlandırılması ve çiçeklendirilmesi için yeni kampanyalar başlatmalıdır.

- “Yaşamın ve turizmin olmazsa olmaz” varlık nedeni olan ormanlarımızın yangından korunması için “Gönüllü Yangın Söndürme Ekipleri” kurulmalı, bunlar tüm teknik donatıya sahip kılınarak orman teşkilatları tarafından eğitilerek müdahaleye hazır hale getirilmelidir.

- Tarihi ve doğal çevrenin korunması Antalya için en zor ve en önemli politikadır. Turizmde kıyı turizmi kapasitesinin dondurulması ve daha iç kesimde butik turizme ağırlık verilmesi zamanı da gelmiştir. Sanayi ve inşaat sektörlerinin gelişiminin de iç kesimlere kaydırılması dört sektörün uyumlu gelişimini sağlayacaktır.

- Antalya bölgesi gelişen turizm altyapısı ve konaklama kapasitesine rağmen, yaz sezonu olarak altı aylık süreçte yoğunlaşmaktadır. Turistik çekiciliğin gerektirdiği tedbirlerin alınması halinde, kış aylarında bölgeye daha fazla ziyaretçi çekilebilmesi, bölgenin sosyo-ekonomik kalkınmasına etkisi ve mevcut kaynakların etkin kullanımı bakımından hayati önem taşımaktadır. Bu amaçla Antalya Yerel Gündem 21 tarafından, Türkiye için kültür eğitimi kapsamlı yaz/kış turizmi Antalya pilot projesi geliştirilmiştir. Projenin başlıca hedefleri ve önerileri şunlardır.

- “Eko-turizmi” başlığıyla, dünyada giderek artan turizm potansiyelini değerlendirmek, bu konuda yeni arayışlar içinde olan uluslararası turizm pazarına girebilmek konusunda geleneksel kültürümüzün zengin el sanatı ürünlerini eğitim/üretim yoluyla turizme kazandırmaktır. Bu uygulamanın, turistlere halkla birlikte yaşayarak sunulması, turistlerin yerel kültürü deneyimlemesini sağlayacak, yerel halk turist iletişimini arttırarak karşılıklı anlayış ve hoşgörünün gelişmesine yardımcı olacaktır.

- Özellikle kıyıları deniz-kum-güneş turizmine, lüks otel ve tatil köyleri ile endekslemiş olan Antalya yöresine, yeni yapılaşma gerektiren, alternatif bir program sunarak, giderek artabilecek turizm gelirlerini “halk ile bire bir paylaşmak” olanağı yaratılabilecektir.

Bu konularda önerilen çözümler şunlardır:

- Bölgede kış aylarında çekicilik yaratacak konuların tespiti ve bu konularda geliştirilecek somut projelerin desteklenmesi.
- Kış aylarında turist çeken rakip bölgelerin incelenmesi ve sonuçların sektör ilgililerine yansıtılması.
- Alternatif turizm konularında atılımcı projeler gerçekleştirilmesi.

Antalya, zengin tarihi, kültürel, doğal kaynakları ve uygun iklimi ile kültür turizmi, deniz turizmi, kruvaziyer turizmi, spor turizmi, sağlık turizmi, kış turizmi, golf turizmi, kongre turizmi, yayla turizmi, turizm amaçlı sportif faaliyetler, dağ ve doğa yürüyüşü, mağara turizmi, kamp ve karavan turizmi, botanik turizmi – bitki inceleme, yaban hayatı, inanç turizmi gibi birçok alternatife sahiptir.

Alternatif turizm türlerinin gelişmesi ile sağlanabilecek yararlar aşağıdaki gibi özetlenebilir.

- Ürün çeşitliliğinin arttırılması ile turizmin 12 aya yayılması sağlanır.
- Ülke genelinde, bölgesel potansiyellere göre alternatif turizm türleri geliştirilerek turizmin ülke sathında yaygınlaştırılması sağlanır. Yerel halkın turizme katılımı ve geliri artar.
- Turizmin ülke çapında yaygınlaşması ile bölgelerarası gelişmişlik farkı azaltılabilir, iç göçler önlenebilir.
- Alternatif turizm türlerinin gelişmesi ile, küçük boyutlu ve çok sermaye gerektirmeyen yatırımlara imkan sağlanır. Büyük sermayeye sahip olmayan ulusal ve bölgesel yatırımcıların turizme ilgisi artar.

