

## Adana'da Turizm Sektörünün Bölgesel Kalkınmadaki Rolü\*

Sibel OĞUZ\*\*, Özgür KIZILDEMİR\*\*\*, Nuray EKER\*\*\*\*

### Öz

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren turizm, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen endüstrilerden biri haline gelmiştir (Çımat ve Bahar, 2003; UNWTO, 2014). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün 2016 yılında yayınlanan raporuna göre, uluslararası seyahatlere katılan kişi sayısının 1 milyarı geçtiği, bu hareketler sonucunda 1 trilyon doların üzerinde bir gelir elde edildiği anlaşılmaktadır (UNWTO, 2016). Bu araştırma, Adana destinasyonunun mevcut turizm potansiyelinin incelenmesi ile başlayıp, turizm destinasyonu kapsamında turistlerin harcamaları incelenmiştir. Yapılan bu turistik harcamaların destinasyondaki ekonomik etkilerine bakılarak bölgesel kalkınmadaki rolü değerlendirilmiştir. Bu araştırmanın amacı; bölgesel kalkınmada Adana ekonomisine turizm endüstrisinin ekonomik katkılarını değerlendirmektir. Adana'ya gelen turist sayısının yıllar itibarıyla artış göstermesi il ekonomisine turizmin katkısının ölçülmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Çalışma kapsamında 396'sı T.C. vatandaşı olmak üzere Adana ilini ziyaret eden 600 turiste bölgesel kalkınma anketi uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kişi başı ortalama turist harcaması 2232 TL'dir. Gelen turist sayısının ortalama kişi başına harcamayla çarpılması sonucu yaklaşık 2,44 milyar TL/642 milyon \$ (1 \$=3,8 TL) doğrudan Adana ekonomisine katkı yaptığı görülmektedir. Adana'da turizmin geliştirilmesi bölgeye ekonomik katkılar sunacak, bölgedeki ulaşım ağlarının, alt yapı ve üst yapının, turizm işletmelerinin, istihdamın ve bölgedeki diğer sektörlerin gelişimine katkılar sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Sektörü, Turistik Harcama, Ekonomik Etki, Bölgesel Kalkınma, Adana.



### Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 10.08.2018

Kabul/Accepted: 21.08.2018

DOI: <http://dx.doi.org/10.17336/igusb.431644>

\* Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir (Proje No: 17117001).

\*\* Sorumlu Yazar, Dr. Öğr. Üyesi, Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi Adana, Türkiye, E-posta: [soguz@adanabtu.edu.tr](mailto:soguz@adanabtu.edu.tr) ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-1951-3821>

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İ.İ.S.B.F., İstanbul, Türkiye,

E-posta: [okizildemir@gmail.com](mailto:okizildemir@gmail.com) ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-0681-6137>

\*\*\*\* Arş. Gör., Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Adana, Türkiye, E-posta: [neker@adanabtu.edu.tr](mailto:neker@adanabtu.edu.tr) ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-2891-2592>

## **The Role of Tourism Sector in Regional Development in Adana**

### **Abstract**

Tourism has become one of the fastest growing and expanding industries in the world economy since the second half of the 20th century (Çımat ve Bahar, 2003; UNWTO, 2014). According to the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) report published in 2013, it is understood that the number of people participating in international travel has exceeded 1 billion, and as a result of these movements an income of over 1 trillion dollars has been obtained (UNWTO, 2016). This research starts with examining the existing tourism potential of the Adana destination and examines the expenditures of tourists within the tourism destination. The role of these tourist expenditures in regional development was evaluated based on the economic effects of the destination. The purpose of this research is to evaluate the economic contribution of the tourism industry to the Adana economy in regional development. The increase in the number of tourists coming to Adana shows the necessity to measuring the contribution of tourism to the provincial economy. Within the scope of the study, a regional development survey was applied to 600 tourists visiting Adana province 396 of whom were Turkish Citizen. According to the results of the research, average tourist expenditure per person is 2232 TL. The result of multiplying the number of arriving tourists by the average per capita expenditure seems to have contributed directly to the Adana economy with approximately 2.44 billion TL / 642 million \$ (1 \$ = 3.8 TL). The development of tourism in Adana will provide economic contributions to the region and will contribute to the development of transport networks, infrastructure and superstructure, tourism enterprises, employment and other sectors in the region.

**Keywords:** Tourism Sector, Tourist Spending, Economic Impact Regional Development, Adana.

### **1. Giriş**

Turizm günümüzde Türkiye dâhil olmak üzere birçok ekonomi açısından önemi giderek artan bir sektördür. Bu sektörün hangi nedenlerden dolayı önemli olduğu, tek başına bu sektöre dayalı ekonomik büyümenin mümkün olup olmayacağı, turizm talebi ve arzına ait özellikler ile ekonomiye mal ve hizmet sunan diğer sektörlerin özellikleri arasındaki benzerlik ve farklılıkların neler olduğu, turizmin doğal hammaddesi kabul edilen deniz, güneş, kum, tarih ve kültür değerlerinin üst yapı olmadan ne dereceye kadar çekim gücü yaratabilecekleri, var olan kaynakların kullanım sınırının bulunup bulunmadığı, küresel eğilimlerin etkisiyle uluslararası turizmin ne yönde şekil değiştirdiği, çok uluslu firmaların turizm piyasalarına etki derecelerinin hangi düzeyde olduğu, iç ve dış turizm harcamalarının ekonomide yarattığı gelir akımının etilerinin neler olduğu gibi bir dizi sorular ve bu sorulara ait yanıtlar turizm ekonomisinin ilgi alanına girmektedir (Yağcı, 2007:1).

Sanayi devrimiyle birlikte insanlar tarımdan ve doğadan uzaklaşmaya başlamıştır. Yaşadığı yerden uzaklaşmak için ise turistik faaliyetlere katılmaya başlayarak turizm sektörünün gelişmesini sağlamışlardır. Turizm talebinin

artması ile turizm kaynakları olan destinasyonlarda turizmin ekonomik etkileri artırmıştır. Hatta bir çok destinasyon için turizm, en önemli gelir kaynağı ve ekonomik kalkınma aracı olmuştur. Diğer yandan sadece ekonomik katkısı ile değil, sosyo-kültürel etkileri, çevresel etkileri ve ülkenin tanıtımına olan etkileri nedeni ile de öncü sektör olarak kabul edilmeye başlamıştır. Turizmin artan önemi nedeniyle daha fazla pay almak isteyen hem az gelişmiş ülkeler, hem gelişmekte olan ülkeler, hem de gelişmiş ülkelerin turizm gelirlerini kendine çekmek için çok çeşitli ve yönlü stratejiler ortaya koymaktadırlar.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün 2016 yılında yayınlanan raporuna göre ise uluslararası seyahatlere katılan kişi sayısının 1 milyarı geçtiği, bu hareketler sonucunda 1 trilyon doların üzerinde bir gelir elde edildiği anlaşılmaktadır (UNWTO, 2016). Türkiye'nin turizm rakamları Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre incelendiğinde ise 2016 yılında bir önceki yıla göre % 30 azalarak 22.107.440 dolara gerilediği görülmektedir. Gelen turist sayısı bakımından 2015 yılında, 41.617.530 kişi iken 2016 yılında bu rakam 31.365.330 olmuştur. Ortalama kişi başına harcama ise 2015 yılında 756 dolar iken, 2016 yılında bu rakam 705 dolara düşmüştür. Gayri Safi Milli Hâsıla (GSMH) içerisindeki payına bakıldığında, 1980 yılında 0,6 iken 2015 yılında 6,2 ve 2016 yılında ise bu rakam 2,6 rakamlarına ulaştığı görülmektedir. (TUİK, 2016). Turizm gelirlerinin Türkiye 2023 Stratejisine göre ise, 2023 yılında, 63 milyon turist, 86 milyar dolar dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1350 dolar harcamaya ulaşılması öngörülmektedir. Bu bağlamda turizmin ekonomik etkilerinin hem küresel hem de Türkiye açısından ne kadar önemli bir yere sahip olduğu rakamlarla da görülmektedir (Türkiye Turizm Stratejiler 2023 Eylem Planı 2007-2013).

Konuya Adana ili açısından bakıldığında ise; Adana, ilk sanayileşen şehirlerden biri olmuştur. Pamuk, buğday, soya fasulyesi, arpa, üzüm ve narenciye'nin büyük miktarlarda üretildiği Çukurova tarım bölgesinin pazarlama ve dağıtım merkezidir. Tekstil ve deri sanayi Adana'nın üretiminin %29'unu oluşturan büyük sanayi kollarıdır ve bitkisel yağ ile işlenmiş yiyecek üreten tesisler de sayıca fazladır. Otomotiv sanayide Adana'nın en büyük firması olan Temsa'nın 2.500'den fazla çalışana sahip olup yıllık 4.000 otobüs üretmektedir. Güney Türkiye'deki önde gelen ticari merkezlerden biri olan şehir birçok şirketin ve kamu kuruluşunun bölgesel müdürlüklerine ev sahipliği yapmaktadır. Tarım ile birlikte hayvancılık da coğrafi koşulların imkân vermesiyle Adana ekonomisine ülke ekonomisinin ortalamasının üstünde katkı sağlamaktadır. Büyükbaş ve küçükbaş hayvancılığın yanı sıra, Akdeniz'e kıyısı bulunan Adana'nın ilçeleri Yumurtalık ve Karataş'ta deniz mahsulleri üretimi de önemli bir yer tutmaktadır (<http://www.adana.bel.tr>, Erişim Tarihi: 02.10.2017). Eski çağlardan beri askeri ve ticari yollar üstünde yer alan Adana, tarihin her döneminde çeşitli devreler için çekici bir yer olmuştur. Günümüzde 1 milyar 700 milyon doları aşan ihracatıyla Adana, ekonomi, ticaret, sanayi ve bankacılık alanlarında Türkiye'nin önde gelen şehirlerinden birisidir (<http://www.adana.gov.tr>, Erişim Tarihi 02.10.2017). Adana ili, Anadolu, Mezopotamya ve Doğu Akdeniz arasında köprü vazifesi görmesi, coğrafi

konumu, kara, deniz ve ırmaklar üzerinden sağladığı ulaşım kolaylığı, dört mevsim hiç eksilmeyen güneşi ile tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Binlerce yıllık tarihi geçmişi, bu geçmişten günümüze kalan sayısız tarihi eserleri; kaleleri, antik kentleri, konakları, mutfağı, doğal güzellikleri, el sanatları; coğrafi ve iklim özellikleri nedeniyle mevcut turizm potansiyeli ve çeşitliliği açısından oldukça zengin bir ildir (Adana İli Potansiyel Yatırım Konuları Araştırması, 2016: 147). Adana'da Adana İl Kültür Turizm Müdürlüğü 2016-2017 verilerine göre, turizm ve belediye belgeli toplam 10.772 yatak kapasitesi, 7 adet yiyecek içecek işletmesi, 129 adet seyahat acentesi, 143 adet rehber mevcuttur (Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Erişim Tarihi 02.10.2017). Belirtilen bu rakamlar ışığında turizmin çoğu zaman hesaplanamayan giderlerine rağmen hala dünyada pek çok ülke ekonomisi için çekiciliği sürmektedir.

