

ALANYA'DA TURİZM VE TURİZMİN ALANYA EKONOMİSİNE ETKİSİ

Ayhan AKIŞ*

ÖZET

Araştırma sahası Türkiye'nin Akdeniz kıyısında Akdeniz Bölgesi'nin Antalya Bölümü'nde yer alır. Sahayı oluşturan Alanya ilçesinin yüzölçümü 2085 km² dir. Sahanın batısında Manavgat (Antalya), kuzeyinde Gündoğmuş (Antalya), kuzeydoğusunda Taşkent (Konya) ve Hadim (Konya), doğusunda Sarıveliler (Karaman) ve Gazipaşa (Antalya) bulunmaktadır. Araştırma sahası 36°30' 07" ve 36°31' 31" kuzey paralelleriyle 31°38'40" ve 32°32'02" doğu meridyenleri arasında yer almaktadır.

Bu araştırmanın amacı; Alanya'da görülen turizm faaliyetlerinin sahanın ekonomisine etkisini ortaya koymaktır. Bu çalışmada literatür çalışması yanında arazi çalışması ve sahada mülakat yöntemlerine başvurulmuştur.

Alanya'da turizm ilk Damlatas Mağarasıyla dikkat çekmeye başlamış. Türkiye'nin diğer bazı sahalarında olduğu gibi Alanya'da 1987 li yıllarda "turizm patlaması" olmuş ve sahaya çok fazla turist gelmiştir. Günümüzde sahaya gelen yabancı turist 1.464.686'yı (2005) bulmuştur. Bu turistler, aynı yıl kişi başı 942 \$ la sahaya toplamda 1.379.734.210 \$ gelir bırakmıştır.

Anahtar Kelimeler: Alanya, Turizm, Turizmin Ekonomiye Etkisi, Yabancı Satınalmalar

ABSTRACT

The area where the research was conducted is located in the Antalya section of the Mediterranean Region on the Mediterranean coast of Turkey. The study area of the district of Alanya is 2085 km². It is bordered by Manavgat (Antalya) in the West, Gündoğmuş (Antalya) in the North, Taşkent and Hadim (Konya) in the Northeast and Sarıveliler (Karaman) and Gazipaşa (Antalya) in the East. The research area is located in the 36°30'07" and 36°36'31" Northern latitudes and 31°38'40" and 32°32'02" Eastern longitudes.

The aim of this study was to find out the impact of tourism activities on Alanya's economy. While presenting the study, the previous studies conducted on the topic were reviewed. Field surveys were conducted in the regions where tourism had a higher effect in the area. Moreover, interviews were conducted in the field in order to present the effect of tourism on Alanya's economy.

Tourism in Alanya first received recognition thanks to the Damlatas Cave. A "tourism explosion" occurred in Alanya in the 1987's and large numbers of tourists came to the area. Today, the number of foreign tourists coming to the area has reached 1.464.686 by 2005. These tourists spent 942 \$ per person and a total of 1.379.734.210 \$ in the area.

Keywords: Alanya, Tourism, Effects of Tourism on Economy, Foreign Purchases

GİRİŞ

Dünyada "Sanayi Devrimi"yle beraber dikkati çekmeye başlayan turizm faaliyetleri, özellikle 1950 li yıllardan sonra daha etkin olmuştur. Çünkü, dünyada bazı toplumlar sanayileşme süreçlerini tamamlamışlar ve bu toplumların bireyleri dünyayı gezmek ve görmek için seyahatlerini

* Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi Eğitim Fakültesi

sıklaştırmışlardır. Dünyanın bazı yerlerinde olduğu gibi, Türkiye’de de turizm 1950 li yıllarda görülmeye başlamıştır.

İnceleme sahamız olan Alanya Akdeniz’in güzel kıyılarından birisi olup, sahada birçok plaj, koy, mağara, yayla ve ormanlık saha bulunmaktadır. Araştırma sahasında 1948 yılında bulunan ve 1954 yılında “Sağlık Turizmi”ne sunulan Damlataş Mağarası sahada turizm olgusunun başlangıç nedenidir.

Alanya’da turizm daha çok deniz, kum, güneş ve eğlence turizmi şeklindedir. Erdem’e (2001: 120) göre; Alanya’da turistlerin ziyaret edebileceği ören yerlerinin azlığı yöredeki turizmin büyük ölçüde deniz turizmine yönelik olduğunu göstermektedir.

Sahada turizm 1990 lı yıllardan sonra özellikle Alanya Belediyesi’nin çalışmalarıyla beraber çeşitlenme içersine girmiştir. Araştırma sahasında yapılan triatlon, plaj voleybolu turnuvaları, bazı ulusal ve uluslararası sempozyum faaliyetleri sahada turizmin çeşitlenme içersine girdiğinin göstergesidir.

Alanya Kadıni Mağarası’nda Kökten’in (1957), yaptığı araştırmalar sonucunda bölge tarihinin Üst Paleozoik (M.Ö. 20.000-17.000) dönemine kadar uzandığı ortaya çıkmıştır (akt. Manisa, 2002:19). Öğüt’e (1993:116) göre; Alanya’nın tarihsel birikimi Helenistik Çağdan günümüze kadar olan zamanı kapsamaktadır. Araştırma sahasında yer alan pek çok tarihi eserin bazıları şunlardır; Alanya Kalesi, Kızıl Kule, Selçuklu Tersanesi, Selçuklu Tophanesi, Hıdırellez Dede, Alanya Feneri, Kale Surları (6,5km) ve Adam Atacağı’dır.

Saha, birçok doğal ve tarihi zenginliğe sahiptir. Araştırma sahasında yer alan asıl zenginlik kaynağı insandır. Çünkü insan sahadaki doğal güzellikleri değerlendirmesini bilmiş içersinde bulunduğu çevreye günümüze kadar aktarılabilen kalıcı kültür unsurları bırakmıştır. Alanya yemek kültürü ve geleneksel kılık kıyafetleriyle dikkat çekicidir.

Sahada 1987 li yıllardaki turizm patlamasıyla turizmin planlanması konusunda ve turizmin gelişimi konusunda bazı problemler görülmüştür. Bu problemlerin Alanya turizminin gelişimi üzerinde olumsuz etkileri olmuştur. Öğüt’e (1993:156) göre; tesis sayısının artmasıyla rekabette artmaktadır. Bazı tesisler kapanmakta ve turizm geliri düşmektedir. Kocakuşak’a (1993:167) göre ise; “Alanya’da plansız turizme yönelinmiş ve bu da önemli bir takım sorunları beraberinde getirmiştir.”

Turizmin Alanya’nın ekonomisine olan etkisi dışında sahaya başkaca olumlu ve olumsuz etkileri olmuştur.

Turizmin Alanya üzerine olumlu etkileri; turizmden sağlanan ekonomik iyileşmeyle beraber gerek yabancıların gerekse Türklerin ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için modern oteller, lokantalar, konutlar vs. yapılmıştır. Bunlar da, Alanya’nın mimari açıdan modern bir görüntüye kavuşmasına yardımcı olmuştur.

Gerek Alanya’nın alt yapı ihtiyacı gerekse turizmin doğurduğu altyapı ihtiyacı Alanya’da turizm gelirleriyle kolaylıkla karşılanmıştır. Alanya kenti, Türkiye’de birçok kentten daha önce kanalizasyon ve arıtma tesislerine kavuşmuştur. Alanya şehrinde alt yapı sorununun çözülmesi turizmin yerel yönetime ve bölgeye sağladığı zenginliğin bir sonucudur.