- Turizmin tüm yıla ve ülke çapında yayılması istihdam olanaklarını arttırır, istihdamın sürekli olmasını sağlar.
- Alternatif turizm türlerinin gelişmesi ile birlikte potansiyel turist sayısı artar, pazar genişler. Böylece rakip ülkelerle rekabet gücü artar, dış ve iç konjonktüre olan bağımlılık azalır.

Bu yararları elde edebilmek ve turizm gelişiminin sürdürülebilir olmasını sağlayabilmek için üzerinde durulması gereken konular da aşağıdaki gibi özetlenebilir.

- Uzun dönemli turizm politika ve planları oluşturularak, turizmin gelişimi planlanmalıdır.
- Doğal, tarihi ve kültürel çevre korunup geliştirilmelidir.
- Alternatif turizm yatırımları devlet tarafından teşvik edilmelidir.
- Turizm hizmetleri yaygınlaştırılarak yerel ekonomilere katkı sağlanmalıdır.
- Planlı tanıtım kampanyaları ile ulusal ve bölgesel imaj güçlendirilmeli, alternatif turizm olanaklarını tanıtıcı faaliyetler artmalıdır.
- Turizme hizmet edenler eğitilmeli, bilinçlendirilmelidir.
- Altyapı yatırımlarına önem verilmeli, üstyapının doğal çevreye ve yerel mimariye uygun olması sağlanmalıdır.
- Mevcut tesisler yenilenmeli, nitelikleri arttırılmalı, yeni konaklama tesisleri, alternatif turizme yönelik olarak, deniz kıyıları yerine iç bölgelere kaydırılmalıdır.
- Turizm taşıma kapasiteleri dikkate alınmalı, taşıma kapasitesinin üzerinde tesisleşme ve yoğunlaşma önlenmelidir.

Doğal, kültürel, tarihi zenginlikleri ve eğitilmiş, bilinçli insan kaynakları ile Türkiye'nin ve çalışmanın örneğini oluşturan Antalya'nın turizm potansiyelinin çok zengin olduğu bilinmektedir. Yukarıda kısaca belirtmeye çalışılan konulara önem verildiği ve uygulandığı takdirde, turizmin çok daha fazla gelişeceğine, ülke ve bölge ekonomisine, sosyal ve kültür yaşamına katkı sağlayacağına ve sürdürülebilir olacağına inanılmaktadır.

KAYNAKÇA

Aksu, A., Özdemir, B., Çizel, R., İçigen, E., B. Çizel, B. ve Ehtiyar, R. (2008). *Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması*. Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği ve Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2019). *Antalya Tanıtım Broşürü*. [Online] http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Eklenti/50242,antalya-brosurupdf.pdf?0&_tag1=EFDD14EE51FBF211245133ED436048E9B0D30B3C [Erişim Tarihi:11.05.2019].

Antalya Kent Konseyi (2003). *Antalya Yerel Gündem 21 Eylem Planı Önerisi*. [Online] www.antalyakentkonseyi.org.tr/yerelgundemhakkında/. [Erişim Tarihi:11.10.2003].

Antalya Kent Konseyi (2004). *Raporlar*. [Online] www.antalyakentkonseyi.org.tr. [Erişim Tarihi:5.10.2004].

Avcı, N. (2016). *Antalya Turizm Sektörü Değerlendirme Toplantısı*. [Online] <https://www.timeturk.com/antalya-turizm-sektoru-degerlendirme-toplantisi/haber-184973>. [Erişim Tarihi:10.07.2019].

Aydın, Ş. ve Boz, M. (2006). The Importance of Alternate Types of Tourism in the Continuous Development of the Tourism Industry: Antalya Case. *Türk – Kazakh International Tourism Conference 2006: New Perspectives and Values in World Tourism and Tourism Management in the Future*. 20 – 26 Ekim 2006. Alanya. s.926-940.

