

TERMAL TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ: GÖNEN ÖRNEĞİ

Bedriye TUNÇSİPER*

Mehmet KAŞLI**

ÖZET

Balıkesir Gönen ilçesi ve bu merkezde bulunan kaplıcalar, suyunun içerdiği birçok mineral ve tedavi edicilik özelliği ile Türkiye'deki diğer kaplıcalarla birlikte önemli termal turizm merkezlerinden bir tanesidir. Bu merkezde yapılan araştırma ile termal turizm ve bu bağlamda gerçekleşen turistik hareketlerin, ilçe ekonomisini nasıl etkilediğinin ortaya konulması ve bu etkilerden hareketle yerel halk, yerel yöneticilere konunun önemini aktarılması ve ülkemizdeki diğer kaplıca merkezlerine örnek olunabilmesi amaçlanmıştır. Araştırma bulgularının sonucunda termal turizm hareketlerinin ilçe ekonomisini çok yakından etkilediği ve bu turistik hareketlerin birçok farklı sektörde ekonomik etkilerinin bulunduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizmin ekonomik etkileri, kaplıca turizmi, yerel kalkınma.

ECONOMIC IMPACTS OF SPA TOURISM: GÖNEN REVIEW

ABSTRACT

Gönen Thermal Springs located in Balıkesir, of which hot water contains a lot of minerals and cure features, is one of the important spa tourism centers together with other centers in Turkey. With this research carried out in this location, it is aimed to create how spa tourism and touristic movements in this context effect the economy of the town and with the help of these effects how local people and local administrators may be originated to the other spa centers in our country. The result of research findings, it is created that spa tourism movements effect the economy of the town very closely and these touristic movements have economic effects on many different sectors/companies.

Key Words: Economic impacts of tourism, spa tourism, local development.

GİRİŞ

* Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (Prof. Dr.)

** Balıkesir Üniversitesi Gönen Meslek Yüksekokulu (Öğr. Gör.)

Turizm faaliyetinin ve turistik hareketlerin ülke ve bölge ekonomilerine katkıları üzerine yapılmış çalışmalarda son 50 yılda turizm faaliyetlerinde bir artışın bulunduğu ve bu artışla birlikte birçok sektörde önemli gelişmeler yaşandığından bahsedilmektedir. Dünya ekonomisinde en hızlı gelişen sektörlerden biri haline gelen turizm sektörü, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik kalkınmanın bir aracı olarak görülmektedir.

Sanayileşmenin yoğun olarak yaşandığı ülkelerde insanlar, sağlıklarını koruma, sağlıklı olma nitelikli zaman geçirme, farklı aktivitelerde bulunma amacıyla termal turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Termal turizm faaliyetleri, kitlesel ve ekonomik turizm faaliyetlerine göre daha fazla geceleme dolayısıyla da daha fazla harcama gerektiren bir turizm faaliyetidir. Bu bağlamda kaplıca veya termal merkezlere gelen turistlerin belli bir gelir düzeyinin üzerinde olan kişilerden oluştuğunu ifade edebiliriz. Gelir durumu yüksek bu turistlerin deniz-kum-güneş üçlüsünden oluşan ve kitlesel olarak önemli oranda bir yere sahip olan turizm faaliyetinden çok farklı beklentileri de bulunduğu açıktır. Bu bağlamda gelişmiş ülkelerde bu ihtiyaca cevap veren termal merkezler önemli oranda turist ağırlamakta ve gelir elde etmektedirler. Almanya, Macaristan, Japonya, Fransa, İsrail gibi ülkelerde sosyal güvenlik sistemlerinin de desteği ile kaplıca turizmi kitlelere hizmet veren sosyal bir yaklaşımı içinde barındıran bir turizm şekli olmuştur. Yapılan arkeolojik çalışmalara göre, termal sular yaklaşık 10 Bin yıldan fazla süredir birçok topluluk tarafından kaplıca amaçlı tedavi için kullanılmaktadır. Avrupa Kaplıcalar Birliği'ne göre 2004 yılında termal turizm amaçlı olarak Almanya ve Macaristan'a 10 Milyon kişi, Rusya'ya 8 Milyon kişi, Fransa'ya yaklaşık 700 Bin, İsviçre'ye 800 Bin ve İspanya'ya 400 Bin kişi gitmiştir. 126 Milyon nüfuslu Japonya'nın sadece Beppu şehrine 12-13 Milyon kişi termal turizm amaçlı olarak gelmiştir. Bu da kaplıca turizminde Avrupa'da yukarı doğru bir hareketin olduğunu göstermektedir (Yücel, 2003:5). Türkiye'de de bin yıllardır geleneksel yaklaşımla kendini gösteren kaplıca turizmi son yıllarda gerek toplumun gerekse yatırımcıların ilgisini çekerek gündemde kalmaya ve popülaritesini arttırmaya devam etmektedir. Avrupa Kaplıcalar Birliği (ESPA)'ne göre Türkiye termal kaynak bakımından Avrupa'da üçüncü Dünya'da yedinci sıradadır. Türkiye'nin de dünyada yukarı doğru yükselen bu eğilimden önemli bir pay alabileceği görülmektedir (Kaşlı, 2006:265).