Alanya’da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi

Turizmin Alanya üzerine olumsuz etkileri; turizmin Alanya ve yakın çevresine birçok zararlı etkisi olmuştur. Bu zararlı etkilerin temel nedeni sahada 1987 li yıllarda “turizm patlaması”ndan sonra Alanya’da kitle turizminin hâkim olmasıdır. Saha bu dönemde turizm olgusuna hazırlıksız yakalanmıştır.

Sahada kıyı boyunca birçok otel ve ikinci konutlar plajların üzerine konuşlandırılarak kumsallar yok edilmiştir. Şehir bölgenin fiziki ve beşeri coğrafya özellikleri göz önüne alınmadan planlandığı için sonucunda da şehir bir beton yığını halini almıştır (Foto 1).

Alanya şehir merkezi yaz aylarında oldukça sıcak ve bunaltıcı bir havaya sahiptir. Alanya şehrinde yaz aylarında bunaltıcı havayı ortadan kaldırmak için etkin rüzgar yönüne paralel caddelerin kurulması kaçınılmazdır. Bunu sağlamak için şehirde etkili olan *dağ meltemleri* ve *deniz melteminin* şehrin iç kısımlarına kadar ulaşması cadde ve sokakların bu kesimlerde kuzey-güney istikametinde planlanması ile mümkün olacaktır. Ancak cadde ve sokaklar şuana kadar bu şekilde planlanmamıştır.



Foto 1. Bektas Mevki’nden Alanya Şehrinin Görünümü (Kuzey-Güney)

Soyak’a (2003: 110) göre; “Konforlu ortamların sağlanabilmesi için hava devinimine gereksinim duyulmaktadır. Caddeler ve binalar esintileri yakalayabilecek biçimde yönlendirilmelidir.” Kocakuşak’a (1993:245) göre ise; “Alanya kentinde etkin rüzgar yönünün önüne yüksek binalarla adeta bir set çekildiği görülür. Böylelikle Alanya’da vadi ve rüzgar sistemlerinden kenti serinletme, kentsel hava kirliliğinin temizlenmesi gibi konularda ne yazık ki yararlanılmamaktadır.”

Turizmin araştırma sahasında en fazla etkilediği alanlardan birisi “yaylalar”dır. Alanya ve yakın çevresinin sosyo-ekonomik ve kültürel hayatında önemli bir yeri olan “yaylacılık” sahada turizm patlamasının yaşandığı 1987 li yıllar ve devam eden on yılda önemini kaybetmiştir. Çünkü turizmin sağladığı ekonomik geliri bölge insanının yaylalardan kazanması mümkün değildi. Bu

nedenle yazın yaylalara çıkan insanların bir kısmı turizm sektöründe çalışmaya başlamıştır.

Araştırma sahasında, son zamanlarda yaylacılık önem kazanmaya başlamıştır. Bunun sonucunda da artan taleple beraber sahadaki yaylalarda çevre kirlenmesi ve ev mimarisinde bozulmalar ortaya çıkmıştır. Betonarme yapılar yaylaların doğal güzellikleriyle tezat oluşturmaktadır. Cimrin'e (1996:283) göre, "Yaylalarda geleneksel evler ahşap ve taştan yapılmış bir ya da iki katlı doğaya uyumlu evler iken, son zamanlarda apartmanlar yükselmektedir."

Sahada yaz aylarında ciddi bir trafik sıkışıklığı söz konusudur. Kış aylarında 88.346 nüfuslu kent merkezi, yaz aylarında 500-600 bin nüfusa kadar çıkmaktadır. Bunun sonucunda da kış aylarında ancak yeterli olan şehrin yollarının yaz aylarında yetersiz olduğu görülmektedir. Bu problemin giderilebilmesi için mevcut çevre yolunun kuzeyinde yapılmakta olan alternatif yola hız kazandırılmalıdır. Ayrıca, şehir merkezi ve plajlara ulaşan yollar da kısmi düzeltmeler yapılarak şehrin trafik problemi kısmen giderilebilir.

Günümüz kitle turizminin ve turizm bölgelerinin plansız gelişmesinin en önemli problemlerinden birisi ikinci konutların turizm yörelerindeki gereksiz fazlalığıdır. Araştırma sahasında kitle turizmi sonucunda arazi ve konut değerleri fahiş fiyatlara ulaşmıştır. Bu durumdan yarar sağlamak isteyen inşaat firmaları sahaya girmiş ve binlerce konut üretmişlerdir. Sahada üretilen bu konutların çoğu ikinci konut olarak kullanılmaktadır. Alanya'da ikinci konutlar; kent merkezi, Demirtaş, Mahmutlar, Kestel, Konaklı, Türkler ve İncekum beldelerinde gerek kıyıda, gerekse kıyıdan biraz içeri kesimlerde yaygın bir şekilde yer almaktadır.

Sadece yaz aylarında kullanılan ikinci konutlar, fazla kişiye hizmet vermezler. Sahadaki yabancı satın almalarının çoğu da ikinci konuttur. İkinci konutlar yılın sadece yaz aylarında kullanılması ve fazla kişiye hizmet vermemesi dolayısıyla çok fazla alan kaplarlar. Bu durum, sahada hem görselliğin bozulmasına hem de turizm alanlarının daralmasına neden olur. Sahada, ikinci konut yerine iyi planlanmış oteller yapılmalıdır. Çünkü, bu şekilde Alanya'da daha fazla turist ağırlanarak, daha fazla gelir sağlanır.

Araştırma sahasında, denize sınır olan yerlerde ormanlar pek yaygın olmasa da İncekum-Alanya ve Alanya-Gazipaşa arasında bazı yerlerde kızılçam ormanları kıyıya kadar olan sahalarda varlığını koruyabilmiştir. Ancak, son yıllarda yapılan turizm yapılarıyla bu doğal bitki örtüleri de yok olma tehlikesiyle karşı karşıyadır.

Sahada turizm faaliyetleri başlamadan önce deniz oldukça temizdi. Ancak, günümüzde turizmin aşırı talebi dolayısıyla denizde özellikle yaz aylarında kısmen kirlenmeler dikkati çekmektedir. Bunun en önemli nedeni de bölgede denize olan talebin çok yüksek olması ve turizm faaliyetlerinin yoğunluğunun kıyıya yakın bölgelerde gelişmesidir.

Alanya'da katı atıklarla alakalı çok ciddi sorunlar yoktur. Çünkü, Alanya belediyesi katı atık sorununu çözmek için ciddi bir çaba ortaya koymaktadır. Bu konudaki en önemli gösterge Belediye'nin kurmakta olduğu "katı atık ayrıştırma tesisi"nin 2007 yılı sonunda hizmete girecek olmasıdır. Bu çabaya rağmen,

Alanya'da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi

çalışma sahasında bazı yerlerde katı atıkların gelişi güzel atılmış olduğunu ve bunun engellenemediğini gözlemek mümkündür.