Bu araştırmanın amacı; bölgesel kalkınmada Adana ekonomisine turizmin ekonomik katkılarını değerlendirmektir. Adana'ya gelen turist sayısının yıllar itibarıyla artış göstermesi il ekonomisine turizmin katkısının ölçülmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ayrıca bu çalışmanın Adana gibi önemli turistik çekiciliklere sahip bir destinasyondaki yerel paydaşlara, yatırımcılara, ulusal ve bölgesel planlayıcılara ışık tutması açısından da önemli bir kaynak olacağı düşünülmektedir.

## **2. Adana'da Turizm Sektörü**

Adana'nın mevcut turistik kaynakları bölgesel kalkınma açısından değerlendirildiğinde faydalı olabilecek düzeyde olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda Adana'nın turistik arz ve talebi konularının incelenmesi bölgesel kalkınmaya katkısının ölçülmesi açısından faydalı olacaktır.

### **2.1. Adana'nın Turistik Arz ve Talebi**

Adana'nın Akdeniz'e bulunan 160 km sahili, 300 gün güneşli havası, yüzlerce tescilli kültür varlığı, binlerce arkeolojik ve etnoğrafik eseri, yüzlerce çeşit bitkisi, trekking (dağ yürüyüşü) alanları, yaylaları ve doğal güzellikleri ile turizmin her çeşidine olanak sağlayarak Adana'nın kalkınması açısından önemli turistik kaynaklara sahip olduğu görülmektedir (Adana Turizm Master Planı, 2016: 42).

Turizm arzı olarak Adana'da bulunan konaklama işletmeleri (belediye belgeli ve turizm belgeli), seyahat işletmeleri ve turizm belgeli yeme-içme (lokantalar) tesislerinin rakamları aşağıdaki tablo 1, tablo 2 ve tablo 3'te özetlenmektedir.

<b>SINIFI</b>	<b>SAYISI</b>	<b>YATAK SAYISI</b>
5 yıldızlı Otel	6	2.350
4 yıldızlı Otel	16	2.557
3 yıldızlı Otel	14	1.559

Tesis Türü	Sayı	Yatak Sayısı
2 yıldızlı Otel	4	331
Motel	4	250
Butik Otel	1	60
Müstakil Otel	1	56
Özel Belgeli Otel	2	92
<b>TOPLAM</b>	<b>48</b>	<b>7.255</b>

**Kaynak:** Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016.

Tablo 1'de görüldüğü üzere Adana'da turizm belgeli otel sayısının 48 yatak sayısının ise 7.255 olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 2'ye göre Adana'da belediye belgeli konaklama işletmelerinin toplam tesis sayısının 75, yatak sayısının ise 3.517 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Tablo 1 ve Tablo 2'den anlaşılacağı üzere Adana'da turizm belgeli ve belediye belgeli konaklama işletmelerinde toplam yatak sayısı 10.772'dir.

İLÇE	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
ALADAĞ	2	28	64
CEYHAN	4	99	188
ÇUKUROVA	0	0	0
FEKE	0	0	0
İMAMOĞLU	0	0	0
KARAIŞALI	0	0	0
KARATAŞ	12	216	422
KOZAN	1	12	13
SAIMBEYLİ	2	20	40
SARIÇAM	0	0	0
SEYHAN	29	777	1.321
TUFANBEYLİ	2	46	86
YUMURTALIK	19	377	1.149
POZANTI	3	40	74
YÜREĞİR	1	83	160
<b>TOPLAM</b>	<b>75</b>	<b>1.698</b>	<b>3.517</b>

**Kaynak:** Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016.

Adana'da bulunan bir diğer turizm işletme çeşidi olan seyahat acentelerinin toplam sayısının 129 adet olduğu Tablo 3'ten anlaşılmaktadır. Tablo 3'e göre Adana'da faaliyet gösteren seyahat acentelerinin çoğunluğunu A grubu oluşturduğu görülmektedir.

<b>Acenta Grubu</b>	<b>Sayısı</b>
A Grubu Seyahat Acentaları(MERKEZ)	83
A Grubu Seyahat Acentaları(ŞUBE)	39
C Grubu Seyahat Acentaları	7
<b>TOPLAM</b>	<b>129</b>

**Kaynak:** Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016.

Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2016) verilerine göre ise turizm belgeli yeme-içme tesis sayısının ise sadece 7 adet olduğu anlaşılmaktadır. Bu sayının az olması Adana'da faaliyet gösteren yeme-içme tesislerinin büyük çoğunluğunun belediye belgeli olarak faaliyet göstermesidir.

Adana'da turizm işletmesi olarak faaliyet gösteren turistik arzların bir diğer boyutu ise şehirdeki turizm kaynaklarıdır. Bu bağlamda Adana'nın sahip olduğu turizm kaynakları ise genel olarak müzeler, geleneksel evler, antik kentler, kaleler, kiliseler, köprüler, kervansaraylar, hanlar, camiler, konaklar, saat kulesi, anıtlar, şelaleler, milli parklar, tabiat parkları, baraj gölü, çeşitli festivaller ve kendine özgü mutfağı olarak sıralayabilmek mümkündür. Yukarıda sayılan turizm kaynakları Adana'ya turizm talebi oluşturmada kolaylık sağlayabilecek en temel faktörlerdir.

Adana'nın sahip olduğu turistik arzlar çeşitli turizm türlerinin yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda Adana'nın sahip olduğu turizm kaynaklarına olan turistik talebin artışının sağlanması ile birlikte bölgesel kalkınma açısından faydalı olabileceğini söylemek mümkündür. Adana'nın mevcut turizm talebi Tablo 4'te incelenmektedir. Tablo 4'e göre belediye belgeli konaklama işletmelerinde en fazla konaklamanın 2014 yılında olduğu görülmektedir. 2015 yılında ise konaklama sayısının neredeyse yarı yarıya düştüğü anlaşılmaktadır.

<b>YILLAR</b>	<b>Belediye Belgeli İşletmeler</b>		
	<b>Tesise geliş sayısı / Vatandaş</b>	<b>Tesise geliş sayısı / Yabancı</b>	<b>Tesise geliş sayısı / Toplam</b>
2011	54.836	452	55.288
2012	127.359	2.540	129.899
2013	202.563	12.966	215.529
2014	340.621	9.527	350.148
2015	168.601	16.151	184.752

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016.

Tablo 5 Adana'da turizm işletme belgeli konaklama tesislerindeki konaklama yapan yerli ve yabancı turist sayılarını göstermektedir. Buna göre en fazla konaklamanın 2015 yılında yapıldığı ve genel olarak 2011 yılından

İtibaren konaklama yapan turistlerin sayılarında bir artış eğilimi olduğu yorumunu yapmak mümkündür.

YILLAR	Turizm İşletme Belgeli İşletmeler		
	Tesise geliş sayısı / Vatandaş	Tesise geliş sayısı / Yabancı	Tesise geliş sayısı / Toplam
2011	282.584	40.220	322.804
2012	284.583	39.592	324.175
2013	371.153	44.641	415.794
2014	406.224	51.782	458.006
2015	487.674	52.632	540.306

**Kaynak:** *Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016.*

Sonuç olarak Adana'da 2015 yılı itibari ile belediye belgeli ve turizm belgeli konaklama işletmelerinde konaklama yapan yerli ve yabancı turistlerin sayılarına bakıldığında toplamda 725.058 olduğu anlaşılmaktadır.

### 3. Bölgesel Kalkınma

Bölgesel kalkınma, bölgenin sahip olduğu kaynaklarının harekete geçirilmesi ve girişimciliğin özendirilmesi ile birlikte bölgedeki gelir seviyesinin ve istihdamının artırılması, yaşam standartlarının iyi bir seviyeye gelmesi olarak tanımlanabilir (Durgun, 2006: 42). Bir başka deyişle ise şehir, metropoliten alan ve alt ulusal bölge olarak tanımlanan topluluktaki herkesin yaşam kalitesini artıran ve ekonomik faydaları yükselten sürdürülebilir ekonomik büyümeyi gerçekleştirmek için yerel otoritelerin, özel sektörün, kar amacı olmayan kurumların ve yerel halkın birlikte çalışması şeklinde tanımlanmaktadır (Kaypak, 2013: 203).

Bölgesel kalkınma ve turizm ilişkisi incelendiğinde turizm sektörünün az gelişmiş ve geri kalmış bölgelerin gelişmesine, ekonominin yeniden yapılandırılmasına ve sonuçta bir bütün olarak ekonomik büyüme ile kalkınmaya bir araç olarak kullanılmaktadır (Bahar, 2007). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi yukarıda ifade edilen özelliklerin dışında şu şekilde sıralamak mümkündür (Çeken, 2008:300-302);

- Turizm sayesinde ihracı mümkün olmayan, jeo-ekonomik varlıklar, sosyo-kültürel varlık, değer ve olaylar ile spesifik bazı hizmetler bölge için döviz kaynağı haline gelmektedir.
- Bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin yapmış oldukları turistik tüketim harcamaları ile artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar gerek turizm sektöründe gerekse sektörü belirleyen diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin gelirlerini artırır.
- Turizm sektörü her ne kadar hizmet sektörü içinde yer alsada taşıdığı özellikler nedeniyle 37 tane sektörle yakın bir ilişki içindedir. Yani bir ülkede veya bölgede turizmin gelişmesi aynı zamanda 37 tane sektörün

de gelişmesi demektir. Ancak turizmin sektörler üzerindeki o ülkede veya bölgede gelişmiş olan turizm çeşidine göre farklılıklar arz etmektedir.