- Aydın, Ş. ve Boz, M. (2018). *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler 2*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2003). VII. ve VII Beş Yıllık Kalkınma Planlarında Alternatif Turizm Çeşitleri ile ilgili Hedef, İlke ve Politikaların İncelenmesi. [Online] <http://ekutup.dpt.gov.tr/program/2001/2001.pdf>. [Erişim Tarihi: 11.06.2004].
- Birkan, İ. (2002). Türkiye'nin Turizm Kalkınmasının Sürdürülebilir Turizm İlkelerine Uygunluğu. *II. Turizm Şurası Bildirileri*, 3. cilt, T. C. Turizm Bakanlığı, 12-14 Nisan 2002 Ankara, s.139-154.
- Boz, M. (2019). *Sürdürülebilir Pazarlama Bakış Açısıyla Turizm Endüstrisi*. Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım:
- Burns, P. and Holden, A. (1995). *Tourism: A New Perspective*. New Jersey, USA, Prentice Hall.
- Çelik, S. (2018). Alternatif Turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56):193-204.
- Çınar, M. (2019). Antalya'ya 2018'da hangi ülkeden kaç turist geldi. [Online] <http://www.gunhaber.com.tr/haber/Antalya-ya-2018-da-hangi-ulkeden-kac-turist-geldi/415508>. [Erişim Tarihi: 20.05.2019].
- databank.com (2019). Antalya Paket Tur Pazarı 2019 Yılı Ocak-Nisan dönemi raporu. [Online] <http://www.turizmdatabank.com/haber/paket-tur-pazarinda-2019>. [Erişim Tarihi: 20.05.2019].
- Habertürk, 2019. Antalya'ya gelen yabancı turistte tüm zamanların rekoru. [Online] <https://www.haberturk.com/antalya-ya-gelen-yabanci-turistte-tum-zamanlarin-rekoru-2279164-ekonomi>. [Erişim Tarihi:21.05.2019].
- Hacıoğlu, N. ve Çavuşoğlu, F. (2018). Uluslararası Turizmde Küresel Sorunlar ve Türkiye Turizmine Etkileri: Antalya ve İstanbul Örneği. *VII. Ulusal III. Uluslararası Doğuakdeniz Turizm Sempozyumu*. Bildiriler Kitabı, 20-21 Nisan 2018. İskenderun. s.380-391.
- Işık, Ş. ve Zoğal, V. (2017). Turizm Kentleşmesi Kavramı: Antalya Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26 (2): 71-94.
- Kervankıran, İ. ve Bulut, E. (2015) Antalya İli Turizminin Gelişimini Ve Etkilerini Yerel Halk Nasıl Değerlendirmektedir? *Türk Coğrafya Dergisi*, (65): 35-45.
- Kılıç, B. Ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4):39-56
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2000). *Genel Turizm: İlkeler – Kavramlar. Geliştirilmiş 4. Bası*, Ankara, Turhan Kitabevi.
- Kök, D. (2016). *Antalya'da Turizm Sektöründe Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerilerine İlişkin Gündem Dışı Konuşması*. TBMM, Yasama yılı.2, Birleşim.25, 23.11.2016.
- Köletavitoğlu, T. (2002). Türk Turizminin Geliştirilmesi. *II. Turizm Şurası Bildirileri*, 1. cilt, T. C. Turizm Bakanlığı, 12-14 Nisan 2002 Ankara, s. 111-113.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019). With ancient cities hidden among forests with oxygen-rich air, Antalya is a holiday paradise offering much more than one might expect. [Online] <https://hometurkey.com/en/destinations/antalya>. [Erişim Tarihi:11.05.2019].
- Lickorish, L. J., and Jenkins, C. L. (1997). *An Introduction to Tourism*. Butterworth-Heinemann: Oxford.
- Özdamar, K. (1999). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi 1*, Eskişehir: Kaan Kitabevi.