Bu bağlamda bu çalışma, termal turizm hareketlerinin bir termal merkezde ne tür ekonomik sonuçlar doğurduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Gönen Termal Turizm Merkezi'nde konaklama işletmeleri, yiyecek-

içecek işletmeleri, çeyiz ve hediyelik eşya işletmelerine yönelik olarak iki bölümden oluşan bir anket çalışması yürütülmüştür. Anketin birinci bölümünde işletme profilleri, doluluk oranları, geceleme oranları gibi bilgiler tespit edilmeye çalışılmış, ikinci bölümde ise işletmelerin gelir ve gider durumları ile Gönen'de yapılan turistik harcamaların ortaya çıkarılmasına yönelik sorular uygulanmıştır. Anket verileri frekans ve yüzde dağılımları yoluyla tabloleştirilmiştir.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde turizmin ekonomik etkilerine yönelik olarak yapılan birçok çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmalar, turizmin makro ve mikro düzeyde genelde olumlu ekonomik etkilerinin tespitine yönelik çalışmalardır. Ayrıca, turizm ve istihdam ilişkisine yönelik olarak da yapılan çalışmalar literatürde önemli yer tutmaktadır.

Turizm ekonomik etkilerine yönelik yapılan çalışmalarda genel olarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır (Aktaş, 2005:163; Avcıkurt, 2003: 31; Özkök, 2006:90-95; Akova, 2006:4 Ünlüöner ve Kılıçlar, 2004:1; Çımat ve Bahar, 2003:1-2; Vermont, 2000:3; Unur, 2004:114-138; Stynes, 2007:1; Selçuk ve Başar, 2006:55; Kar ve diğerleri, 2004:87-90; Yavuz, 2006:162; Carstensen ve diğerleri, 2003:2; Koç, 2003:90).

- Turizmin yarattığı ekonomik ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde ve özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmaktadır.
- Turizm dünya ekonomisi içerisinde gelir sağlayıcı faktörlerin başında yer almakta, büyük oranda yatırım yapılan ve gelişen bir sektör haline gelmektedir.
- Turizm sektörü milli gelir, döviz geliri ile dış açıkların giderilmesi ve ödemeler bilançosunun iyileştirilmesi açısından önemli rol oynamaktadır.
- Ekonomik bakımdan yeterli düzeyde gelişmemiş ülkeler veya bölgeler doğal ve tarihsel değerlerini sunarak gelir sağlarlar. Ekonomik üretim ve çalışma alanlarını, çeşitlerini genişletirler ve zenginleştirirler.
- Yoksulluğun yüksek düzeyde olduğu ülkelerin çoğunda, turizmin önemlidir ve gelişme göstermektedir.