Araştırma Sahasının Coğrafi Konumu

Araştırma sahasını oluşturan Alanya Antalya'nın doğusunda yer alan bir ilçesi olup, sahanın yüzölçümü 2085 km² dir. Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'nin Antalya Bölümü'nde yer alan Alanya, Antalya'nın doğusunda konumlanmıştır. Alanya, batısında Manavgat (Antalya); kuzeyinde Gündoğmuş (Antalya); kuzeydoğusunda Taşkent (Konya) ve Hadim (Konya); doğusunda Sarıveliler (Karaman) ve Gazipaşa (Antalya); güneyinde Akdeniz'le çevrilidir (Şekil 1). Araştırma sahası 36°30'07" ve 36°36'31" kuzey paralelleriyle 31°38'40" ve 32°32'02" doğu meridyenleri arasında yer almaktadır.



Şekil 1. Alanya'nın Lokasyon Haritası

Araştırmanın Materyal ve Metodu

Bu araştırmada "turizmin Alanya ve yakın çevresine etkileri" ortaya konulurken konuyla ilgili daha önceki çalışmalara ulaşılmıştır. Sahada özellikle turizmin etkisinin fazla olduğu kesimlerde arazi çalışmasının yanı sıra turizmin ekonomiye etkisini daha iyi ortaya koymak için mülakatlar yapılmıştır.

BULGULAR

Araştırma sahasına daha önceki yıllarda gelen düşük sayıdaki turistler önemsiz olmazsa, sahaya turistler 1950 li yıllarda gelmeye başlamışlardır. Bundan sonraki dönemde sahada turizmin ekonomik, sosyal, arazi kullanımı, çevresel etkiler ve hatta psikolojik birçok etkisi görülmüştür. Bu etkilerin başında ekonomik etki gelmektedir. Çalışmada öncelikle sahanın doğal, tarihi, beşeri ve kültürel unsurları üzerinde durulduktan sonra turizmin sahadaki ekonomik etkileri ortaya konulmuştur.

ALANYA’NIN TURİZM VARLIKLARI

Alanya’yı turizm varlıkları bakımından zengin kılan birçok doğal, tarihi ve beşeri unsurları vardır. Bunlardan özellikle doğal varlıklar oldukça dikkat çekici olup, sahada birçok plaj, mağara ve yayla eşsiz güzellikleriyle dikkat çekicidir. Alanya Kalesi, Kızılkule, Tersane, Tophane, Sinek Kalesi, Süleymaniye Cami ve Karamanoğlu Alaaddin Türbesi gibi birçok tarihi eser Alanya’nın tarihi güzelliklerinin başında gelir. Yörede iklim ve tarımsal zenginlik gibi etkenler sonucunda zengin bir yemek kültürü vardır. Yörede ayrıca kendine has kılık kıyafette dikkat çekicidir.

Alanya’nın Doğal Güzelliklerini Oluşturan Unsurlar

Akdeniz’in güzel kıyılarından birisini oluşturan Alanya, doğal ve tarihi güzellikleriyle dikkat çekici bir yerdir. Araştırma sahasında plajlar, koylar, mağaralar, ormanlık sahalar ve günün her vaktinde ve yılın her mevsiminde doyumsuz deniz manzaraları sahanın doğal güzelliklerinin başında gelen unsurlardır. Alanya’nın Akdeniz iklimine sahip olması bile başlı başına bir zenginliktir. Sahanın bu doğal güzellik kaynaklarını, turizme neden olması bakımından kısaca ortaya koymakta yarar vardır.

Sahanın, doğal güzelliklerinin ortaya çıkmasını etkileyen en önemli unsur; yazları sıcak ve kurak kışları ılık ve yağışlı geçen Akdeniz iklimidir. Dolayısıyla iklim sahada bazı doğal güzelliklerin kaynağıdır.

Alanya yaklaşık 70 km lik bir plaj uzunluğuna sahiptir. Sahadaki en önemli plajlar, batıdan-doğuya; Yeşilköy, İncekum, Avsallar, Türkler, Konaklı, Ulaş, Kleopatra (Kalearkası), Merkez Plaj, Karayolları, Tosmur, Alantur, Mahmutlar, Demirtaş ve Seki’dir. Sahada, turizm potansiyeline az da olsa katkı sağlayan Aydap ve yakınlarında bazı küçük koylar bulunmaktadır.

Sahanın en önemli zenginliklerinden birisi kıyıda hemen sonra yükselerek 2000 metre hatta 3000 metre yükseltiyi bulabilen dağlardır. Bu dağlar aynı zamanda araştırma sahasının iç kesimlerle bağlantısını engelleyen kütlelerdir. Alanya’yı iç kesimle, kendi sınırları içersinden, bağlayan en önemli geçit “Dim Çayı Vadisi” ve hemen devamında yer alıp Göksu Irmağı’na birleşen “Gevne Çayı Vadisi”dir. Birbirinin devamı durumunda olup, kabaca kuzeydoğu-güneybatı istikametinde uzanan bu eşik yaz ve kış aylarında önemli bir geçittir. Alara Çayı ise Alanya’nın batı kesimini iç kısımlara bağlayan diğer geçittir.

Sahadaki doğal güzellik kaynaklarından birisi olan yaylalardan bazıları; Gedevet Yaylası, Gökbel Yaylası, Köprübaşı Yaylası, Çayarası Yaylası,

Alanya’da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi

Söbüşimen Yaylası, Cıkıllı Yaylası ve Bozbelen Yaylası’dır. Bu yaylalar Alanya’nın sadece ekonomik ve mesire sahalarını oluşturmaz aynı zamanda kültürel temeline de katkı sağlar. Alanya’da 1985’li yıllarda “*turizm patlamasıyla*” beraber yok olmaya yüz tutmuş yaylacılık 1995’li yıllardan sonra farklı amaçlarla bir gelişme ivmesi içersine girmiştir. Bu sosyo-ekonomik hareketlenmeden yukarıda adı geçen yaylalar ve daha birçok yayla nasibini almıştır. Daha sonra değinileceği gibi bu pay sadece olumlu değil bazen olumsuz olmuştur. Araştırma sahasında birçok yayla ulaşım ağının güçlendirilmesiyle “yayla turizmine” kazandırılabilir. İyi planlama, altyapı ve projelendirme ile yaylaların en azından bir kısmı yayla turizmine kazandırılarak Alanya’nın turizm potansiyeline katkısı sağlanabilir. Kısaca, dağlık sahaların sadece kendileri bile Alanya’ya yakın olduğu için başlı başına bir zenginlik kaynağıdır.

Türkiye orman varlığının % 0.5 kadarı Alanya’dadır. Zengin orman varlığı ve bitki türlerine sahip olan saha eko-turizm açısından uygundur. Sahanın bu zenginlikleri sahanın dağlık kesimlerinde yer alır. Araştırma sahasında Cebireis Dağı ve Akdağ gibi bazı dağlar kontrollü avlanmanın yapılmasına uygundur. Böylelikle dağ keçisi (geyik) ve benzeri yaban hayvanları “*av turizmi*”nde değerlendirilebilir. Saha, dağlık alanlarda çok sayıda bitki türüne sahip olduğu için “ekolojik gezilere” uygundur.