- Turizm sektörüne paralel olarak turizmin gelir etkisinin artması, tarım sektöründe üretim kalitesinin artmasına, standardizasyonun sağlanmasına ve kaliteli ürünün gerçek değerini bulmasına neden olur. Bunun sonucunda o bölgede tarımla geçinen kesimin gelirinde bir artış olacaktır. Turizm olmasaydı bu ürünler gerçek değerini bulamayacak ve halkın gelirinde düşüş olacaktır. Bu durum özellikle Türkiye için son derece önemlidir. Çünkü halkın büyük bir bölümü tarımla geçinmektedir. Tarım ekonomisinin yaygın olduğu bölgelerde turizmin gelişmesi demek tarımla geçinen halkın gelir ve refah seviyesinin artması demektir. Tarım sektöründeki gizli işsizlik sorunu da turizmin gelişmesine paralel olarak ortadan kalkmaktadır. Dolayısıyla işsiz kesimin sanayileşmiş bölgelere göç etmesinin önüne geçilmekte ve bölgelerarası dengesizlik de en aza indirilmiş olmaktadır.
- Turizm sektörünün gelişmesi sonucunda, bölgede ikamet edenler, evlerini pansiyon olarak turistlere kiraya verme yoluyla bir gelir elde etmektedirler. Bununla birlikte, aile ve turistlerin aynı çatı altında birlikte yaşamaları sosyo-ekonomik kalkınmaya olumlu yönden katkı sağlamaktadır. Turizm yoluyla kısa sürede oluşan sosyo-ekonomik içerikli yapı değişimi, çağdaş uygarlık düzeyine ulaşma savaşı veren toplumlar için son derece önemlidir.
- Turizmin geliştiği bölgelerde aynı zamanda bölgede bir çevre bilincinin gelişmesine de yol açmaktadır. Temiz bir çevre turizmin temel sermayesidir. Turizm çevreyi koruyacak, hava ve su kirlenmesini önleyecektir. Yörede sürdürülebilir bir çevre modeli gelişecek ve kalkınma sürecinin gelişmesine neden olacaktır.
- Turizmin gelişmesi sonucunda bölgede, kalkınma hızı ile nüfus artış hızı arasındaki dengesizliğin sebep olduğu iç göçler, turizm nedeniyle yer yer azalacak veya duracaktır. Bu süreç kentlerin gecekondulaşmasını veya çarpık kentleşme hızını yavaşlatacaktır. Turizmin, çözümü güç ve aşılması zor olan bu toplumsal sorunların çıkmasını önleyici ve azaltıcı bu fonksiyonu, ülkenin kalkınmasına bir katkı olarak değerlendirilmektedir.
- Turizm arz potansiyeline sahip çekim bölgelerde oturanların sahip oldukları sosyo-kültürel değerleri yıpranmayacak hatta değer kazanacaktır. Çünkü yörenin sahip olduğu gelenekler ve görenekler bölge için birer çekim unsuru olacaktır. Bu çekim unsurlarının zenginliği aynı zamanda bölgenin de gelişim sürecini hızlandıracaktır.

#### **4. Metodoloji**

Turizmin toplumlar üzerinde ekonomik, kültürel, sosyal, çevresel etkileri olduğu bilinmektedir. Turizmin bu etkilerinin destinasyon bazında tespit



edilmesi ve bilgilerin paydaşlara sunulması, söz konusu destinasyonda turizmi daha ileri noktalara taşımak ve kalkınmasına destek olmak adına önem arz etmektedir. Turizmin bölgesel kalkınma üzerindeki etkileri onu kritik bir noktaya taşımaktadır.

Ulusal ve uluslararası arenada turizmin bölgesel kalkınmaya etkilerini konu alan pek çok çalışma mevcuttur. Turizmin gelişmiş olduğu destinasyonlarda turizmin bölgesel kalkınma ile ilişki açık bir şekilde ortaya konmaktadır. Bu çalışmada bölge ekonomisi turizme bağlı olmayan bir şehir olarak Adana ili ele alınmaktadır. Tarihi değerleri, doğal çekicilikleri, yerel kültürü, gastronomisi, fuar ve festivalleri ile dikkat çekmesine rağmen turizmde henüz hak ettiği yere kavuşamamıştır. Yapılan bu çalışma ile Adana ilinde turizmin bölgesel kalkınmaya etkilerinin belirlenmesi amaçlanmakta olup, ayrıca Kızıldemir'in 2015 yılındaki topladığı veriler ile kıyaslama yaparak bölgede turizmin gelişmesi adına önemli bulgular ortaya koyması ve bir öneri niteliği taşıması planlanmaktadır.

Adana'nın bölgesel kalkınmasında turizmin rolünü ölçmeyi hedefleyen bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniği kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin veri elde edilmesi amacıyla oluşturulan demografik sorular ile seyahat süreçlerine ilişkin sorulardan oluşmaktadır. Uygulanan ölçeğin ikinci kısmı katılımcıların Adana'da kaldıkları süreçte yapmış oldukları harcamaları tespit etmek amaçlı soruları içermektedir. Bu çalışmada Kızıldemir'in (2017) doktora tezinde kullanmış olduğu ölçek temel alınmıştır.

Araştırma evreni Adana ilinde ziyaret eden yerli ve yabancı turistler olup bu rakam 2017 yılı için 1.094.335 kişidir ([www.adanakulturturizm.gov.tr](http://www.adanakulturturizm.gov.tr)). Hazırlanan ölçek, evreni temsil edeceği düşünülerek (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014) 600 katılımcıya uygulanmıştır. Bu çalışmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kasti örnekleme metodu kullanılmıştır. Bu çalışmada Adana ilini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin tatil süreçlerinde yaptıkları harcamaların tespit edilmesi amaçlandığı için, Adana'dan ayrılmak üzere olan ziyaretçileri tespit etmek üzere Adana Şakir Paşa Hava Limanı'nda giden yolcu peronlarında katılımcılara anket uygulanmıştır. Veri toplama işlemi 25 Aralık 2017- 5 Ocak 2018 tarihi arasında gerçekleştirilmiştir.

## **4.1. Bulgular**

### **4.1.1. Katılımcıların Demografik Değişkenleri ve Tatil Süreçlerine İlişkin Bulgular**

Araştırmaya dâhil edilen katılımcıların milliyetleri ve yaşadıkları ülkeler hakkındaki bilgiler çapraz tablo ile analiz edilerek Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Milliyetlerine ve Yaşadıkları Ülkelere İlişkin Bilgiler														
MİLLİYET	YAŞANILAN ÜLKE													
	KKTC	Türkiye	Suriye	Hollanda	Fransa	Belçika	Gürcistan	Arabistan	Almanya	Mısır	Katar	Azerbaycan	Diğer Ülkeler <sup>1</sup>	Toplam
TC Vatandaşı	110	105	1	29	29	26	15	16	20	18	4	4	19	396
KKTC Vatandaşı	56	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	56
Suriye Vatandaşı	-	2	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47
Arabistan Vatandaşı	-	-	1	-	-	-	-	10	-	-	6	-	-	17
Gürcistan Vatandaşı	2	-	-	-	-	-	11	-	-	-	-	-	-	13
Azerbaycan Vatandaşı	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	9
Türkmenistan Vatandaşı	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	9
Hollanda Vatandaşı	-	-	-	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8
Diğer Ülke Vatandaşları <sup>2</sup>	-	-	-	1	1	3	-	-	1	3	6	-	30	45
<b>Toplam</b>	<b>170</b>	<b>107</b>	<b>47</b>	<b>38</b>	<b>30</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>56</b>	<b>600</b>

Tablo 6, katılımcıların milliyetlerine ve yaşadıkları ülkelere ilişkin bilgileri içermektedir. Çapraz tablo incelendiğinde 396 katılımcının TC vatandaşı olması; 170 katılımcının KKTC'nde, 107 katılımcının Türkiye'de ikamet ediyor olması; Belçika, Hollanda, Fransa ve Almanya vatandaşlarının milliyet bazında en çok katılıma sahip olan ülkeler olduğu dikkat çekmektedir. Araştırmaya dâhil olan 600 katılımcının 107'si Türkiye'de ikamet ederken, 493 katılımcının ülke dışında ikamet ettiği anlaşılmaktadır.

Araştırmaya dâhil olan katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Demografik Değişkenlerine İlişkin Bilgiler								
Cinsiyet	Yaş							
	18-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51 ve üz.	TOP.
	Kadın	60	43	37	27	19	10	28
Erkek	61	70	73	54	16	26	76	376
<b>TOPLAM</b>	<b>121</b>	<b>113</b>	<b>110</b>	<b>81</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>104</b>	<b>600</b>
Cinsiyet	Medeni Durum							
	Evli		Bekâr		TOPLAM			
	Kadın	130	94	224				
Erkek	216	160	376					
<b>TOPLAM</b>	<b>346</b>	<b>254</b>	<b>600</b>					
Cinsiyet	Eğitim							
	Eğitimsiz	İlköğretim	Ortaöğretim	Ön lisans	Lisans	Lisansüstü	TOP.	
	Kadın	4	18	74	9	111	8	22

<sup>1</sup> Katar, Belçika, Mısır, Ukrayna, Rusya, Lübnan, Irak, Sırbistan, Ermenistan, Bulgaristan, Fransa, Almanya

<sup>2</sup> Lübnan, Irak, Sırbistan, Ermenistan, Bulgaristan, Türkmenistan, Kırgızistan, Japonya, İngiltere, Fas, Tayland, Avustralya

								4	
	Erkek	1	32	148	26	167	2	376	
<b>TOPLAM</b>		<b>5</b>	<b>50</b>	<b>222</b>	<b>35</b>	<b>278</b>	<b>10</b>	<b>600</b>	
<b>Meslek</b>									
Cinsiyet		Kendi işi	Memur	İşçi	İşveren	Emekli	Çalışmıyor	TOPLAM	
	Kadın	17	74	37	2	24	70	224	
	Erkek	113	68	122	18	35	20	376	
<b>TOPLAM</b>		<b>130</b>	<b>142</b>	<b>159</b>	<b>20</b>	<b>59</b>	<b>90</b>	<b>600</b>	
<b>Gelir (\$)</b>									
		501-1000	1001-1500	1501-2000	2001-2500	2501-3000	3001-3500	3501 ve üzeri	TOPLAM
	Kadın	53	51	45	32	37	5	1	224
	Erkek	63	68	69	51	58	33	34	376
<b>TOPLAM</b>		<b>116</b>	<b>119</b>	<b>114</b>	<b>83</b>	<b>95</b>	<b>38</b>	<b>35</b>	<b>600</b>
<b>Gelir Seviyesi</b>									
Cinsiyet		Düşük	Orta	Orta Üzeri	Yüksek	TOPLAM			
	Kadın	65	111	46	2	224			
	Erkek	39	200	101	36	376			
<b>TOPLAM</b>		<b>104</b>	<b>311</b>	<b>147</b>	<b>38</b>	<b>600</b>			

Tablo 7'de yer alan demografik bilgilere göre katılımcıların 224'ünün kadınlardan ve 376'sının erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların çoğu 18-25 yaş grubu arasında yer almaktadır. Cinsiyet farklılığı ile yaşlara bakıldığında kadınların çoğunun 18-25, erkeklerin çoğunun 51 yaş üzeri grupta yer aldığı görülmektedir. Hem kadın hem de erkek katılımcıların çoğu evlidir. Eğitim durumlarına bakıldığında eğitimsiz olanlar ile lisansüstü düzeyde eğitime sahip olanların azınlıkta olduğu dikkat çekmektedir. Eğitim düzeyinde katılım, hem erkeklerde hem de kadınlarda lisans düzeyinde çoğunluk göstermektedir. Katılımcılar arasında kadınların çoğu çalışmamaktadır, çalışan kadınların ise çoğu memurdur. Erkek katılımcılarda ise işçi ve kendi işi yapan katılımcıların çoğunlukta olduğu tabloda gösterilmektedir.