- Turizmin ekonomik etkilerinin algılanması olumlu iken, sosyal ve kültürel etkilerin algılanmasının olumsuz yönde olduğu saptanmıştır.
- Türk ekonomisinin vazgeçilmez temel taşlarından birisi olan turizm, dış ticaret açığına, enflasyona ve işsizliğe çare arayan hükümetlerin önemle üzerinde durduğu bir konudur.
- Seyahat ve turizm endüstrisindeki büyüme, ülke ve şehirlerin ekonomik gelişmişlik düzeylerinin artmasına önemli katkılar sağlamıştır.
- Turizmin özellikle kırsal bölgelerde yoksulluğun azaltılmasında etkin olabilecektir.
- Turizmdeki ekonomik getiri ve maliyetler bölgeler arası farklılık gösterebilir. Turizmin bölgesel ekonomiler üzerindeki etkilerinin analiz edilmesiyle, bölge ekonomileri üzerinde turizmin etkisi daha rahat anlaşılacaktır.
- Turizm, yeni istihdam olanakları yaratma özelliği ile işsizlik oranının yüksek olduğu ülkeler açısından önemli bir sektör konumdadır.
- Turizm sektöründe makineleşme ve otomasyon olanaklarının sınırlı olması nedeniyle, sektörün meydana getirdiği istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle göre daha yüksektir.
- Ekonomist dergisine göre (2004) büyüyen turizm sektörü 48 sektörü doğrudan etkileyecek bir potansiyele sahiptir.
- Türkiye’de de turizm sektörü, döviz girdisi sağlayarak dış açıkların giderilmesinde, işsizliğin azaltılmasında, ödemeler bilançosunun iyileştirilmesinde önemli bir paya sahip olmuştur.
- Bir ekonomide turizmden elde edilen gelir, değişik kesimler (otel, seyahat acentesi, yiyecek-içecek işletmeleri, toptancılar, gıda işletmeleri, personel harcamaları, vergiler vb.) tarafından paylaşılmaktadır.
- Fletcher (1995), çeşitli ülkeler, bölgeler, şehirler ve turizm adalarının, dönemsel turizm gelirleri, istihdam oranı, vergi gelirleri gibi ekonomik öğelerin bulunduğu bir turizm çoğaltan ligi geliştirmiştir. Geliştirilen bu ligde Türkiye’nin çoğaltan katsayısı en yüksek olarak bulunmuştur (1.96). Türkiye’yi sırasıyla İngiltere (1,73), İrlanda

Cumhuriyeti (1,72) ve Mısır (1,23) takip etmektedir (Koç ve Altınay, 2007:229). İç turizm, yabancı paraların ülkeye girmesini sağlayamamasına karşın ekonomi üzerinde olumlu bir çoğaltan etkiye sahiptir. Bu yüzden Türkiye’de turizm gelirleri üzerindeki olumlu veya olumsuz bir değişim ekonomiyi oldukça etkilemektedir.

2. METODOLOJİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Dünyada ve ülkemizde hızla gelişme gösteren ve genellikle sanayileşmenin ve istihdam olanaklarının çok fazla olmadığı bölgelerde yoğunlaşan turizm faaliyetlerinin yerel ekonomik kalkınmada önemli bir araç olabileceği öngörülmektedir. Özellikle alternatifi çok fazla bulunmayan ve önemli oranda bir potansiyel üstünlüğe sahip olunan termal turizm alanında doğrudan turizm faaliyeti ile ilişkili sektörlerde turizmin ekonomik etkilerinin ölçülmesi oldukça önemlidir. Bu araştırma, ekonomik göstergelerle termal turizmin öneminin ortaya konulmasını ve Türkiye’de termal turizm konusunda ilgi duyan yatırımcıların, hükümetin, yerel yönetimlerin, işletmelerin ve ilgili diğer kuruluşların dikkatini çekmeyi amaçlamaktadır.

2.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Son yıllarda kitlesel turizm hareketlerinin olumsuz birçok faktörden etkilenmesi ve bunun sonucunda Türkiye’ye olan turizm talebinde ciddi dalgalanmaların olması, alternatif ve krizlerden etkilenmeyen turizm türlerine olan ilgiyi artırmıştır. Alternatif turizm türlerine yönelen ilginin ana alanlardan biri de termal turizmdir. Dolayısıyla bu araştırma da termal turizm alanında köklü bir turizm geleneği olan, yıllardır termal turizm alanında faaliyet gösteren ve önemli bir merkez olan Gönen’de gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın kapsamı doğrudan turizm faaliyetinden etkilenen ve gelirleri önemli oranda turizm faaliyetlerine bağlı olan konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, çeyiz ve hediyelik eşya işletmeleri ile sınırlı tutulmuştur.

2.3. Örneklem Seçimi ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada evren olarak Balıkesir Gönen kaplıca merkezindeki işletmeler alınmıştır. Evren içerisinde ise doğrudan turizm faaliyeti ile ilişkili konaklama işletmeleri (otel, motel, pansiyon, vb.), yiyecek-içecek işletmeleri (restoran, bar, kafeterya, vb.) ve çeyiz ve hediyelik eşya işletmeleri örneklem

olarak seçilmiştir. Örneklem çerçevesinde turistlerin ziyaret edebileceği bütün işletmelere ulaşılmaya çalışılmış ve 11 konaklama işletmesi, 17 yiyecek-içecek işletmesi ve 10 çeyiz ve hediyelik eşya işletmesi olmak üzere toplam 38 işletme yöneticisi ile görüşülmüştür.