Araştırma sahasında, denize sınır olan yerlerde ormanlar pek yaygın olmasa da İncekum-Alanya ve Alanya-Gazipaşa arasında bazı yerlerde kızılçam ormanları kıyıya kadar olan sahalarda varlığını koruyabilmiştir. Alanya’nın gerisindeki dağlık kütlerde kızılçam, karaçam, ardıç ve sedir gibi birçok ağaç türüne rastlamak mümkündür. Bu sahalarda dışında kıyı kesiminde bozulmuş ormanlık sahalarda ve makilik alanlar görülmektedir. Sahada ormanlar kereste ve yakacak ihtiyacı için tahrip edilmiştir. 1970 li yıllardan günümüze kadar sadece Alanya’da değil Türkiye’nin diğer güney ve batı sahillerinde “*kitle turizmi*”nin aşırı talebiyle bazı araziler ormansızlaştırılmıştır. Bu ormansızlaştırma eğilimi önceleri daha çok tarım arazisi açmak ve konut yapmak içindi. Ancak, 1985 li yıllarda Alanya’da turizm patlamasıyla beraber fazlaca değerlendirilen arazilerden aşırı rant isteği ve turizm tesisi yapmak içinde ormanlar tahrip edilmiştir.

Araştırma sahasında 1948 yılında bulunan ve 1954 yılında Sağlık Turizmi’ne sunulan Damlatış Mağarası sahada turizm olgusunun başlangıç nedenidir. Günümüzde de yoğun bir ilginin bulunduğu Damlatış Mağarası yanında Alanya’yı turizm için cazip kılan başkaca mağaralarda vardır. Bu mağaralar sarkıt, dikit, sütun oluşumları gibi güzellikleri yanında uzunlukları ile Türkiye’nin en önemli mağaralarındandır. Bunlardan; Dilvarde (Kale) Burnu’nda deniz kıyısında Fosforlu Mağara, Korsanlar Mağarası ve Aşıklar Mağarası bulunmaktadır. İç kısımda Dim Mağarası ve Kadıni Mağarası bulunur. Damlatış Mağarası başta olmak üzere, bu mağaraları yüz binlerce turist her yıl ziyaret etmektedir.

Alanya'nın Tarihi Geçmiş ve Tarihi Güzelliklerini Oluşturan Öğeleri

Alanya Kadiini Mağarası'nda (kent merkezine 12 km) Kökten'in (1957), yaptığı araştırmalar sonucunda bölge tarihinin Üst Paleozoik (M.Ö. 20.000-17.000) dönemine kadar uzandığı ortaya çıkmıştır (akt. Manisa, 2002:19).

Alanya Antik çağda Pamfilya ve Kilikya sınırı arasındaki çizgide yer aldığı için bazen Pamfilya bazen Kilikya şehirleri arasında sayılmıştır (Manisa, 2002:19).

Alanya'nın ilk kez kimin tarafından kurulduğu henüz kesin olarak bilinmemektedir. Alanya'nın bilinen ilk adı "Karekosium"dur. Bizans döneminde "Kalonoros" adını alan kente, 13. yüzyılda Anadolu Selçuklu hükümdarı I.Alaaddin Keykubat'ın (1200-1237) şehri 1221'de almasıyla "Alâiye" adı verilmiştir. 1933 yılında Alâiye'yi ziyaret eden Mustafa Kemal Atatürk, şehrin adını "Alanya" olarak değiştirmiştir (Manisa, 2002:19).

Araştırma sahasında, Pamfilya, Kilikya, Romalılar, Bizans, Anadolu Selçuklular, Karamanoğulları, Memlûklular, Osmanlı Devleti ve son olarak Cumhuriyet Dönemi yaşandığı için bu dönemlere ait birçok tarihi eser mevcuttur. Sahanın tarihi güzelliklerini sağlayan temel unsurlar bu dönemlerden günümüze kadar aktarılmış olan eserlerdir.

Araştırma sahasının turizmüne katkı sağlayan birçok tarihi eser vardır. Bunlardan Alanya şehir merkezinin batı kısmında yer alanlar; Serapsu Han, Alara Han ve Alara Kalesi'dir.

Alanya şehir merkezi'nde; Hıdırellez Dede, Kızıl Kule, Hasbahçe Köşkü, Atatürk Evi, Alanya Evleri (100 kadar) ve Alanya Kalesi bulunmaktadır. Alanya Kalesi başlı başına bir tarihi eser toplanma alanıdır. Alanya Kalesi'nde bulunan tarihi eserler: Kale Surları (6,5 km), Sarnıçlar, Kilise, Tarihi Askeri Koğuşlar, Bedesten, Selçuklu Tersanesi, Selçuklu Tophanesi, Esat Burcu, Sitti Zeynep Türbesi, Arap Evliyası, Süleymaniye Cami, Akşebe Sultan Mescidi, Aşağı Kapı (Dış Kale Kapısı), Eğri Kapı (İç Kale Kapısı), Alanya Feneri ve Adam Atacağı'dır.

Alanya'da yer alan diğer tarihi eserler ise; Karamanoğlu Alaaddin Türbesi (Çıplaklı Beldesi; Gülevşen Mevki'nde), Selçuklu Medresesi (Oba Beldesi'nde), Seydimahmut Türbesi (Mahmut Seydi Köyü'nde), Deretübelinas Türbesi (Dere Köyü'nde), Pirce Alaaddin Türbesi (Şıhlar Köyü'nde); İotape (Aydap) Kale ve Harabeleri (Aydap Mevki'nde), Hamoxia Kalesi (Sinek Kalesi; Elikesik Köyü'nde), Kızılcaşehir Harabeleri, Leartes Harabeleri (Mahmutlar) ve Syedra Harabeleri (Sedre Köyü'nde)'dir.

Görüldüğü gibi, araştırma sahasında tarihi kale, türbe, cami ve diğer birçok eser yer almaktadır. Bu tarihi eserleri bünyesinde barındıran saha günümüzde dünyanın sayılı turistik merkezlerinden birisi olmuştur.

Alanya'nın Kültürel Unsurları

Saha, yukarıda değinildiği gibi birçok doğal ve tarihi zenginliğe sahiptir. Araştırma sahasında yer alan asıl zenginlik kaynağı insandır. Çünkü insan sahadaki doğal güzellikleri değerlendirmesini bilmiş içersinde bulunduğu çevreye günümüze kadar aktarılabilen kalıcı kültür unsurları bırakmıştır. Bu

Alanya’da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi

kültürel unsurlar maddi kültür unsurları olabildiği gibi manevi kültür unsurları da olabilmektedir. Bölge insanı bölgesinin ikliminden kaynaklanan avantajları sahip olduğu gelenek ve diniyle en iyi şekilde yoğunlaşarak kendine has bir kültür ortaya koymuştur.

Alanya yemek kültürü ve geleneksel kılık kıyafetleriyle dikkat çekicidir. Günümüzde turizm olgusunu yoğun bir şekilde yaşayan saha, açık bir toplum özelliğinde olmasını turizme borçludur. Alanya’da sürekli yaşayan yabancıların şehirde ve yakın köylerde düğünlere, sünnet düğünlerine, hatta Türklerin cenaze törenlerine katıldığını görmek mümkündür. Burada, sadece Avrupalı insanların Türk kültürünü merak ettikleri gözlenmemekte, aynı zamanda Türk insanının değişime ve dönüşüme kolaylıkla uyum sağladığı da gözlenmektedir. Bu karşılıklı etkileşimlerin ve turizmin sonucu olarak Alanya günümüz modern kültürünün yaşandığı bir kent olmuştur.

TURİZMİN ALANYA’YA OLAN EKONOMİK ETKİSİ

Turizmin Alanya şehrinin modernleşmesi, konutların modernleşmesi, alt yapının geliştirilmesi ve şehrin dünya çapında tanınması gibi birçok etkisi olmuştur. Tüm bu etkiler şehrin turizmden sağladığı ekonomik gelirle mümkün olmuştur. Bu ekonomik etkiyi anlatabilmek için öncelikle Alanya’nın yıllık turizm gelirini ve turist sayısını ortaya koymakta fayda vardır.