Katılımcıların gelir düzeyleri incelendiğinde kadın katılımcılarda 3500 \$ üzeri gelire sahip sadece 1 katılımcı var iken, kadınlarının çoğunun 500-1000\$ arası gelir elde ettiği gözlemlenmektedir. Erkek katılımcılarda çoğunluğun 1501-2000\$ gelire sahip olduğu; bunu takiben en fazla katılımın 3001'doların üzerinde olduğu tablodan açıkça anlaşılmaktadır. Bununla birlikte hem kadın hem de erkek katılımcılar kendilerinin orta düzey gelir seviyesinde olduklarını ifade etmişlerdir. Elde edilen gelir ile gelir seviyesi kendi içinde çapraz tablo analizine tabi tutulmuş olup tablo 9'da gösterilmektedir. Eğitim seviyesi ve meslek grupları kendi içinde çapraz tablo analizine tabi tutulmuş olup Tablo 8'de gösterilmektedir.

		Meslek						Toplam
		Kendi işi	Memur	İşçi	İşveren	Emekli	Çalışmıyor	
Eğitim Seviyesi	Eğitimsiz	0	0	3	0	0	2	5
	İlköğretim	6	0	29	0	6	9	50
	Ortaöğretim	35	18	73	12	41	43	222
	Ön lisans	8	13	7	1	3	3	35
	Lisans	80	104	47	7	9	31	278
	Lisansüstü	1	7	0	0	0	2	10
Toplam		130	142	159	20	59	90	600

Tablo 8 incelendiğinde ilköğretim ve ortaöğretim düzeyinde eğitime sahip olan katılımcıların çoğunun işçi olarak; ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip olanların memur olarak çalıştıkları dikkat çekmektedir.

Elde edilen gelir ile gelir seviyesi kendi içinde çapraz tablo analizine tabi tutulmuş olup tablo 9'da gösterilmektedir.

		Gelir Seviyesi				Toplam
		Düşük	Orta	Orta Üzeri	Yüksek	
Geliriniz	501-1000	46	70	0	0	116
	1001-1500	41	78	0	0	119
	1501-2000	17	90	7	0	114
	2001-2500	0	73	9	1	83
	2501-3000	0	0	93	2	95
	3001-3500	0	0	38	0	38
	3500 ve üzeri	0	0	0	35	35
Toplam		104	311	147	38	600

Tablo 10'a göre katılımcıların %44,8'i akraba veya arkadaşlarını ziyaret etmek üzere; %30,5'i tatil amaçlı Adana'ya gelmiştir. En az katılım ise ticari ve kültürel nedenlerdir. Tabloda yer alan bilgilere göre katılımcıların büyük çoğunluğu seyahatlerini bireysel olarak planlamışlardır. Bununla birlikte katılımcıların seyahatlerine ilişkin bilgi edindikleri en önemli bilgi kaynağı yine seyahat acenteleridir. Katılımcıların yarısının seyahatlerinin Adana dışındaki illeri de kapsadığı tabloda açıkça görülmektedir.

<b>Tablo 10. Katılımcıların Seyahatleri ve Seyahat Süreçlerine İlişkin Bilgiler</b>			
<b>Bu seyahatimizde Adana'yı seçmenizdeki en önemli amaç nedir?</b>		<b>N</b>	<b>P</b>
<b>Ziyaret Nedeni</b>	Akraba-arkadaş ziyareti	269	44,8
	Tatil	183	30,5
	İş ilişkileri	77	12,8
	Toplantı konferans	29	4,8
	Eğitim- öğrenim	10	1,7
	Kamu hizmeti	10	1,7
	Sağlık Tedavisi	9	1,5
	Transit	6	1,0
	Kültürel	4	0,7
	Ticari	3	0,5
<b>Seyahatinizi nasıl organize ettiniz?</b>		<b>N</b>	<b>P</b>
Bireysel		584	97,3
Seyahat Acentesi		16	2,7
<b>Seyahatiniz için gerekli bilgiyi sağladığınız en önemli kaynak hangisidir?</b>		<b>N</b>	<b>P</b>
<b>Bilgi Kaynağı</b>	Seyahat acentesi	365	60,8
	Eş, Dost ve Akraba	126	21,0
	İnternet	54	9,0
	Turizm Bürosu	49	8,2
	TV, gazete, dergi vb.	6	1,0
<b>Bu seyahatiniz Adana dışındaki şehirleri de kapsıyor mu?</b>		<b>N</b>	<b>P</b>
Hayır		303	50,5
Evet		297	49,5

<b>Tablo 11. Katılımcıların Konaklamalarına İlişkin Bilgiler</b>							
	Tatil süresi (Gün)	N	P	Mean	Otel Geceleme Sayısı		
					Geceleme	N	P
<b>Gün Sayısı</b>	1 Gün	32	5,3	7,4433	1 Gece	24	4,0
	2 Gün	38	6,3		2 Gece	24	4,0
	3 Gün	74	12,3		3 Gece	35	5,8
	4 Gün	52	8,7		4 Gece	16	2,7
	5 Gün	96	16,0		5 Gece	57	9,5
	6 Gün	45	7,5		6 Gece	11	1,8
	7 Gün	66	11,0		7 Gece	12	2,0
	8 Gün	19	3,2		8 Gece	5	0,8
	9 Gün	7	1,2		10 Gece	2	0,3
	10 Gün	67	11,2		Toplam	186	31
	11 Gün	2	0,3		Mean	3,9570	
	12 Gün	8	1,3		<b>Pansiyon-Kiralık Ev Geceleme Sayısı</b>		
	13 Gün	4	0,7		Geceleme	N	P
	14 Gün	6	1,0		2 Gece	2	0,3
	15 Gün	45	7,5		6 Gece	3	0,5
	17 Gün	1	0,2		10 Gece	1	0,2
	18 Gün	3	0,5		12 Gece	1	0,2
	19 Gün	3	0,5		15 Gece	1	0,2
	20 Gün	16	2,7		20 Gece	3	0,5
	21 Gün	1	0,2		27 Gece	1	0,2
25 Gün	2	0,3	28 Gece	1	0,2		
27 Gün	1	0,2					

	<b>28 Gün</b>	1	0,2		<b>29 Gece</b>	2	0,3
	<b>29 Gün</b>	2	0,3		<b>30 Gece</b>	3	0,5
	<b>30 Gün</b>	9	1,5		<b>Toplam</b>	18	3,0
	<b>Toplam</b>	600	100		<b>Mean</b>	17,8889	
	<b>Kalınan yer</b>	<b>N</b>	<b>P</b>		<b>Aile, Akraba Arkadaş Evi Geceleme Sayısı</b>		
	<b>Akraba Evi</b>	283	47,1		Mean: 8,5601		
	<b>Otel</b>	186	31,0				
	<b>Arkadaş Evi</b>	55	9,2				
	<b>Aile Evi</b>	52	8,7				
	<b>Pansiyon/Kiralık Ev</b>	18	3,0				
	<b>Hastane</b>	6	1,0				

Katılımcıların tatil süreleri, konaklama yaptıkları yerler ve konaklama sürelerine ilişkin bilgiler tablo 11'de yer almaktadır.

Tablo 11 incelendiğinde, katılımcıların tatil sürelerinin bir günden bir aya kadar değişiklik gösterdiği dikkat çekmektedir. Tabloda yer alan bilgilere göre kişi başı ortalama tatil süresi yaklaşık bir haftadır (mean: 7,4433). Katılımcıların %34'ü konaklamak için çeşitli büyüklükteki otelleri, pansiyonları ve kiralık evleri tercih ederken; %65'i aile, akraba veya arkadaşlarının evlerinde konaklama yapmışlardır. Çeşitli büyüklükteki otellerde konaklama yapan 186 katılımcının oteldeki kişi başı ortalama geceleme süresi yaklaşık 4 gecedir. Pansiyon ve kiralık evlerde ise kişi başı ortalama geceleme sayısı yaklaşık 18'dir. Aile, akraba ve arkadaş yanında tatillerini geçiren katılımcıların ortalama geceleme süresi ise 8,5'tir.

#### 4.1.2. Katılımcıların Adana İlinde Yaptıkları Harcamalara İlişkin Bulgular

Adana'ya gelen turistlerin genel harcamalarını ve harcama kalemlerini gözlemleyebilmek için elde edilen verilere ilişkin bulgular bu bölümde ele alınmaktadır. Euro ve Dolar bazında yapılan harcamalar 25 Aralık 2017- 5 Ocak 2018 tarihleri arasındaki döviz kuru baz alınarak yaklaşık bir değer ile Türk Lirasına (TL) çevrilmiştir (1 Dolar=3,8 TL; 1 Euro=4,5 TL).

Katılımcıların ikamet ettiği ülkelere göre ortalama harcamaları Tablo 12'de gösterilmektedir.

Ülkeler	HARCAMA (TL)											Ortalama Harcama
	0-1000	1001-1500	1501-2000	2001-2500	2501-3000	3001-3500	3501-4000	4001-4500	4501-5000	5001-6000	6000 ve üzeri	
Fransa	5	1	0	0	0	1	2	1	0	3	17	5790
Belçika	1	1	0	3	0	6	1	3	1	5	8	5171
Hollanda	10	3	0	3	0	1	5	1	0	1	14	4506
Arabistan	8	2	4	0	0	2	2	0	2	1	5	3853
Mısır	4	0	1	0	1	3	2	3	2	3	2	3661
Katar	7	2	0	0	0	1	2	0	0	0	4	3153

Almanya	13	1	1	0	1	0	0	1	0	0	4	2353
KKTC	95	31	10	8	7	2	4	4	3	3	3	1459
Azerbayc.	6	3	1	0	1	2	0	0	0	0	0	1448
Türkiye	74	15	9	3	3	0	0	0	2	0	1	1025
Gürcistan	14	11	1	0	0	0	0	0	0	0	0	909
Suriye	40	4	0	2	0	1	0	0	0	0	0	657
Diğer	14	11	9	4	5	3	3	1	0	3	3	2452
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>85</b>	<b>36</b>	<b>23</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>19</b>	<b>61</b>	<b>2232</b>

Tablo 12'ye göre kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu ülkeler sırasıyla Fransa, Belçika, Hollanda, Arabistan ve Mısır'dır. Tablo 12 incelendiğinde Hollanda, Fransa, Belçika'da ikamet eden katılımcıların daha çok 6000 TL ve üzeri harcama yaptıkları, KKTC, Türkiye, Almanya ve Suriye'de ikamet eden katılımcıların çoğunlukla 500 TL'nin altında harcama yaptıkları dikkat çekmektedir. Tabloda yer alan bilgilere göre Gürcistan'da ikamet eden katılımcıların çoğunun 1000-1500 TL arası harcama yaptıkları, Azerbaycan'da ikamet eden katılımcıların 3500 TL üzerinde harcama yapmadıkları söylenebilir. Mısır, Katar ve Arabistan'da ikamet eden katılımcıların harcama aralığı ise değişiklik göstermektedir.