Termal turizmin etkilerini belirlemeye yönelik çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Gözlem yöntemi ile de veri toplamak olanaklı olmasına rağmen, "standart veriler elde etme ve dolayısıyla analiz olanakları" üstünlüğü nedeniyle anket yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada kullanılmak üzere farklı nitelikteki işletmeler olmasından hareketle konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, çeyiz ve hediyelik eşya işletmeleri için üç farklı anket formu geliştirilmiştir. Anketler, yüz yüze görüşme yoluyla doldurulmuştur. Anket soruları, Vermont Üniversitesi'nin 1999 yılında yaptığı bir araştırmadan (http://www.uvm.edu/~snrvtdc/publications/tourism_impact.pdf) faydalanılarak yeniden tasarlanmıştır. Anket formunun geliştirilmesi sürecinde, araştırmacılar tarafından Mart ayında 2 otel, 3 restoran ve 3 hediyelik eşya işletme yöneticisi ile ön test yapılarak, soruların anlaşılır olup olmadığı test edilmiştir. Ön test sonucunda anket formunda yer alan bazı sorular çıkarılmış, bazıları da açıklayıcı yönde değiştirilmiştir.

2.4. Verilerin Analizi

Konaklama, yiyecek-içecek, çeyiz ve hediyelik eşya firmalarına uygulanan anket formlarından elde edilen verileri analize tabi tutmak üzere istatistik programlarından yararlanılmıştır. Veriler bilgisayara yüklenerek veritabanı oluşturulmuş, verilerin bilgisayara yüklenmesinin ardından, çalışmanın amacına uygun olarak analiz aşamasına geçilmiştir. Veri tabanının oluşturulmasında ve analiz aşamasında tüm istatistiksel işlemler, SPSS istatistik programı aracılığıyla yapılmıştır.

2.5. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde gerekli verilerin derlenmesi sonucunda elde edilen genel işletme özelliklerine ilişkin bilgiler, doluluk durumlarına ilişkin bilgiler ve işletmelerin gelir ve gider durumlarını gösteren veriler sunulmaktadır.

2.5.1. İşletmelerin genel özelliklerine ilişkin bulgular

Araştırmaya katılan işletmelerin işletme özelliklerinin yansıtılması bakımından bu bölümde araştırmaya katılan işletmelerin genel özellikleri, yüksek ve düşük sezonları, oda ve oturma yeri sayıları gibi bilgiler verilmektedir.

Tablo 1. İşletme Türleri

İşletme Türü		n	%
Konaklama İşletmeleri	Otel	3	27,27
	Pansiyon	8	72,73
	Toplam	11	100,00
Yiyecek-İçecek İşletmeleri	Ala Carte Restoran	9	52,94
	Fast Food	2	11,76
	Pide fırını	1	5,88
	Kafeterya	1	5,88
	Çay bahçesi	2	11,76
	Tatlı Baklava	2	11,76
	Toplam	17	100,00
Hediyelik Eşya İşletmeleri	Çeyiz ve Hediyelik Eşya	10	100,00
	Toplam	10	100,00

Tablo 1'den de görüleceği üzere, 11 adet konaklama işletmesinin 3 tanesi otel, 8 tanesi ise pansiyondur. Araştırmaya katılan yiyecek işletmelerinin önemli bir bölümünün ala carte restoran şeklinde faaliyet gösterdiği görülmektedir. 11 adet konaklama, 17 adet yiyecek içecek, 10 adet de çeyiz ve hediyelik eşya işletmesinden bilgi sağlanabilmiştir. Buna göre toplamda turizm hareketleri ile doğrudan ilgili 38 adet işletme araştırma kapsamı içerisinde yer almaktadır.