Turizmin Alanya’nın Yıllık Gelirine Etkisi

Turizmin Alanya ve yakın çevresi için en önemli olumlu etkisi ekonomiktir. Turizm Alanya’nın gelir seviyesini büyük oranda arttırmıştır. Alanya’ya 2005’de 1.464.686 yabancı turist gelmiş ve bu turistler kişi başı 942 \$ gelir bırakmıştır. Yabancı turistlerin Alanya’ya bıraktığı toplam gelir 2005 yılı itibarıyla 1.379.734.210 \$ dır (Tablo 1). Alanya’nın yabancı turistlerden kazandığı gelir son üç yılda da (2004-2006) 1 milyar doların üzerinde olmuştur.

Tablo 1. Alanya’nın Turizm Geliri (1996-2006)

Yıl	K.B.O.H. (\$)	Yabancı Turist Sayısı	Toplam Gelir (\$)
1996	812,0 \$	592.870	481.410.440 \$
1997	758,0 \$	698.628	529.560.024 \$
1998	727,0 \$	617.312	448.785.824 \$
1999	743,0 \$	418.537	310.972.991 \$
2000	823,0 \$	677.340	557.450.820 \$
2001	932,0 \$	866.130	807.233.160 \$
2002	934,0 \$	1.029.350	961.412.900 \$
2003	943,0 \$	988.785	932.424.255 \$
2004	969,0 \$	1.133.616	1.098.473.904 \$
2005	942,0 \$	1.464.686	1.379.734.210 \$
2006	893,0\$	1.357.554	1.212.295.722\$

(Alanya Ticaret ve Sanayi Odası (ALTSO); 2005: 68), www.altso.org.tr

Ayhan AKIŞ

Alanya'ya gelen turist sayısı özellikle 1986-1990 arasında oldukça artmıştır. Bu yüzden 1987 li yıllar sahada turizm patlamasının görüldüğü yıllar olarak adlandırılır. Alanya'da tesislerdeki yatak sayısı 1981-1985 yıllarında 2.550'den turizm patlamasının yaşandığı 1986-1990 döneminde 26.171'e yükselmiştir. Sahadaki yatak kapasitesi 1981-1985 döneminde %1,74 kapasite artışı göstermiş olmasına rağmen, 1986-1990 döneminde bu artış %17,89 olmuştur (Tablo 2).

Tablo 2. Alanya'daki Turizm Tesislerinin Yatak Kapasiteleri ve Kapasite Artışları

Yıl	Bakanlık Belgeli			Belediye Belgeli			Toplam		
	Tesis	Yatak	Oran (%)	Tesis	Yatak	Oran (%)	Tesis	Yatak	Oran (%)
-1970	10	3.443	4,46	4	231	0,33	14	3.674	2,51
1971-1975	6	484	0,63	10	548	0,79	16	1.032	0,71
1976-1980	4	778	1,01	17	964	1,39	21	1.742	1,19
1981-1985	9	1.611	2,09	15	939	1,36	24	2.550	1,74
1986-1990	70	19.302	25,02	77	6.869	9,93	147	26.171	17,89
1991-1995	39	11.151	14,46	126	19.815	28,65	165	30.966	21,17
1996-2000	61	16.289	21,12	179	21.841	31,58	240	38.130	26,06
2001-2005	50	24.073	31,21	113	17.964	25,97	163	42.037	28,73
Toplam	249	77.131	100.00	541	69.171	100.00	790	146.302	100.00

(www.altso.org.tr)

Bu da, sahadaki yatak kapasitesinin daha önceki dönemlere kıyasla çok ciddi bir artışın olduğunu göstermektedir. Bu nedenle 1986-1990 dönemini Alanya'da "turizm patlaması"nın yaşandığı bir dönem olarak tanımlamak mümkündür.

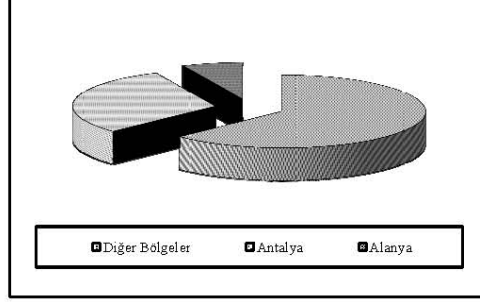
Tablo 3. Alanya'nın Antalya ve Türkiye Turizm Kapasitesindeki Yeri (1996-2006)

Yıllar	Gelen Turist Sayısı			Antalya'nın Yeri (%)	Alanya'nın Yeri (%)	
	Türkiye	Antalya	Alanya		Türkiye'de	Antalya'da
1996	8.582.000	2.498.402	592.870	29,11	6,91	23,73
1997	9.789.000	2.865.068	698.628	29,27	7,14	24,38
1998	9.752.000	2.671.198	617.312	27,39	6,33	23,11
1999	7.464.000	1.750.678	418.537	23,45	5,61	23,91
2000	10.412.000	3.380.008	677.340	32,46	6,51	20,04
2001	11.569.000	4.317.064	866.130	37,32	7,49	20,06
2002	13.247.000	4.938.404	1.029.350	37,28	7,77	20,84
2003	13.958.000	4.681.948	988.785	33,54	7,08	21,11
2004	17.517.000	6.047.108	1.106.000	34,52	6,31	18,29
2005	21.122.800	6.882.246	1.464.686	32,58	6,93	21,28
2006	19.819.800	6.011.183	1.357.554	30,33	6,85	24,58

(ALTSO; 2005: 70)

Alanya’da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi

Alanya’ya gelen yabancı turist sayısı gerek Antalya’ya gelen gerekse Türkiye’ye gelen turist oranlarıyla kıyaslandığında, sahanın hem Antalya’da hem de Türkiye’de önemli bir yeri vardır. Alanya’ya gelen yabancı turist Türkiye’ye gelen yabancı turistin %7’sini oluştururken, Antalya’ya gelen yabancı turistin %22’sini oluşturur (Tablo 3 ve Şekil 2).



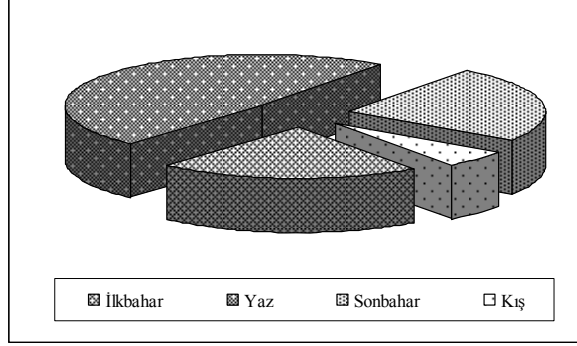
Şekil 2. Alanya ve Antalya’nın Turist Sayılarının Türkiye’nin Diğer Bölgelerine Oranları (2006)

Alanya’ya ve bölgeye turistler daha çok yaz aylarında gelmektedir. Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında Antalya’ya gelen turistlerin sayısı diğer mevsimlerden oldukça fazladır. Sahaya yaz mevsiminde gelen yabancı turist sayısı toplam yabancı turistin %48,53’ünü oluşturur (Tablo 4, Tablo 5 ve Şekil3).