- Öztürk, Y. (2000). Alternative Tourism as a Development Strategy in Developing Countries. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4): 313-321.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2): 183-195.
- Öztürk, Y., San, R. A., Okumuş, F., and Rahimi, R. (2019). Travel motivations of Iranian tourists to Turkey and their satisfaction level with all-inclusive package tours. *Journal of Vacation Marketing*, 25(1): 25-36.
- Sayan, S. (2000). Antalya kıyılarındaki turistik tesisler ile çevre arasındaki ilişkilerin peyzaj mimarlığı yönünden değerlendirilmesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(1):14-20.
- Soldi, B. (2009). *Alternative types of tourism*. [Online] <http://www.blog.glocaltravel.net/2007/04/12/alternative-types-of-tourism/>. [Erişim Tarihi: 20.09.2017].
- Tokmak, C. (2004). Turizm Çeşitlendirmelerinden Mağara Turizmi ve Balıca Mağarası Örneğinin Değerlendirilmesi. [Online] <http://zturizm.gopledu.tr/Alternatif/Ctokmak.htm>. [Erişim Tarihi: 11.06.2004].
- tourismtoday.net (2019) Antalya, rekor uçak sayısı ile 13 milyon 642 bin turist ağırladı. [Online] <http://www.tourismtoday.net/antalya-rekor-ucak-sayisi-ile-13-milyon-642-bin-turist-agirladi-54519h.htm>. [Erişim Tarihi: 20.05.2019].
- Türel, M. (2004). *Kent Haber: Antalya'nın Yeni Belediye Başkanı*. [Online] www.kenthaber.com/sayfalar/haberDetay.asp?ID=9547. [Erişim Tarihi: 4.7.2004].
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization) (2015). *UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition*. [Online] <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>. [Erişim Tarihi: 20.09.2017].
- UNWTO (2019). International Tourist Arrivals Reach 1.4 billion Two Years Ahead of Forecasts. *News Release*. PR No. 19003. Madrid, Spain, 21 January 2019.
- Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2):32-39.
- VSO (Voluntary Service Overseas) (2001). VSO's WorldWide Tourism Campaign: "Travelling To A Fairer World: Can Tourism Help Combat Global Poverty?" [Online] www.VSO.org/20tourism/20campaign.htm. [Erişim Tarihi: 20.07.2002].
- WTTC (World Travel & Tourism Council) (2018). *Travel & Tourism Economic Impact 2018 World*. [Online] <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf> [Erişim Tarihi:11.12.2018].
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ. (2008). 1. Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(1): 1-18.

Ek 1.

Tablo 1: Antalya'ya Havayolu ile Gelen Yabancı ve Yerli Gelen Yolcuların Ayları ve Yıllara Göre Dağılımı (kişi)

Aylar / Yıllar	2014	2015	2016	2017	2018	2017-2018 FARKI	2017-2018 %
Ocak	116.974	115.600	95.148	87.310	90.438	3.128	4
Şubat	158.147	19.981	19.369	17.839	18.346	507	3
Mart	330.291	312.516	257.441	165.741	264.987	99.246	60
Nisan	765.459	616.164	373.764	517.360	687.621	170.261	33
Mayıs	1.464.522	1.328.492	639.227	1.056.971	1.565.641	508.670	48
Haziran	1.728.475	1.585.729	712.953	1.473.621	1.922.714	449.093	30
Temmuz	1.971.959	1.947.771	1.013.912	1.819.502	2.170.165	350.663	19
Ağustos	1.952.866	1.888.254	1.007.801	1.760.500	2.085.540	325.040	18
Eylül	1.568.066	1.524.025	934.545	1.527.523	1.894.391	366.868	24
Ekim	1.071.514	1.027.987	791.718	982.441	1.376.280	393.839	40
Kasım	275.292	261.157	140.637	141.444	277.083	135.639	96
Aralık	145.836	115.149	106.603	121.937	199.330	77.393	63
GENEL TOPLAM	11.539.522	10.875.464	6.181.913	9.738.962	12.712.603	2.973.641	31

Kaynak: T.C. Antalya Valiliği Havalimanı Mülki İdare Amirliği (2019).

Ek 2.