Tablo 2. Konaklama işletmelerinin açık bulunduğu aylar

Açık Aylar	4 ay	6 ay	12 ay
Otel	-	-	3
Pansiyon	1	2	5
Toplam	1	2	8

Konaklama işletmelerinin açık bulunduğu ayların dağılımına bakıldığında otel işletmelerinin tamamının 12 ay süreyle açık bulunduğu, 1 pansiyonun 4 ay, 2 pansiyonun 6 ay ve 5 pansiyonun da 12 ay süreyle açık tutulduğu anlaşılmıştır. Bu noktadan hareketle, termal turizm faaliyeti gösteren işletmelerin sezon sorunu bulunmadığı ve faaliyetlerine 12 ay devam ettikleri ifade edilebilir. Sezon sorunu yaşamayan turizm işletmelerinin yerel ekonomiye katkıları aynı şekilde devam etmekte ve gelir dağılımının belli aylarda yoğunlaşması, geçici işsizlik gibi sorunlar da termal turizm faaliyetinin bulunduğu bölgelerde ortaya çıkmamaktadır.

Tablo 3. Konaklama İşletmelerinin Oda Kapasitelerine Göre Dağılımı

Oda Sayıları	Otel	Pansiyon	Toplam
0-20 oda	--	3	3
21-30 oda	--	3	3
35-50 oda	2	2	4
51-100 oda	--	--	--
101-200 oda	--	--	--
201-300 oda	--	--	--
301-400 oda	1	--	1
Toplam	3	8	11

Gönen havzasından termal su çıkarma ve kullanma yetkisi Gönen Kaplıcalar İşletmesi A.Ş.'ye aittir. Dolayısıyla bu bağlamda Gönen Termal Merkezi'nde kurulan Gönen Kaplıcalar İşletmesi A.Ş. dışındaki konaklama işletmelerinde termal su bulunmamaktadır. Bu durum Gönen'de konaklama işletmelerinin sayısının ve niteliğinin artmamasındaki en önemli engellerden biridir. Bir diğer engel ise Gönen havzasında çıkan termal suların fiziki yetersizliğidir. Bu bağlamda konaklama işletmelerinin sayısı ve büyüklükleri yeterince gelişemediği de Tablo 3'de görülmektedir. Buna göre, Gönen Kaplıcalar İşletmesi A.Ş. tarafından işletilen otel oda sayısı bakımından en büyük oteldir. Diğer iki otel ise oda sayıları bakımından küçük otel sayılabilecek bir niteliğe sahiptir. Pansiyonlara bakıldığında ise oda sayıları itibarıyla geleneksel olarak pansiyon tanımı içerisinde değerlendirilebilecekleri görülmektedir.

Tablo 4. İşletme Türlerine Göre Aylık Doluluk Oranları (%)

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
Otel	30	17	22	47	55	67	67	87	83	77	60	47
Pansiyon	19	34	41	38	37	48	73	84	83	69	50	43
AlaCarte Restoran	22	34	38	47	48	64	92	94	91	75	62	37
Fast Food	40	43	40	50	50	80	100	90	95	80	68	50
Pide fırını	30	35	45	45	50	60	85	85	95	65	60	50
Kafeterya	40	40	50	45	55	70	100	100	100	90	80	60
Cay bahçesi	30	33	40	60	68	73	83	95	90	80	75	50
Tatlı Baklava	35	45	50	63	80	83	90	90	90	75	68	45

Tablo 4, konaklama işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinin aylık doluluk oranlarını göstermektedir. Konaklama işletmelerinde yüksek sezonun Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim aylarından oluştuğu söylenilebilir. Fakat yine de diğer aylarda da düşük olmasına rağmen belli bir doluluk oranının yakalandığından bahsedilebilir. Yiyecek-içecek işletmelerine bakıldığında ise yüksek sezonun konaklama işletmelerine benzer bir şekilde Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim aylarından oluştuğu ifade edilebilir. Çay bahçelerinde ise yüksek sezon, hava sıcaklıklarındaki değişime bağlı olarak Mayıs ayında başlayıp Ekim ayı sonuna kadar devam etmektedir. Termal turizm merkezlerinde doğrudan turizm faaliyeti ile ilgili işletmelerin oranlar değişse de bütün aylarda belli bir doluluk oranını yakalamış olmaları bu işletmeler için oldukça önemli bir durumdur. Doluluk oranlarının belli bir noktada bulunması termal turizme yönelik olarak hizmet veren Gönen’de yılın her bölümünde ekonomik bir canlılığın yaşandığını göstermesi bakımından da dikkate değerdir.