Tablo 4. Antalya’ya Gelen Turistlerin Mevsimlere Oranları (2006)

Mevsimler	İlkbahar	Yaz	Sonbahar	Kış	Toplam
Turist Sayıları	1.300.235	2.916.930	1.457.141	336.877	6.011.183
Yüzde	21,63	48,53	24,24	5,6	100,0

Alanya’nın turizminin her yönüyle Antalya’nın turizm özelliklerine benzediği düşünülürse, Alanya’ya gelen turistlerin yarıya yakını sadece yaz mevsiminde gelmiştir. Sahaya bir yıl boyunca gelen turistlerin yaklaşık yarısının yaz mevsiminde gelmiş olması sahanın turizminin **yaz turizmi** olduğunu gösterir.



Şekil 3. Antalya'ya Gelen Turistlerin Mevsimlere Göre Dağılımları (2006)

Antalya'ya 2006 yılında gelen turistlerin %24,58'inin (Tablo 3) Alanya'ya geldiği düşünüldüğünde, sahada görülen turizmin **yaz mevsiminde "kitle turizmi"** şeklinde olduğu söylenebilir.

Tablo 5. Antalya'ya Gelen Turistlerin Aylara Göre Dağılımı (2001-2006)

Aylar	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ocak	59.070	65.562	102.947	114.112	140.464	111.475
Şubat	109.126	106.168	113.935	157.040	185.510	110.601
Mart	169.225	230.822	117.458	205.552	316.767	207.248
Nisan	325.197	311.753	188.094	383.959	432.106	442.700
Mayıs	464.839	529.930	385.780	682.088	835.378	650.287
Haziran	571.678	590.104	541.788	687.982	852.073	862.050
Temmuz	704.383	733.736	723.331	910.457	1.104.557	1.030.174
Ağustos	647.238	745.160	823.108	945.704	1.008.486	1.024.706
Eylül	597.610	706.112	668.848	796.520	893.191	763.347
Ekim	428.555	566.481	616.922	739.558	786.434	540.353
Kasım	153.998	226.904	257.202	289.638	215.499	153.441
Aralık	86.195	125.672	142.535	134.558	113.559	114.801
Toplam	4.317.064	4.938.404	4.681.948	6.047.168	6.884.024	6.011.183

(ALTSO; 2005:68)

Yaz turizminin görüldüğü sahada turist sayısı Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında en yüksek seviyededir (Şekil 3). Ayrıca, Nisan, Mayıs ve Eylül, Ekim ayları sahaya turistin fazlaca geldiği diğer aylardır. Alanya'da **Eylül** ve **Ekim** aylarında turizmin yaygın olmasının nedeni ise sahanın **emekli turistler** tarafından da fazlaca tercih edilmesidir.

Antalya'ya gelen turistler arasında Almanlar %38,35'le birinci sırayı, Ruslar %22,53'le ikinci sırayı alırken, Hollandalılar ise %7,30'la üçüncü sırayı almaktadır. Alanya'ya gelen turistler içerisinde Almanların (%38,35) ve Rusların (%22,53) oranı sahaya gelen toplam turist içerisinde %60,88'lik bir değerle oldukça önemlidir (Tablo 6).

Alanya’da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi

Tablo 6. Antalya’ya Gümrükten Giriş Yapan Turistlerin Ülkelerine Göre Sayıları ve Oranları (2005)

Ülkeler	Gelen Turist Sayısı	Gelen Turist Oranı (%)	Ülkeler	Gelen Turist Sayısı	Gelen Turist Oranı (%)
Almanya	2.639.073	38,35	Avusturya	254.226	3,69
Fransa	159.064	2,31	Finlandiya	52.942	0,77
İtalya	42.689	0,62	İsveç	229.167	3,33
Hollanda	502.280	7,30	Norveç	104.807	1,52
Belçika	187.174	2,72	İsviçre	185.599	2,70
Lüksemburg	3.844	0,06	B. D. T.	1.550.694	22,53
İngiltere	207.330	3,01	İsrail	185.912	2,70
Danimarka	148.429	2,17	ABD	8.698	0,13
İrlanda	11.666	0,17	Japonya	988	0,01
Yunanistan	2.490	0,04	Diğer	336.916	4,90
İspanya	5.356	0,08	Toplam	6.882.246	100,00
Polonya	90.628	1,32			

(ALTSO; 2005:70)

Bu durum, sahanın özellikle kuzey Avrupa arasında tercih edildiğini göstermektedir. Yapılan mülakatlarda, araştırma sahasına gelen turistler daha çok sahanın deniz, kum ve güneş avantajlarından dolayı geldiklerini belirtmektedirler.

Türkiye’nin 2005 yılında bütün sektörlerden sağladığı gelir yaklaşık 364 milyar dolardır. Alanya’nın sadece yabancı turistlerden sağladığı gelirin 2005 yılı itibariyle yaklaşık 1 milyar 380 milyon dolar olduğu düşünüldüğünde sahanın turizm gelirlerinin gerek bölge gerekse Türkiye ekonomisi açısından ne kadar büyük bir öneminin olduğu ortadadır. Bu değer, Antalya için ise yaklaşık 6 milyar dolar kadardır.

Turizm nedeniyle her yıl milyonlarca yabancı turist Alanya’ya gelmektedir. Bu yabancı turistlerden bazıları Alanya’yı çok beğendikleri için konut ve dükkan gibi taşınmaz satın almaktadırlar. Alanya’da 33 ayrı ülke uyruğuna mensup 13.704 kişi 9.854 taşınmaz satın almıştır (Tablo 7).

Alanya’da taşınmaz satın alanlardan Almanlar (3.016) başı çekmektedir. İkinci sırada Hollandalılar (1.539) yer alır. Üçüncü sırada Danimarkalılar (1.398) gelir. İrlandalılar (1.116) dördüncü sıradadır. Norveçliler (817) ise beşinci sırayı alır. Alanya’da taşınmaz satın alan Kuzey Avrupa ülkeleri ilk 5 sırayı oluşturmaktadır. Alanya’da Norfolk Adaları uyruklu (1), Yeni Zelanda uyruklu (1), Slovenya Uyruklu (1) ve Bosna-Hersek uyruklular (1) en az taşınmaz satın almışlardır (Tablo 7).