Tablo 13-14 katılımcıların ikamet ettikleri ülkeler bazında harcama dağılımları ile ilgili bilgileri göstermektedir.

<b>Tablo 13. Türkiye'de İkamet Eden Katılımcıların Harcama Dağılımlarına İlişkin Bilgiler</b>					
<b>Harcama Kalemleri</b>	<b>Ortalama (Mean)</b>	<b>Sayı (N)</b>	<b>Minimum Harcama (TL)</b>	<b>Maksimum Harcama (TL)</b>	<b>Toplam Harcama (TL)</b>
<b>Konaklama</b>	507,61	21	80	3.600	10.660
<b>Yiyecek-İçecek</b>	285,53	103	30	2.000	29.410
<b>Ulaşım</b>	123,28	73	20	600	9.000
<b>Sağlık</b>	95	6	80	130	570
<b>Eğlence</b>	405,32	14	50	8.000	31.210
<b>Kültür/Etkinlik</b>	70,71	14	30	200	990
<b>Giyim</b>	341,53	26	80	1200	8.800
<b>Kişisel Bakım</b>	148,08	47	20	500	6.960
<b>Alkol/Tütün</b>	72,75	29	20	200	2.110
<b>Kiralık Araç</b>	303,75	4	75	850	1.215
<b>İletişim</b>	177,5	4	30	600	710
<b>Gazete/Dergi</b>	-	-	-	-	-
<b>Hediyelik Eşya</b>	176,77	45	20	500	7.955
<b>Türkiye (Genel)</b>	<b>1.024,95</b>	<b>107</b>	<b>30</b>	<b>11.800</b>	<b>109.670</b>

Tablo 13 incelendiğinde Türkiye'de ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince toplam harcamaları 109.670 TL'dir. Bu rakam içerisinde 31 bin TL'ni aşkın tutar ile en çok harcama yapılan kalem eğlencedir. Katılımcıların neredeyse tamamı yiyecek içecek için harcama yaparken, gazete ve dergi için harcama yapan hiç katılımcı olmadığı dikkat çekmektedir. Harcama kalemlerine ilişkin ortalama harcama tutarları dikkate alındığında ise sinema ve tiyatro gibi kültürel etkinlikler en az kişi başı ortalama harcama tutarına sahipken; en yüksek kişi başı ortalama harcama 507 TL ile konaklamaya aittir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama (TL)	Maksimum Harcama (TL)	Toplam Harcama (TL)
Konaklama	440,15	64	100	1.900	28.170
Yiyecek-İçecek	390,30	165	40	8.000	64.400
Ulaşım	132,16	127	20	12.000	16.785
Sağlık	148,82	17	30	600	2.530
Eğlence	504,39	116	50	4.560	58.510
Kültür/Etkinlik	68,92	13	3	380	896
Giyim	537,44	43	80	1.710	23.110
Kişisel Bakım	203,87	62	20	760	12.640
Alkol/Tütün	83,93	49	20	300	4.113
Kiralık Araç	416,36	22	100	1.140	9.160
İletişim	70	4	30	100	280
Gazete/Dergi	-	-	-	-	-
Hediyelik Eşya	346,77	79	20	2.000	27.395
<b>KKTC (Genel)</b>	<b>1458,75</b>	<b>170</b>	<b>40</b>	<b>11.900</b>	<b>247.989</b>

Tablo 14'e göre KKTC'de ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince yaptıkları toplam harcama tutarı 247.989 TL'dir. Bu tutar içerisinde yiyecek içecek harcamaları 64.400 TL ile en yüksek paya sahip kalemdir. Türkiye'de ikamet eden katılımcılarda olduğu gibi gazete ve dergi için bir harcama yapılmadığı ve katılımcıların neredeyse tamamının yiyecek-içecek harcaması yapmış olduğu dikkat çekmektedir. Harcama kalemlerine ait kişi başı ortalama tutarlar incelendiğinde; en yüksek ortalama 537,44 TL ile giyime aitken, 68,92 TL ile sinema ve tiyatro gibi etkinlikler en az ortalamaya sahip harcama kalemidir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	360,00	5	200	600	1.800
Yiyecek-İçecek	171,33	45	40	600	7.710
Ulaşım	83,42	38	30	200	3.170
Sağlık	121,25	8	20	200	970
Eğlence	248,27	29	100	650	7.200
Kültür/Etkinlik	55	4	30	10	220
Giyim	298	10	90	700	2.980
Kişisel Bakım	120	12	40	400	1.440
Alkol/Tütün	72	20	30	150	1.440
Kiralık Araç	-	-	-	-	-
İletişim	60,71	7	30	100	425
Gazete/Dergi	-	-	-	-	-
Hediyelik Eşya	221,25	16	90	1.200	3.540
<b>Suriye (Genel)</b>	<b>657,34</b>	<b>47</b>	<b>0,00</b>	<b>2.400</b>	<b>30.895</b>



Tablo 15'e göre Suriye'de ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince yaptıkları toplam harcama tutarı 30.895 TL'dir. Bu tutar içerisinde yiyecek içecek harcamaları 7.710 TL ve eğlence harcamaları 7200 TL ile en yüksek paya sahip kalemlerdir. Türkiye ve KKTC'de ikamet eden katılımcılarda olduğu gibi gazete ve dergi için bir harcama yapılmadığı ve katılımcıların neredeyse tamamının yiyecek-içecek harcaması yapmış olduğu dikkat çekmektedir. Suriye'de ikamet eden katılımcılar kiralık araç için de herhangi bir harcama yapmamışlardır. Harcama kalemlerine ait kişi başı ortalama tutarlar incelendiğinde; en yüksek ortalama 360 TL ile konaklamaya aitken, 55 TL ile sinema ve tiyatro gibi etkinlikler en az ortalama harcama kalemidir.

	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
<b>Harcama Kalemleri</b>					
Konaklama	531,81	11	300	1.000	5.850
Yiyecek-İçecek	982,89	38	100	2.700	37.350
Ulaşım	126,15	13	25	225	1.640
Sağlık	100	1	100	1	100
Eğlence	877,5	36	100	2.700	31.590
Kültür/Etkinlik	35	4	30	50	140
Giyim	1.556,81	22	100	3.150	34.250
Kişisel Bakım	666,66	24	30	1.350	16.000
Alkol/Tütün	200	3	150	225	600
Kiralık Araç	997,27	22	290	1.800	21.940
İletişim	55	2	50	60	110
Gazete/Dergi	-	-	-	-	-
Hediyelik Eşya	746,72	29	60	1800	21.655
<b>Hollanda (Genel)</b>	<b>4.505,92</b>	<b>38</b>	<b>400</b>	<b>11025</b>	<b>171.225</b>

Tablo 16 incelendiğinde Hollanda'da ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince toplam harcamaları 171.225 TL'dir. Bu rakam içerisinde 37.350 TL'ni ile en çok harcama yapılan kalem yiyecek-içecektir. Katılımcıların tamamı yiyecek içecek için harcama yaparken, gazete ve dergi için harcama yapan katılımcı olmadığı dikkat çekmektedir. Harcama kalemlerine ilişkin ortalama harcama tutarları dikkate alındığında ise sinema ve tiyatro gibi kültürel etkinlikler en az kişi başı ortalama harcama tutarına sahipken; en yüksek kişi başı ortalama harcama 1556,81 TL ile giyime aittir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	1.706,92	13	300	4.560	22.190
Yiyecek-İçecek	1.137,23	26	100	4.000	29.568
Ulaşım	151,33	15	40	600	2.270
Sağlık	2000	1	2.000	2.000	2.000
Eğlence	631,05	19	100	1.900	11.990
Kültür/Etkinlik	67,5	4	20	100	270
Giyim	855,55	9	90	2.660	7.700
Kişisel Bakım	670	9	150	2.660	6.030
Alkol/Tütün	187,5	4	120	300	750
Kiralık Araç	658,57	7	450	900	4.610
İletişim	-	-	-	-	-
Gazete/Dergi	-	-	-	-	-
Hediyelik Eşya	753,52	17	100	4560	12.810
<b>Arabistan (Genel)</b>	<b>3.853,38</b>	<b>26</b>	<b>200</b>	<b>16.420</b>	<b>100.188</b>

Tablo 17'ye göre Arabistan'da ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince yaptıkları toplam harcama tutarı 100.188 TL'dir. Bu tutar içerisinde yiyecek içecek harcamaları 29.568 TL ile en yüksek paya sahip kalemdir. Gazete ve dergi ile iletişim için bir harcama yapılmadığı ve katılımcıların tamamının yiyecek-içecek harcaması yapmış olduğu dikkat çekmektedir. Harcama kalemlerine ait kişi başı ortalama tutarlar incelendiğinde; en yüksek ortalama 1706,92 TL ile konaklamaya aitken, 67,5 TL ile sinema ve tiyatro gibi etkinlikler en az ortalamaya sahip harcama kalemidir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	315	6	140	600	1.890
Yiyecek-İçecek	270,76	26	100	500	7.040
Ulaşım	119,44	18	50	500	2.150
Sağlık	80	1	80	80	80
Eğlence	270,45	22	100	500	5.950
Kültür/Etkinlik	80	2	60	100	160
Giyim	200	1	200	200	200
Kişisel Bakım	90	7	60	200	630
Alkol/Tütün	114	10	50	200	1.140
Kiralık Araç	323,33	3	220	450	970
İletişim	-	-	-	-	-
Gazete/Dergi	-	-	-	-	-
Hediyelik Eşya	228,66	15	50	760	3.430
<b>Gürcistan (Genel)</b>	<b>909,23</b>	<b>26</b>	<b>330</b>	<b>1720</b>	<b>23.640</b>