Tablo 5. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Oturma Kapasitesine Göre Dağılımı

Oturma Kapasitesi	n	%
0–20 kişi	4	23,52
21–40 kişi	9	52,94
41–60 kişi	--	--
61–80 kişi	2	11,76
300 (çay bahçesi)	1	5,88
2000 (çay bahçesi)	1	5,88
Toplam	17	100,00

Yiyecek-içecek işletmelerinin oturma kapasitelerine bakıldığında, genelde küçük işletmelerin sektörde faaliyet gösterdiği ifade edilebilir. Çay bahçelerinin ise oturma kapasitesi olarak oldukça büyük oldukları görülmektedir. Yiyecek-içecek işletmelerinde oturma kapasitesinin 30–40 arasında yoğunlaştığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6. İşletmelerin Bilgisayar İnternet ve Web Sitesi Bulunma Durumu

İŞLETMELER	Bilgisayar						İnternet						Web Sitesi					
	Var		Yok		Toplam		Var		Yok		Toplam		Var		Yok		Toplam	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Otel	3	100			3	100	3	100			3	100	2	67	1	33	3	100
Pansiyon	8	100			8	100	8	100			8	100	2	25	6	75	8	100
Ala Carte																		
Restoran	3	17,6	6	35,3	9	52,9	3	17,7	6	35,4	9	53,0			9	52,9	9	52,9
Fast Food			2	11,8	2	11,8			2	100,0	2	100			2	11,8	2	11,8
Pide fırını	1	5,9			1	5,9	1	5,9			1	5,9			1	5,9	1	5,9
Kafeterya	1	5,9			1	5,9	1	5,9			1	5,9			1	5,9	1	5,9
Çay bahçesi	1	5,9	1	5,9	2	11,8	1	5,9	1	5,9	2	11,8			2	11,8	2	11,8
Tatlı Baklava	1	5,9	1	5,9	2	11,8	1	5,9	1	5,9	2	11,8	1	5,9	1	5,9	2	11,8
Çeyiz ve Hediyelik	7	70	3	30	10	100	7	70	3	30	10	100			10	100	10	100

Tablo 6'da işletmelerin bilgisayar, internet ve web siteleri ile ilgili durumları görülmektedir. Buna göre, konaklama işletmelerinin tamamında, yiyecek-içecek işletmelerinin fast food işletmeler dışında kalan kesiminde, çeyiz ve hediyelik eşya işletmelerinin 7 sinde bilgisayar bulunduğu anlaşılmaktadır. Konaklama işletmelerinin tamamının, yiyecek-içecek ve çeyiz-hediyelik eşya işletmelerinin 7 sinin internet bağlantısına sahip bulunduğu da araştırma sonuçlarıyla ortaya konulmuştur. 2 otel, 2 pansiyon ve 1 tatlı-baklava işletmesinin de web sitesine sahip olduğu tablo 6'dan anlaşılmaktadır. Bu bağlamda konaklama işletmelerinin işlemlerini bilgisayar aracılığıyla yaptıkları, bilgi iletişim teknolojileri konusunda duyarlı oldukları ifade edilebilir. 2 otel ve 2 pansiyonun ve bir tatlı-baklava işletmesinin ise pazarlama faaliyetlerinde internetten web sitesi aracılığıyla yararlandıkları görülmektedir. Termal turizm merkezinde yer alan işletmelerin büyük oranda bilgi teknolojilerinde yaralandıkları görülmektedir. Diğer turizm türlerinde faaliyet gösteren işletmelere nazaran termal turizm faaliyeti yapılan bir bölgede bilgi teknolojilerinden faydalanma oranının yüksek olması bu bölgedeki turizm işletmelerinin ekonomik gücü ile ifade edilebilir.

Tablo 7. İşletme Türlerine göre Gelirler

İşletme Türü	2005	2006	2007 (Tahmin)
Konaklama İşletmeleri	11.064.047 YTL	11.723.494 YTL	12.251.050 YTL
Yiyecek-İçecek İşletmeleri	5.497.770 YTL	6.373.144 YTL	7.344.595 YTL
Çeyiz-Hediyelik Eşya İşletmeleri	57.367YTL	72.813 YTL	83.845 YTL
Toplam	16.619.184 YTL	18.169.451 YTL	19.679.490 YTL