Ayhan AKIŞ

Tablo 7. Alanya İlçe Genelindeki Yabancı Uyruklu Gerçek Kişilerin Uyruklarına Göre Taşınmazları (31.12.2006)

Uyruk	Taşınmaz Sayısı	Kişi Sayısı	Arsa Sayısı	Arazi Alanı (m ²)	Arsa Sayısı	Arazi (Binalı/ Meskenli) Alanı (m ²)	Bağımsız Bölüm Sayısı	Bağımsız Bölüm Sayısı	Toplam Alan (m ²)
Almanya	3,016	4,385	204	314,922	37	71,583	2,775	279,652	666,157
A. B. D.	23	19	4	736	3	757	16	1,766	3,259
Avustralya	2	2	0	0	0	0	2	653	653
Avusturya	86	96	6	2,574	5	1,040	75	7,282	10,896
Belçika	299	330	12	14,890	0	0	287	24,418	39,308
Bosna-Hersek	1	1	0	0	0	0	1	17	17
Danimarka	1,398	1,948	18	16,143	3	1,689	1,377	127,336	145,168
Estonya	2	2	0	0	0	0	2	86	86
Finlandiya	136	179	1	305	0	0	135	9,474	9,779
Fransa	26	28	0	0	0	0	26	1,120	1,120
Hollanda	1,539	2,206	79	100,456	4	2,015	1,456	180,271	282,742
İngiltere	559	796	21	11,293	10	7,040	528	54,879	73,212
İrlanda	1,116	1,563	50	67,266	4	7,236	1,062	88,625	163,127
İspanya	2	2	0	0	0	0	2	61	61
İsveç	168	203	4	3,962	0	0	164	9,601	13,563
İsviçre	18	20	1	99	0	0	17	2,360	2,459
İtalya	19	20	1	602	0	0	18	2,144	2,746
Kanada	2	3	1	30	0	0	1	47	77
KKTC	34	41	3	3,104	0	0	31	2,136	5,240
Litvanya	2	3	0	0	0	0	2	95	95
Lüksemburg	2	2	0	0	0	0	2	239	239
Macaristan	3	3	0	0	1	14,777	2	391	15,168
Makedonya	3	3	0	0	0	0	3	282	282
Norfolk Adaları	1	1	0	0	0	0	1	36	36
Norveç	817	1,104	4	285	0	0	813	62,523	62,808
Polonya	3	4	1	24	0	0	2	87	111
Portekiz	2	3	0	0	0	0	2	570	570
BDT	40	45	0	0	0	0	40	4,205	4,205
Sırbistan	2	2	0	0	0	0	2	111	111
Slovenya	1	1	0	0	0	0	1	44	44
Ukrayna	3	3	0	0	0	0	3	132	132
Yeni Zelanda	1	1	0	0	0	0	1	487	487
Yunanistan	6	5	1	306	0	0	5	116	422
Toplam	9.854	13.704	428	576.988	64	103.843	9.362	910.840	1.591.771

Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü Verileri (2006)

Alanya'ya gelen turistlerden bazıları da işyeri açarak, sahadaki turizm gelirinden pay sahibi olmaktadır. Alanya'da 2006 yılı itibarıyla 502 tane yabancı sermayeli işyeri vardır (Tablo 8). Sahada, 2005 (223 tane işyeri) ve 2006 (113 tane işyeri) en fazla işyerinin açıldığı yıllardır.

Alanya’da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi

Tablo 8. Alanya’da Yabancı Sermayeli Firmaların Kuruluş Tarihlerine Göre Dağılımı (1990-2006)

Yıl	Ay													Toplam	Yüzde (%)
	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık			
1990								1						1	0,21
1991						1								1	0,21
1992														0	0,00
1993					1									1	0,21
1994		1	3											4	0,82
1995					1		2				1	1		5	1,03
1996			1			2	1				1	1		6	1,23
1997			1	1	1					1				4	0,82
1998	1			2			1							4	0,82
1999							1							1	0,21
2000				1										1	0,21
2001			2			1			1		2	1		7	1,44
2002			1	1	1		1		1					5	1,03
2003	1	2	2	1	3			1	3	4	2	3		22	4,52
2004	1	3	8	6	2	6	5	4	6	7	8	13		69	14,17
2005	7	10	17	20	18	26	27	20	15	22	22	19		223	45,79
2006	15	19	21	22	22	15	19	14	*	*	*	*		133	27,31
Toplam	25	35	56	54	49	51	57	40	26	34	36	38		502	100

www.altso.org.tr * Veri yoktur.

Alanya’da 2006 yılı istatistiklerine göre 502 adet yabancı finanslı kuruluş vardır. Bu kuruluşların 148 tanesine (%29,36) Danimarkalılar sahiptir. İkinci sırada yer alan Almanların 99 tane (%19,71), üçüncü sıradaki Hollandalıların ise 89 tane (%17,04) işyeri vardır. İrlandalılar, son zamanlarda taşınmaz satın almada olduğu gibi işyeri satın almada da dikkat çekmektedir. İrlandalılar 54 işyeriyle (%11,09) sahada dördüncü sıradadır. Bu konuda Norveç beşinci sıradadır. Norveçlilere ait sahada 27 adet (%5,54) işyeri bulunmaktadır. İngilizlere ait ise 25 adet işyerine (%5,13) karşılık Rusların ise 20 işyeri (%4,11) vardır. Alanya’da bu yedi ülke vatandaşlarına ait 462 işyeri (%92,98) bulunmaktadır (Tablo 9). Bu da, sahada gerek turizme katılma gerek Alanya’da taşınmaz satın alma gerekse işyeri açmada Kuzey Avrupa’nın hâkimiyetinin söz konusu olduğunu göstermektedir.

Konut satın almada ise bu durum; Almanlar, Hollandalılar ve Danimarkalılar şeklindedir. Yani, konut satın almada ilk üç sırayı alanlar, sıralama değişmekle beraber, işyeri açmada da ilk üç sırayı almaktadırlar. Bu da, Alanya’da işyeri açan ve konut satın alan yabancıların uyruklarıyla Alanya’ya gelen yabancı turistlerin uyrukları arasında bir paralellik ortaya koymaktadır. İşyeri açma konusunda

Danimarkalılar, diğer Kuzey Avrupalılara kıyaslandığında çok daha önemli bir yere sahiptir. Yani Danimarkalılar turist olarak geldikleri sahada Alanya'nın imkanlarını kendileri açısından bir fırsata dönüştürmüşlerdir. Bu durum aynı zamanda, Alanya'da sürekli yaşamayı seçen yabancıların zaman içerisinde burada işyeri açarak sahanın turizm gelirlerine ortak olduklarını göstermektedir.

Tablo 9. Yabancı Firmaların Uyruklarına Göre Dağılımı

Ülke	Sayı	Oran (%)	Ülke	Sayı	Oran (%)
Danimarka	148	29,36	Moldova	2	0,41
Almanya	99	19,71	Özbekistan	2	0,41
Hollanda	89	17,04	ABD	2	0,41
İrlanda	54	11,09	Ukrayna	1	0,21
Norveç	27	5,54	Avusturya	1	0,21
İngiltere	25	5,13	Kazakistan	1	0,21
Rusya	20	4,11	Finlandiya	1	0,21
İsveç	9	1,85	Fransa	1	0,21
Belçika	6	1,23	Türkmenistan	1	0,21
İran	4	0,82	İsviçre	1	0,21
Azerbaycan	3	0,62	Çek Cumhuriyeti	1	0,21
Litvanya	3	0,62	Toplam	502	100

www.altso.org.tr

Görüldüğü gibi, sahada yalnızca Türkler için değil aynı zamanda yabancılar içinde ciddi bir iş potansiyeli vardır. Bunun sonucunda da sahada 2005 yılında 223 adet 2006 yılının ilk sekiz ayında 113 tane firma kurulmuştur. Bu durum, turizmin küresel bir faaliyet biçimi olmasından kaynaklanmaktadır.

Turizm geldiği yere beraberinde ekonomik bir çabayı getirmektedir. Eğer turizm ekonomisi burada büyük önem arz ediyorsa turizmin görüldüğü yerler küresel sermayeye de açık bir özellik ortaya koymaktadır. Küresel olmakta turizmin doğasında olan bir özelliktir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sahasını oluşturan Alanya'da Damlatış Mağarası'nın 1954 yılında sağlık turizmine açılmasıyla sahada turizm faaliyetleri dikkat çekmeye başlamıştır.