Tablo 2: Antalya'ya Gelen Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı – 2018 Yılı

Turistin geldiği ülke	Turist Sayısı (kişi)	Bir önceki yıla göre artış (%)
Rusya Federasyonu	4.801.000	27
Almanya	2.317.000	37
Ukrayna	717.000	6
İngiltere	637.000	75
Polonya	400.000	137
Hollanda	374.000	45
Kazakistan	244.000	6
Romanya	192.000	66
Belçika	185.000	36

Yararlanılan Kaynaklar: Kaynak: Habertürk (2019); Çınar (2019); tourismtoday.net (2019)

Ek 3.

Tablo 3: Belediye + Bakanlık İşletme Belgeli Konaklama Kapasitesi -2018 yılı

	Türkiye Geneli	Antalya İli	Türkiye / Antalya oranı
Konaklama Tesisi Sayısı	11.596	1.780	15,35
Yatak Kapasitesi	1.485.650	571.184	38,45

Kaynak: YİGM (Yatırım İşleri Genel Müdürlüğü) (2019) Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2018.

Ek 4.

Tablo 4: Ölçeklerin Güvenilirliği (Reliability Coefficients)

Faktörler	Olay Sayısı (N of Cases)	Ölçek Madde Sayısı (N of Items)	Cronbach Alpha (α)
Antalya turizmde hali hazırda sorun teşkil edebilecek konuların tespiti ve sorun düzeyi	127	18	,6830
Çeşitli turizm türlerinin Antalya'da gelişmişlik düzeyleri	123	24	,8451
Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesinin Antalya turizmine sağlayabileceği katkı derecesi	135	23	,8434
Alternatif turizm türlerinin sağlayabileceği yararların seviyeleri	150	13	,8645

Ek 5.

Tablo 5: Seyahat Acentalarının Sermaye Yapısı

	Adet	%
Tamamı yerli sermaye	113	73,9
% 50 den fazlası yerli sermaye	12	7,8
% 50 yerli - %50 yabancı	9	5,9
% 50 den fazla yabancı sermaye	10	6,5
Tamamı yabancı sermaye	9	5,9

Ek 6.

Tablo 6: Araştırmaya Katılan Seyahat Acentalarının Yabancı Turistlerle Çalışma Şekli

	Adet	%
Yabancı turisti doğrudan acente getiriyor	30	19,5
Tur operatörünün getirdiği veya bireysel gelen turiste hizmet veriliyor	66	42,8
Yukarıdaki her iki durum da geçerli	58	37,7

Ek 7.

Tablo 7: Seyahat Acentalarının Temel Faaliyet Alanları

	Tamamı		% 50 - % 50		% 50 den fazla		%50 den az	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Geleneksel Turizm (Deniz-kum-güneş)	38	26,4	35	24,3	42	29,2	27	18,8
Alternatif Turizm	2	1,4	35	24,3	27	18,8	42	29,2

Ek 8.

Tablo 8: Antalya Turizminde Karşılaşılan Sorunlar

	Problemin öneminin algılanma derecesi (4 üzerinden)	Standart sapma
Bozulan doğal çevre	3.63	.6971
Turist harcamalarının düşük olması	3.57	.7236
Yurtdışında tanıtım eksikliği	3.48	.9905
Eğitimsiz ve yetersiz işgücü	3.45	.8600
Turizmde politika ve planlama eksikliği	3.30	.8610
Düzensiz şehirleşme	3.24	.9349
Yurtdışındaki olumsuz imaj	3.21	.8990
Talebin belirli mevsimlerde yoğunlaşması	3.12	.8751
Yetersiz altyapı	2.89	1.1875
Alternatif turizm olanaklarının gelişmemesi	2.63	.9535
Turizmin belirli yörelerde yoğunlaşması	2.59	.9257
Turizm bilincinin gelişmemesi	2.53	1.1275
Turistin kandırılması	2.45	1.3126
İç ve dış konjonktüre bağlı olarak talebin değişkenliği	2.38	.7756
Ulaşım zorluğu	2.05	1.2490
Turistin güvenlik problemi	1.53	1.3116
Yetersiz konaklama tesisleri	1.30	1.1458
Halkın turizme olumsuz tepkisi	1.21	1.0468

Ek 9.