Tablo 18 incelendiğinde Gürcistan'da ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince toplam harcamaları 23.640 TL'dir. Bu rakam içerisinde 7.040 TL ile en çok harcama yapılan kalem yiyecek-içecektir. Katılımcıların tamamı yiyecek içecek için harcama yaparken, gazete ve dergi ile iletişim için harcama yapan katılımcı olmadığı dikkat çekmektedir. Sağlık, giyim, kültürel etkinlikler ve araç kiralama harcamaları en az katılım gören harcamalardır. Harcama kalemlerine ilişkin ortalama harcama tutarları dikkate alındığında ise sinema ve tiyatro gibi kültürel etkinlikler en az kişi başı ortalama harcama tutarına sahipken; en yüksek kişi başı ortalama harcama 323,33 TL ile araç kiralamaya aittir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	810	5	270	1.500	4.050
Yiyecek-İçecek	355	12	80	1.000	4.260
Ulaşım	151	10	50	300	1.510
Sağlık	-	-	-	-	-
Eğlence	264	10	120	450	2.640
Kültür/Etkinlik	40	3	40	40	120
Giyim	250	5	100	400	1.250
Kişisel Bakım	177,14	7	50	400	1.240
Alkol/Tütün	67,5	4	50	100	270
Kiralık Araç	600	2	600	600	1.200
İletişim	-	-	-	-	-
Gazete/Dergi	10	2	10	10	20
Hediyelik Eşya	251,11	9	50	550	2.260
<b>Azerbaycan (Genel)</b>	<b>1.447,69</b>	<b>13</b>	<b>100</b>	<b>3.300</b>	<b>18.820</b>

Tablo 19'a göre Azerbaycan'da ikamet edip Adana'yı ziyaret eden katılımcıların tatil süreçlerinde yaptıkları toplam harcama tutarı 18.820 TL'dir. Bu tutar içerisinde en yüksek harcama payı 4260 TL ile yiyecek içecek ve 4050 TL ile konaklamaya aittir. Sağlık ve iletişim için herhangi bir harcama yapılmadığı tablodan elde edilen bilgilerde yer almaktadır. Katılımcı sayısı bağlamında en fazla harcama yapılan kalemler yeme-içme, ulaşım, eğlence ve hediyelik eşyalardır. Kişi başı ortalama harcamalar izlendiğinde en fazla ortalama 810 TL ile konaklamaya ait iken; en az kişi başı ortalama harcama 10 TL ile gazete ve dergiyeye aittir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	838	10	180	1.520	8.380
Yiyecek-İçecek	718,66	15	100	2.660	10.780
Ulaşım	110	7	40	250	770
Sağlık	-	-	-	-	-
Eğlence	953,75	8	200	2.470	7.630
Kültür/Etkinlik	-	-	-	-	-
Giyim	1.014	10	50	2.280	10.140
Kişisel Bakım	380,7	10	90	950	3.800
Alkol/Tütün	162,5	4	30	380	650
Kiralık Araç	840	7	180	1.140	5.880
İletişim	-	-	-	-	-
Gazete/Dergi	18	1	18	18	18
Hediyelik Eşya	298,75	8	150	570	2.390
<b>Katar (Genel)</b>	<b>3.152,81</b>	<b>16</b>	<b>350</b>	<b>10.220</b>	<b>50.445</b>

Tablo 20'ye göre Katar'da ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince yaptıkları toplam harcama tutarı 50.445 TL'dir. Bu tutar içerisinde 10.780 TL ile yiyecek içecek harcamaları ve 10.140 TL giyim harcamaları en yüksek paya sahip kalemlerdir. Sağlık, kültürel etkinlikler ve iletişim için bir harcama yapılmadığı ve katılımcıların neredeyse tamamının yiyecek-icecek harcaması yapmış olduğu dikkat çekmektedir. Harcama kalemlerine ait kişi başı ortalama tutarlar incelendiğinde; en yüksek ortalama 1.104 TL ile giyime ait iken, 18 TL ile gazete-dergi ve 110 TL ile ulaşım harcamaları en az ortalamaya sahip harcama kalemidir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	1.070,88	17	250	2.280	18.205
Yiyecek-İçecek	817	20	100	2.280	16.340
Ulaşım	127,77	9	60	300	1.150
Sağlık	-	-	-	-	-
Eğlence	663,05	18	200	1.200	11.935
Kültür/Etkinlik	40	1	40	40	40
Giyim	738	10	250	1.400	7.380
Kişisel Bakım	381,42	14	150	600	5.340
Alkol/Tütün	-	-	-	-	-
Kiralık Araç	581,66	12	300	1.500	6.980
İletişim	-	-	-	-	-
Gazete/Dergi	-	-	-	-	-
Hediyelik Eşya	523,75	16	100	950	8.380
<b>Mısır (Genel)</b>	<b>3.661,42</b>	<b>21</b>	<b>540</b>	<b>7.040</b>	<b>76.890</b>

Tablo 21 incelendiğinde Mısır'da e ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince toplam harcamaları 76.980TL'dir. Bu rakam içerisinde 18.205 TL ile en çok harcama yapılan kalem konaklamadır. Katılımcıların neredeyse tamamı yiyecek içecek için harcama yaparken, sağlık, iletişim, gazete ve dergi ile iletişim için harcama yapan katılımcı olmadığı dikkat çekmektedir. Harcama kalemlerine ilişkin ortalama harcama tutarları dikkate alındığında ise sinema ve tiyatro gibi kültürel etkinlikler ile kişisel bakım harcamaları en az kişi başı ortalama harcama tutarına sahipken; en yüksek kişi başı ortalama harcama 1.070,88 TL ile araç kiralamaya aittir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	1.208,57	7	180	2.025	8.460
Yiyecek-İçecek	1.372,16	30	80	4.500	41.165
Ulaşım	244,54	11	40	675	2.690
Sağlık	-	-	-	-	-
Eğlence	1.439	25	200	3.150	35.975
Kültür/Etkinlik	50	1	50	50	50
Giyim	1.365,47	21	250	3.150	28.675
Kişisel Bakım	760	25	50	1.575	19.000
Alkol/Tütün	145	3	60	225	435
Kiralık Araç	972	16	160	1.350	15.560
İletişim	-	-	-	-	-
Gazete/Dergi	-	-	-	-	-
Hediyelik Eşya	867,80	25	100	4.500	21.695
<b>Fransa (Genel)</b>	<b>5.790,16</b>	<b>30</b>	<b>180</b>	<b>13.500</b>	<b>173.705</b>

Tablo 22'ye göre Fransa'da ikamet edip Adana'yı ziyaret eden katılımcıların tatil süreçlerinde yaptıkları toplam harcama tutarı 173.705 TL'dir. Bu tutar içerisinde en yüksek harcama payı 41.165 TL ile yiyecek içecek ve 35.975 TL ile eğlenceye aittir. Sağlık, iletişim, gazete ve dergi için herhangi bir harcama yapılmadığı tablodan elde edilen bilgilerde yer almaktadır. Katılımcı sayısı bağlamında en az harcama yapılan kalemler kültür/etkinlik ile alkol/tütündür. Kişi başı ortalama harcamalar izlendiğinde en fazla ortalama 1365,47 TL ile giyime ait iken; en az kişi başı ortalama harcama 145 TL ile alkol ve tütün harcamalarına aittir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	925	8	500	1.300	7.400
Yiyecek-İçecek	1.137,58	29	100	3.150	32.990
Ulaşım	150	1	150	150	150
Sağlık	375	4	150	600	1.500
Eğlence	1.093,51	27	200	2.700	29.525

Kültür/Etkinlik	-	-	-	-	-
Giyim	1.183,33	21	200	2.700	24.850
Kişisel Bakım	514,61	26	30	1.575	13.380
Alkol/Tütün	450	1	450	450	450
Kiralık Araç	773,95	24	150	1.800	18.575
İletişim	-	-	-	-	-
Gazete/Dergi	-	-	-	-	-
Hediyelik Eşya	782,96	27	50	1.800	21.140
<b>Belçika (Genel)</b>	<b>5.171,03</b>	<b>29</b>	<b>540</b>	<b>10.350</b>	<b>149.960</b>

Tablo 23 incelendiğinde Belçika'da ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince toplam harcamaları 149.960 TL'dir. Bu rakam içerisinde 32.990 TL ile en çok harcama yapılan kalem yeme-içmedir. Katılımcıların tamamı yiyecek içecek için harcama yaparken; kültür/etkinlik, iletişim, gazete ve dergi ile iletişim için harcama yapan katılımcı olmadığı dikkat çekmektedir. Harcama kalemlerine ilişkin ortalama harcama tutarları dikkate alındığında ise sağlık ve ulaşım harcamaları en az kişi başı ortalama harcama tutarına sahipken; en yüksek kişi başı ortalama harcama 1.183,33 TL ile giyim, 1.137,58 TL ile yeme-içme ve 1.093,51 TL ile eğlenceye aittir.

Harcama Kalemleri	Ortalama (Mean)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	350	1	350	350	350
Yiyecek-İçecek	730	21	60	4.500	15.330
Ulaşım	155,55	9	100	300	1.400
Sağlık	90	1	90	90	90
Eğlence	729,06	16	50	4.500	11.665
Kültür/Etkinlik	86,66	3	60	100	260
Giyim	904,44	9	50	2.280	8.140
Kişisel Bakım	483,33	12	40	2.700	5.800
Alkol/Tütün	93,33	6	40	190	560
Kiralık Araç	425	2	250	600	850
İletişim	30	1	30	30	30
Gazete/Dergi	30	2	30	30	60
Hediyelik Eşya	405,83	12	100	1.575	4.870
<b>Almanya (Genel)</b>	<b>2.353,61</b>	<b>21</b>	<b>200</b>	<b>9700</b>	<b>49.405</b>

Tablo 24'e göre Almanya'da ikamet edip Adana'yı ziyaret eden katılımcıların tatil sürelerinde yaptıkları toplam harcama tutarı 49.405 TL'dir. Bu tutar içerisinde en yüksek harcama payı 15.330 TL ile yiyecek içecek ve 11.665 TL ile eğlenceye aittir. Katılımcı sayısı bağlamında en az harcama yapılan kalemler konaklama, sağlık, iletişim, kiralık araç, gazete ve dergidir. Kişi başı ortalama harcamalar incelendiğinde en fazla ortalama 904,44 TL ile giyime ait iken; en az kişi başı ortalama harcama 30 TL ile iletişim ile gazete ve dergi harcamalarına aittir.