Alanya'da turizm 1987 li yıllarda önemli olmuştur. Çünkü sahada 1986-1990 yılları arasında bir önceki döneme (1981-1985) kıyasla %17,89'luk bir artış sağlanmıştır. Bu dönemden sonra gelen beşer yıllık dönemlerin hepsinde de turist sayısı hep artış göstermiştir.

Alanya'nın turizmi Antalya'nın toplam turizminin son on yıl ortalamasının yaklaşık %22'sini oluşturmaktadır. Sahanın turizmi Türkiye turizminin ise yaklaşık %7'sini oluşturur. Bu oranlar Alanya'nın turizminin gerek bölgenin gerekse Türkiye'nin turizminde çok ciddi yeri olduğunu göstermektedir.

Alanya’da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi

Sahada turizm faaliyetlerinin en önemli olduğu aylar; Haziran, Temmuz ve Ağustos’tur. Ancak, Eylül, Ekim ve Nisan, Mayıs ayları da turizm açısından dikkat çekici olan diğer aylardır.

Alanya’ya en fazla turist Almanya’dan (%38,35) gelmektedir. Sahaya gelen turistlerde ikinci sırayı B. D. T. (%22,53) alırken, üçüncü sırayı Hollanda (%7,30) alır.

Alanya’ya turist olarak gelip Alanya’yı beğenenlerin bir kısmı Alanya’dan taşınmaz satın almışlardır. 2006 yılı istatistiklerine göre Alanya’dan 33 ülke uyruğuna mensup 13.074 yabancı uyruklu kişi tarafından 9.854 taşınmaz satın alınmıştır. Bu taşınmazların çoğunluğu konut ve dükkandır. Sahadan taşınmaz satın almada birinci sırayı 3.016 taşınmazla Almanlar, ikinci sırayı 1.539 taşınmazla Hollandalılar, üçüncü sırayı ise 1.398 taşınmazla Danimarkalılar almıştır. Sahada gerek Alanya’yı gezmeye gelen gerekse burada taşınmaz satın alan yabancı uyruklular çoğunlukla Kuzey Avrupalılardır. Alanya’ya gelen turistlerde çoğunluğu oluşturanlarla sahada taşınmaz satın alanlarda çoğunluğu oluşturanların uyruklarında bir paralellik vardır. Bu paralelliği Alanya’da işyeri açan yabancılarda da görmek mümkündür.

Alanya’da 2006 yılı istatistiklerine göre 502 adet yabancı finanslı kuruluş vardır. Bu kuruluşların 148 tanesine (%29,36) Danimarkalılar sahiptir. İkinci sırada yer alan Almanların 99 tane (%19,71), üçüncü sıradaki Hollandalıların ise 89 tane (%17,04) işyeri vardır. İrlandalılar, son zamanlarda taşınmaz satın almada olduğu gibi işyeri satın almada da dikkat çekmektedir. İrlandalılar 54 işyeriyle (%11,09) sahada dördüncü sıradadır. Bu da, sahada gerek turizme katılma gerek Alanya’da taşınmaz satın alma gerekse işyeri açmada Kuzey Avrupa’nın hâkimiyetinin söz konusu olduğunu göstermektedir.

Alanya’da Bakanlık belgeli 77.131 yataklı 249 tesis, Belediye belgeli 69.171 yataklı 541 tesis vardır. Böylece Alanya’da toplam 146.302 yataklı 790 tane tesis bulunmaktadır. Alanya’da modern binaların yapılması, alt yapının tamamlanması gibi birçok iyileşme bu tesislerin sahada konuk ettiği turistlerden sağlanan gelirle mümkün olmuştur.

Alanya’ya 2005 yılında 1.464.686 yabancı turist gelmiştir. Bu turistler kişi başı 942 \$ gelir bırakarak, 2005 yılında Alanya yabancı turistlerden 1.379.734.210 \$ gelir elde etmiştir. Alanya’nın yabancı turizmden sağladığı 1 milyar 380 milyon dolarlık (2005) geliri aynı yıl Türkiye’nin bütün sektörlerden sağladığı 364 milyar dolarlık geliriyle karşılaştırıldığında sahanın turizmde çok büyük öneminin olduğu anlaşılmaktadır.

Alanya’da modern binaların yapılması, alt yapının tamamlanması, sıvı ve katı atık tesislerinin kurulması turizm gelirleriyle olmuştur. Bu nedenle turizm Alanya’nın vazgeçilmezidir.

Alanya’nın bir beton yığınına dönüşmesi turizmin en olumsuz etkisidir. Sahada turizmin etkin olmaya başlamasıyla beraber sahadaki rant çabası çarpık kentleşmeye neden olmuştur. Kışın nüfusu 88.346 olan Alanya kentinin nüfusu yaz aylarında 500-600 bini bulmaktadır. Bunun sonucunda Alanya şehir merkezinde ciddi trafik problemleri gözlenmektedir. Bunun da düzeltilmesi yine çarpık kentleşmenin önüne geçmekle olur. Ayrıca, şehirde trafik

yoğunluğunu azaltacak yeni yollara ihtiyaç duyulmaktadır. Alanya Belediyesi bu problemin düzeltilebilmesi için çaba sarf etmektedir. Çarpık kentleşmenin düzeltilebilmesi için yeni yapılacak olan kent planlarının düzgün bir şekilde ve rant kaygısı taşınmadan yapılması gerekir.

Alanya'nın kıyı kesiminde turistik tesislerin gelişi güzel yer seçimi nedeniyle bozulmalar vardır. Bu bozulmaları engellemek için kıyı kesimindeki turistik tesislerin yer seçimi kıyıyı bozmayacak şekilde olmalıdır. Çünkü Alanya gelirinun çoğunluğunu güzel kıyılarından sağlamaktadır.

Alanya'nın turizmden gelir artışı sağlayabilmesi ve turizmin sürekli bir gelir kaynağı olabilmesi için sahada güzel projeler üretilmelidir. Alanya'nın gerisindeki dağlık kütleden kış turizmi ve eko-turizm, gibi konularda yararlanılmalı ve bu yönde projeler üretilerek sahada turizm çeşitlendirilmelidir.

KAYNAKLAR

Cimrin, E. (1996). Traditional "Yayla" Houses in the Vicinity of Alanya, The Middle East Technical Uni. in the Department of Architecture, Unpublished Master Thesis.

Öğüt, A. (1993). Alanya İlçesi Doğal Potansiyelinin Kentleşme Sürecindeki Durumu, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Planlama Yüksek Lisans Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

Erdem, S. H. (2001). Turist Harcamalarının Yöresel Kalkınma Sürecine Ekonomik Etkileri (Alanya Örneği), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi.

Kocakuşak, S. (1993). Alanya'da Kentleşme-Turizm ve Sorunları, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi.

Manisa, K. (2002). Turizm ve Mimarlık Penceresinden Alanya Kent Kimliği, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi Matbaası.

Soyak, C. (2003). Alanya'da Turizm ve Kentsel Mekanlar, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi Matbaası.

Yetkin, H. (2001). Alanya (Dünden Bugüne Alanya'da Yaşam), İstanbul: Çali Grafik Matbaacılık A. Ş.

Alanya Ekonomik Rapor, 2005, Alanya Ticaret ve Sanayi Odası.

www.alanya.bel.tr

www.altso@org.tr

www.tkgm.gov.tr