Tablo 9: Çeşitli Turizm Türlerinin Antalya'da Gelişme Düzeyleri

Turizm türleri	Gelişme düzeyinin algılanma derecesi (4 üzerinden)	Standart Sapma
Deniz – kum – güneş – turizmi	3.66	.5836
Kültür ve tarih turizmi	2.89	.7202
Yat turizmi	2.71	.7405
Eğlence turizmi	2.58	.8566
Akarsu turizmi (rafting)	2.40	.6951
Sualtı turizmi	2.23	.7721
Spor turizmi – turnuva – yarış	2.21	.8154
Alışveriş turizmi	2.09	.7576
Golf turizmi	2.05	.7366
Kongre – toplantı turizm	1.95	.8838
Fuar Turizmi	1.83	.7639
Dağ ve yayla turizmi Fuar turizmi	1.66	.8074
Mağara turizmi	1.64	.7115
Bisiklet turizmi	1.59	.8234
Sağlık turizmi	1.45	.7549
Kamp – karavan turizmi	1.43	.7038
Kırsal/ Çiftlik turizmi	1.36	.7780
İnanç turizmi	1.35	.7589
Av turizmi	1.23	.7296
Kruvaziyer turizmi	1.12	.7535
Kış turizmi (kayak)	1.12	.6527
Botanik (Bitki inceleme) turizmi	0.61	.6492
Kuş gözlem turizmi	0.53	.5661

Ek 10. Tablo 10: Alternatif Turizm Türlerinin Gelişmesinin Antalya Turizm Gelirlerine Yapabileceği Katkı Düzeyi

	Sağlanabilecek gelirin algılanma derecesi (4 üzerinden)	Standart sapma
Kumar turizmi	3.62	.9371
Kültür ve tarih turizmi	3.51	.6501
Golf turizmi	3.48	.7342
Eğlence turizmi	3.31	.6891
Sağlık turizmi	3.26	.8489
Yat turizmi	3.14	.7192
Spor turizmi – turnuva- yarışma	3.10	.7802
Fuar turizmi	3.09	.8513
Alışveriş turizmi	2.99	.6459
Kongre ve toplantı turizmi	2.91	.8713
İnanç turizmi	2.82	1.0051
Sualtı turizmi	2.70	.6886
Akarsu turizmi (rafting, kano)	2.60	.7243
Kruvaziyer turizmi	2.50	1.0913
Bisiklet turizmi	2.33	.7434
Kış turizmi (kayak)	2.14	.8543
Dağ ve yayla turizmi	2.02	.6683
Kırsal/ çiftlik turizmi	1.92	.7263
Av Turizmi	1.79	.7332
Mağara turizmi	1.70	.7434
Kamp – karavan turizmi	1.86	.7575
Botanik (Bitki inceleme turizmi)	1.43	.7978
Kuş gözlem turizmi	1.37	.7925

Ek 11.**Tablo 11: Alternatif Turizm Türlerinin Gelişmesinin Sağlayabileceği Yararlar ve Dereceleri**

	Algılanan yarar derecesi (4 üzerinden)	Standart sapma
Doğal ve kültürel çevre önem kazanır, korunup geliştirilir	3.84	.3982
Yerel halkın turizme katılımı ve geliri artar	3.82	.5001
Ulusal ve bölgesel yatırımcıların turizme ilgisi artar	3.77	.5086
Turizm gelirleri artar	3.68	.5075
Turizmin gelişmesi planlanır	3.66	.5754
Yeni istihdam olanakları gelişir	3.62	.5852
Potansiyel turist sayısı artar	3.58	.6379
Pazar genişler	3.57	.5576
Turizm farklı bölgelerde yaygınlaşır	3.51	.6592
İstihdam olanakları sürekli olur	3.51	.6458
Turizm mevsimsellikten kurtarılarak tüm yıla yayılır	3.42	.6785
Rakip ülkelerle rekabet gücü artar	3.11	.8701
İç ve dış konjonktüre olan bağımlılık azalır	2.67	.9839