#### 4.1.3. Araştırma Verilerinden Elde Edilen Diğer Bulgular

Araştırmada elde edilen verilere göre araştırmaya katılan 600 katılımcının toplam harcamaları 1.339.202 TL'dir. Katılımcıların kişi başı ortalama harcamaları 2232 TL olup, en fazla ortalamaya sahip olan harcama kalemleri kişi başı ortalama 861,26 TL ile giyim, 669,22 TL ile konaklama ve 604,70 TL ile eğlencedir. Katılımcı sayısı bağlamında en çok harcama yapılan alan 582 katılımcı ile yeme-içmedir ve ortalama kişi başı harcama tutarı 552,44 TL'dir. Ayrıca yiyecek içecek harcamaları toplam harcamadaki en büyük harcama kalemini oluşturmaktadır ve bu kaleme ayrılan toplam harcama tutarı 321.523 TL'dir. Bu rakamı 272.720 TL ile eğlence, 177.420 TL ile giyim, 153.355 TL ile hediyelik eşya ve 129.160 TL ile konaklama harcamaları takip etmektedir.

Katılımcılar arasında en yüksek kişi başı ortalama 5790,16 TL ile Fransa, 5171,03 TL ile Belçika ve 4505,92 TL ile Hollanda'ya aittir. Toplam harcama tutarları baz alındığında ise en yüksek harcama tutarı 247.989 TL ile KKTC, 173.705 TL ile Fransa ve 171.225 TL ile Hollanda'dır. En yüksek kişi başı ortalamalar ile harcama kalemleri ele alındığında yiyecek içecek için en yüksek ortalama 1372,16 TL ile Fransa'da ikamet eden katılımcılara aittir. Diğer harcama kalemleri için ise elde edilen bulgular şöyledir: konaklama 1706,92 TL ile Arabistan, ulaşım 244,54 TL ile Fransa, sağlık 2000 TL ile Arabistan, eğlence 1439 TL ile Fransa, Kültür/Etkinlik 200 TL ile Japonya, giyim 1556,81 TL ile Hollanda, kişisel bakım 766,25 TL ile Ukrayna, Tütün/alkol 450 TL ile Belçika, araç kiralama 997,27 TL ile Hollanda ve hediyelik eşya 867,8 TL ile Fransa'ya aittir. Ayrıca elde edilen veriler ışığında cezerye/lokum, salça, aksesuar, bijuteri ve bakliyatın Adana'dan götürülen hediyelik eşyalar arasında ilk sıralarda yer aldığını söylemek mümkündür.

#### Sonuç ve Öneriler

Turizm, özelinde destinasyonların, genelinde ise bölgelerin ve ülkelerin turistik arz kaynaklarını verimli bir şekilde kullanarak, bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesinde ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasında önemli bir itici güce sahiptir. Turizm sektörü, hem gelişmiş, hem gelişmekte olan, hem de az gelişmiş ülkelerin ekonomilerinde de önemli bir yere sahiptir. Bu yüzden, bir yerin kalkınmasındaki turizmin rolü incelenirken o bölgeye gelen turistlerin harcama kalemlerinin incelenmesi ve bu doğrultuda turizm politikalarının oluşturulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Adana'nın bölgesel kalkınmasında turizmin rolünü ölçmeyi hedefleyen bu çalışmada, Adana ilini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin tatil süreçlerinde yaptıkları harcamalar tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular ışığında katılımcıların %97 sinin yeme içme için harcama yaptığı dikkat çekmektedir. Bununla birlikte eğlence için katılımcıların %75,2'si, ulaşım için katılımcıların %61,5'i, hediyelik eşya için katılımcıların %54,2'si, kişisel bakım için %47 ve konaklama için katılımcıların

%32,2'si harcama yapmıştır. 600 katılımcının Adana'yı ziyaretlerinde harcadıkları toplam harcama tutarı 1.339.202 TL'dir. Bu harcama içerisinde en büyük pay 321.523 TL ile yeme-içme kalemine ait olup toplam harcama tutarının %24'ünü ifade etmektedir. Yeme içmeden sonra en çok harcama yapılan kalem eğlence kalemidir. Eğlence için harcanan toplama harcama tutarı 272.720 TL'dir ve toplama harcamanın %20,36'sını oluşturmaktadır. Giyim harcamaları toplam harcamanın %13,24'ünü, hediyeelik eşya % 11,45'ini, konaklama harcamaları %9,64'ünü, kişisel bakım harcamaları toplam harcamanın %7,79'unu oluşturmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde Adana'ya 2017 yılında gelen turist sayısı 1.094.335 kişi ve araştırma çerçevesinde ortalama tespit edilen kişi başına harcama 2232 TL'dir. Gelen turist sayısının ortalama kişi başına harcamayla çarpılması sonucu yaklaşık 2,44 milyar TL/642 milyon \$ (1 \$=3,8 TL) doğrudan Adana ekonomisine katkı yaptığı görülmektedir. Kızıldemir'in 2015 yılında Adana ekonomisi üzerinde yaptığı çalışma sonuçlarına göre ortalama kişi başı turist harcaması 1578 TL, Adana ili yaklaşık turizm geliri 1,14 milyar TL'dir. Bu sonuçlardan da anlaşılacağı üzere; her ne kadar son yıllarda ülkede yaşanan sorunlar turist sayısını ülke genelinde etkilemiş olsa da; kent turizmi bağlamında gelişmeye devam eden Adana'da bu durum çok etki etmeden artışa yol açmıştır. Turizmin ekonomiye doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkileri düşünüldüğünde yaklaşık 2,44 milyar TL'nin Adana ekonomisinde daha fazla bir etki yapacağını söylemek mümkündür.

Araştırma evreni Adana ilinde ziyaret eden yerli ve yabancı turistler olup bu rakam 2017 yılı için 1.094.335 kişidir. Araştırmaya dahil olan 600 katılımcının 107'si Türkiye'de ikamet ederken, 493 katılımcının ülke dışında (Fransa, Belçika, Hollanda, Arabistan, Mısır, Katar, Almanya, KKTC, Azerbaycan, Gürcistan, Suriye) ikamet ettiği görülmektedir. Katılımcıların çoğu 18-25 yaş grubu arasında yer aldığı, cinsiyet farklılığı ile yaşları incelendiğinde kadınların çoğunun 18-25, erkeklerin çoğunun 51 yaş üzeri grupta yer aldığı, hem kadın hem de erkek katılımcıların çoğu evli olduğu saptanmıştır. Eğitim durumlarına bakıldığında ise eğitimsiz olanlar ile lisansüstü düzeyde eğitime sahip olanların azınlıkta olduğu dikkat çekmektedir. Eğitim düzeyinde katılım, hem erkeklerde hem de kadınlarda lisans düzeyinde çoğunluk gösterdiği görülmektedir. Katılımcılar arasında kadınların çoğunun çalışmadığı, çalışan kadınların ise çoğu memur olduğu, erkek katılımcılarda ise işçi ve kendi işi yapan katılımcılardan oluştuğu, Katılımcıların gelir düzeyleri incelendiğinde hem kadın hem de erkek katılımcılar kendilerinin orta düzey gelir seviyesinde oldukları tespit edilmiştir.

Adana'yı ziyaret eden katılımcıların seyahatleri ve seyahat süreçleri incelendiğinde katılımcıların %44,8'i akraba veya arkadaş ziyareti; %30,5'i tatil amaçlı Adana'ya geldikleri en az katılımın ise ticari ve kültürel nedenlerle olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların tatil sürelerinin bir günden bir aya kadar değişiklik gösterdiği dikkat çekerken, kişi başı ortalama tatil süresinin yaklaşık bir hafta olduğu saptanmıştır. Katılımcıların %34'ü konaklamak için çeşitli büyüklükteki otelleri, pansiyonları ve kiralık evleri tercih ettikleri; %65'inin



aile, akraba veya arkadaşlarının evlerinde konaklama yaptıkları, çeşitli büyüklükteki otellerdeki kişi başı ortalama geceleme yaklaşık 4 gece, pansiyon ve kiralık evlerde ise kişi başı ortalama geceleme sayısı yaklaşık 18 iken aile, akraba ve arkadaş yanında tatillerini geçiren katılımcıların ortalama geceleme süresi ise 8,5 gece olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ikamet ettiği ülkelere göre ortalama harcamaları incelendiğinde kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu ülkeler sırasıyla Fransa, Belçika, Hollanda, Arabistan ve Mısır'dır. Hollanda, Fransa, Belçika'da ikamet eden katılımcıların daha çok 6000 TL ve üzeri harcama yaptıkları, KKTC, Türkiye, Almanya ve Suriye'de ikamet eden katılımcıların çoğunlukla 500 TL'nin altında harcama yaptıkları dikkat çekmektedir. Gürcistan'da ikamet eden katılımcıların çoğunun 1000-1500 TL arası harcama yaptıkları, Azerbaycan'da ikamet eden katılımcıların 3500 TL üzerinde harcama yapmadıkları tespit edilmiştir.

Türkiye'de ikamet eden katılımcıların Adana'yı ziyaretleri süresince toplam harcamaları 109.670 TL olduğu bu rakam içerisinde 31 bin TL'ni aşkın tutar ile en çok harcama yapılan kalemin eğlence olduğu, KKTC'de ikamet eden katılımcıların toplam harcama tutarı 247.989 TL olduğu bu tutar içerisinde yiyecek içecek harcamaları 64.400 TL ile en yüksek paya sahip kalem olduğu saptanmıştır. Suriye'de ikamet eden katılımcıların toplam harcama tutarı 30.895 TL olduğu bu tutar içerisinde yiyecek içecek harcamaları 7.710 TL ve eğlence harcamaları 7200 TL ile en yüksek paya sahip kalemler olduğu, Hollanda'da ikamet eden katılımcıların toplam harcamalarının 171.225 TL olduğu ve bu rakam içerisinde 37.350 TL ile en çok harcama yapılan kalem yiyecek-içecek olduğu tespit edilmiştir. Arabistan'da ikamet eden katılımcıların toplam harcama tutarının 100.188 TL olduğu bu tutar içerisinde yiyecek içecek harcamaları 29.568 TL ile en yüksek paya sahip kalem olduğu, Gürcistan'da ikamet eden katılımcıların toplam harcamalarının 23.640TL olduğu ve bu rakam içerisinde 7.040 TL ile en çok harcama yapılan kalem yiyecek-içecek harcamaları olduğu saptanmıştır.

Azerbaycan'da ikamet edip Adana'yı ziyaret eden katılımcıların tatil süreçlerinde yaptıkları toplam harcama tutarı 18.820 TL iken bu tutar içerisinde en yüksek harcama payı 4260 TL ile yiyecek içecek ve 4050 TL ile konaklama harcamaları olduğu, Katar'da ikamet eden katılımcıların toplam harcama tutarı 50.445 TL iken bu tutar içerisinde 10.780 TL ile yiyecek içecek harcamaları ve 10.140 TL giyim harcamalarının en yüksek paya sahip kalemler olduğu tespit edilmiştir. Mısır'da e ikamet eden katılımcıların toplam harcamaları 76.980 TL iken bu rakam içerisinde 18.205 TL ile en çok harcama yapılan kalemin konaklama olduğu, Fransa'da ikamet eden katılımcıların tatil süreçlerinde yaptıkları toplam harcama tutarı 173.705 TL iken bu tutar içerisinde en yüksek harcama payının 41.165 TL ile yiyecek içecek ve 35.975 TL ile eğlenceye ait olduğu saptanmıştır. Belçika'da ikamet eden katılımcıların harcamaları 149.960 TL iken bu rakam içerisinde 32.990 TL ile en çok harcama yapılan kalem yeme-içme olduğu, Almanya'da ikamet eden katılımcıların toplam harcama tutarı 49.405 TL iken bu tutar içerisinde en yüksek harcama

payı 15.330 TL ile yiyecek içecek ve 11.665 TL ile eğlenceye ait olduğu saptanmıştır.

Tarım, sanayi, otomotiv veya tekstil sektörleri aracılığı ile kalkınma potansiyeli olmayan ancak zengin turizm arz kaynaklarına sahip destinasyonların ve hatta ülkelerin, bölgelerin kalkınmasında turizm sektörü bir politika olarak önem kazanmaktadır. Turizm sektörünün kalkınmada dinamik bir araç olarak kullanılması için ise bazı önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu önlemleri Adana destinasyonu özelinde aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:

- Adana'nın dengeli bir şekilde kalkınması, kalkınma strateji ve planlarına toplumun tüm kesimlerinin katılımıyla gerçekleşeceği göz ardı edilmemelidir.
- Şakirpaşa Havaalanının kent merkezinde kalması ve yurt içi ve yurtdışı taşımacılığın artırılması gerekmektedir.
- Demiryolu taşımacılığındaki hız ve kalite sorunları çözümlenmelidir.
- Gelişmelerin yaşandığı gıda ve yiyecek sektörü özellikle kültürel turizm amacıyla gelen turist sayısı artırıldığında daha fazla gelir getirir düzeye gelebilir.
- Adana'daki kamu ve özel sağlık kuruluşlarındaki gelişmeler sağlık turizmi amacıyla gelen turistlerin sayısını arttırabilir.
- Daha fazla yabancı turist Adana'yı ziyaret etmesiyle birlikte; istihdam, gelir ve katma değer artacak, sürdürülebilir bir kalkınma gerçekleştirebilecektir.
- Adana'nın tanıtımının yoğun bir şekilde yapılması gerekmektedir.
- Adana'ya yönelik turları organize edecek ve düzenleyecek acentelerle bağlantılar kurulmalıdır.
- Adana'nın cazip bir hale getirilmesi için hem yerel hem de kamu otoritesinin, üniversiteler ile ortak hareket etmesi ve yeni projeleri hayata geçirmesi gereklidir.
- Adana'daki turistik tesislerde kalifiye elemanların istihdamı ile kaliteyi yakalamak mümkün olabilecektir.
- Adana'nın diğer destinasyonlara göre sahip olduğu farklı turizm ürünlerini ortaya koymalıdır.
- Adana'daki doğal güzellikler ön plana çıkarılarak eko turizm amacıyla gelen turistlerin sayısını arttırabilir.

Adana'nın doğal, tarihi ve kültürel güzellikleri ile turizme kazandırılması; bölgenin turizm payını arttıracak, doğal olarak bölge ekonomisi ve yeni istihdam olanaklarını geliştirecektir. Bu bağlamda bölgenin turizm destinasyonu olarak geliştirilmesi, ziyaretçilerin istek ve beklentilerini karşılamaya yönelik girişimlerin yapılması ve turizm değerlerinin turistik ürün haline getirilmesine yönelik çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Öte yandan bölgede ekoturizm, kuş gözlemciliği, kırsal turizm, sağlık turizmi, kongre turizmi, gastronomi turizmi gibi alternatif turizm alanlarında desteklenmesi bölgenin mevcut turizm değerlerinin farkındalık kazanmasında etkili olacaktır.

Sonuç olarak Adana'nın mevcut değerlerinin turizm ile bütünleştirilerek arz edilmesi, Adana turizminin önünü açacak ve bölgeye ekonomik katkılar sunacaktır. Turizmin Adana'ya ekonomik katkıları bölgedeki ulaşım ağlarının, alt yapı ve üst yapının, turizm işletmelerinin, istihdamın ve bölgedeki diğer sektörlerin gelişimine de katkılar sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Adana Büyükşehir Belediyesi (t.y.), *Ekonomi*. <http://www.adanabel.tr/ekonomi> (Erš.Tar. 02.10.2017).
- Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (t.y.). *Turizm*. <http://www.adanakulturturizm.gov.tr> (Erš.Tar. 02.10.2017).
- Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (t.y.). *Turizm*. <http://www.adanakulturturizm.gov.tr/TR,161748/turizm-isletme-belgeli-konaklama-tesisleri.html> Erş.Tar. 02.08.2017).
- Adana Valiliği. (t.y.). *Sanayi ve Ticaret*. <http://www.adana.gov.tr/sanayi-ticaret> (Erš.Tar. 02.10.2017).
- Adana Valiliği. (t.y.). *Turizm*. [http://www.adana.gov.tr/?act=kt\\_turizm](http://www.adana.gov.tr/?act=kt_turizm) (Erš.Tar. 14.04.2015).
- BAHAR, O. (2007). Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri ve Önemi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Güz*(19).
- ÇEKEN, H. (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 10*(2), 293-306.
- ÇİMAT, A., & BAHAR, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3*(6).
- DURGUN, A. (2006). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi*.
- KAYPAK, Ş. (2013). Yerel Kalkınmada Yeni Bir Anlayış: Kentlerin Markalaşması (Hatay Marka Kent Örneği). *Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yerel ve Bölgesel Kalkınma: Küresel ve Yerel Bakış Açıları, Manisa*.
- KIZILDEMİR, Ö. (2017). Turizm Endüstrisinin Ekonomik Etkilerinin Bölgesel Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Adana Örneği. *Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016). *Turizm İstatistikleri*. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9856/konaklama-istatistikleri.html> (Erš.Tar. 14.05.2016).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). *Türkiye Turizm Stratejiler 2023 Eylem Planı 2007-2013*. <http://www.kulturturizm.gov.tr> (Erš.Tar. 24.02.2017).
- TÜİK (2016). *İstihdam Rakamları*. (Erš.Tar. 15 Eylül 2017).

Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. (2016). *Adana İli Potansiyel Yatırım Konuları Araştırması*, Ocak, Ankara, *Türkiye Turizm Stratejisi-2023*, [www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/03/20070302-17-1.doc](http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/03/20070302-17-1.doc) (Erş.Tar. 2/08/2017).

UNWTO, (2014). *Tourism Highlights. World Tourism Organization Publishing.*

UNWTO, (2016). *Tourism Highlights. World Tourism Organization Publishing.*

Wikipedia. (t.y.). *Adana İli*. <http://tr.wikipedia.org/wiki/Adana> (Erş.Tar. 14.04.2015).

YAĞCI, Ö. (2007). *Turizm Ekonomisi* (2.Baskı b.). Ankara: Detay.

YAZICIOĞLU, Y., & ERDOĞAN, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

## **Summary**

*As one of the fastest growing industries in the world, tourism has significant impacts on economic development. For this reason, countries that give importance to their development also place emphasis on tourism improvement. It is a known fact that tourism has contributions on both territorial and regional development. The role of tourism, especially in the context globalisation, cannot be underestimated. In this research, the effects of tourism have been studied by using tourism expenditures dataset of tourists that visit Adana.*

*Adana is the marketing and distribution center of Cukurova agriculture area where is famous with the production of cotton, wheat, soya bean, barley, grape and citrus fruit. Textile and leather industry are the major industries that constitute 29% of Adana's production. Besides agriculture and textile Adana also has improved in the automotive industry. Temsa, the biggest company of Adana in the automotive industry, has more than 2,500 employees and produces 4,000 buses per year. Along with agriculture and industry, livestock also makes important contributions to the economy of Adana. Today, with exports exceeding 1 billion 700 million dollars, Adana is one of the leading cities of Turkey in economy, trade, industry and banking sector.*

*Adana, which has been on military and commercial roads since ancient times, has become an attractive place for various communities. This city has always been essential especially as a location between Anatolia, Mesopotamia and Eastern Mediterranean. With its convenient climate for four seasons, geographical location, transportation facilities, this city has been a sight of many civilizations through history. Thanks to its historical background, numerous historic monuments, antique cities, castles, natural beauties, handicrafts, culinary culture, climatic conditions, Adana has a good potential in terms of tourism. According to the data of 2016-2017, there are a total of 10.772 bed capacity with*

*tourism and municipality certificates, 7 food and beverage operations, 129 travel agencies and 143 guides in Adana.*

*The aim of this study is to evaluate the role of tourism in the regional development of Adana. When the role of tourism in the development of a destination is examined, the expenditures of tourists visiting that region are considered. These reviews can influence tourism policy and planning for the future. In this context, the expenditures of the domestic and foreign tourists visiting Adana were examined in this study. Dataset was created from 600 participants, including 107 residents and 493 nonresidents. The research data were collected in November 2016. Expenditures made in Euro and Dollar have been converted into Turkish Liras at an approximate value based on the exchange rate between December 25, 2017, and January 5, 2018. (1 \$=3,8 ₺; 1 €= 4,5 ₺).*

*According to the results of the research, the total expenditure of 600 participants participating in their visit to Adana is ₺ 1,339,202 and the average expenditure per person is ₺ 2232. Tourists that visit Adana mostly spent money for food and beverages. The total amount of money that spent on food and beverage is ₺ 321.523 and it consists of 24% of total expenditures. When the average expenditures are analyzed according to the countries where the participants reside, the countries with the highest average per capita expenditure are France, Belgium, Netherlands, Arabia and Egypt. When evaluated in general, the number of tourists coming to Adana in 2017 is 1.094.335 people and the average per capita expenditure in the research framework is ₺ 2232. The result of multiplying the number of arriving tourists by the average per capita expenditure seems to have contributed directly to the Adana economy with approximately 2.44 billion TL / 642 million \$ (1 \$ = 3.8 ₺). This situation shows that tourism is effective for regional development of Adana that is one of the most developed cities of Turkey in terms of agriculture and industry. So it can be said that tourism may make significant contributions to regional development.*

*As a result, the integration of Adana's existing values with tourism may contribute to tourism and may provide economic contributions to the region. The economic contributions of tourism to Adana may also important for the development of transport networks, infrastructure and superstructure, tourism enterprises, employment and other sectors in the region. The development of tourism in the region makes sense not only for Adana but also Turkey.*