Tablo 7’de turizm hareketleri ile doğrudan ilgili konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri ve hediyelik eşya işletmelerinin geçmiş 2 yıl ve 2007 yılında bekledikleri tahmini gelirleri görülmektedir. Elde edilen gelirler doğrudan turist kaynaklı olarak ortaya çıkmış gelirlerdir. Turistler dışındaki kişilerden elde edilen gelirler kapsam dışı bırakılmıştır. Gönen Kaplıca Merkezi’nde 2005 yılında toplam 16.619.184 YTL gelir elde edilmiştir. Bu gelirin 11.064.047 YTL lik kısmı (%66,6) konaklama işletmeleri tarafından, 5.497.770 YTL lik kısmı (%33,1) yiyecek-içecek işletmeleri tarafından ve 57.367 YTL lik kısmı (%0,3) ise çeyiz ve hediyelik eşya işletmeleri tarafından sağlanmıştır. 2006 yılında gelirler konaklama işletmelerinde %6, yiyecek-içecek işletmelerinde %16 ve çeyiz ve hediyelik eşya işletmelerinde %27 ve toplamda ise 2005 yılına göre %9,3 lük bir artış kaydedilmiştir. 2007 yılında ise 2006 yılına göre gelirlerde %8,3 lük bir artış olacağı beklentisi mevcuttur. Gönen Kaplıca Merkezi ölçeğinde elde edilen gelirler İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda işlem gören birkaç turizm işletmesinin gelirlerine denk bir miktarı yansıtmaktadır.

Tablo 8’de de görüldüğü üzere kaplıca merkezindeki işletmelerin pazarlama faaliyetlerine ayırdıkları bütçenin yok denecek kadar az olması bu turizm türünde rekabet ve pazarlama açısından herhangi sorun bulunmadığını da göstermektedir. Kaplıca merkezlerine gelen turistlerin önemli ölçüde tavsiye üzerine kaplıca tercihi yaptıkları ve aynı merkeze birkaç defa daha ziyaret gerçekleştirdikleri görülmektedir (Kaşlı, 2006:271).

Tablo 8. İşletme Türlerine Gönen'de Yapılan Giderler (2006 yılı-YTL)

Gider Türleri	Konaklama İş-	Yiyecek-	Çeyiz-
Temizlik Giderleri	32.650	23.400	--
Yiyecek-İçecek Giderleri	802.000	--	--
Mobilya Araç Gereç Giderleri	812.750	--	--
Elektrik, Su, Gaz Giderleri	180.304	115.800	73.550
İletişim Giderleri	729.000	14.600	9.350
Muhasebe, Sigorta Giderleri	234.270	19.230	21.000
Pazarlama, Halkla İlişkiler Gider-	55.000	--	--
Bakım-Onarım Giderleri	309.750	14.500	4.400
Eğitim, Seyahat Giderleri	7.000	--	--
Banka Kredileri	135.500	--	--
Vergiler	36.500	--	2.400
Personel Giderleri	487.750	338.800	20.650
Diğer Giderler	571.000	--	--
Yiyecek Giderleri	--	582.600	--
İçecek Giderleri	--	219.400	--
İğne Oyası Çeyiz Giderleri	--	--	481.000
Hediyelik Eşya Giderleri	--	--	160.160
Toplam	4.393.474	1.328.830	772.510

Tablo 8'de araştırmaya katılan işletmelerin 2006 yılı giderlerinin dağılımı görülmektedir. Tabloda verilen giderlerin tamamı Gönen Kaplıca Merkezi'nde yapılmış olup Gönen'deki işletmeler tarafından Gönen dışında yapılan harcamalar araştırmaya dahil edilmemiştir. Buna göre konaklama işletmelerinin 2006 yılında Gönen'de 4.393.474 YTL lik harcama yaptığı ve bu harcamaların en başta gelenlerinin, mobilya araç gereç alımları (%18,5), yiyecek-icecek alımları (%18,3), iletişim giderleri (%16,6) olduğu ortaya konulmuştur. Yiyecek içecek işletmelerinin 2006 yılında Gönen'de yaptığı harcamalara bakıldığında, toplamda 1.328.830 YTL lik harcamanın yapıldığı ve bu harcamaların, yiyecek alımları (%43,8), personel giderleri (%25,5), içecek alımlarında (%16,5) yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Çeyiz ve hediyelik eşya işletmeleri 2006 yılında Gönen'de 772.510 YTL lik harcama yapmışlardır. Harcamalar iğne oyası ve çeyiz giderleri (%62,3) ve hediyelik eşya giderlerinde (%20,7) yoğunlaşmıştır. Genel anlamda 2006 yılında işletmelerin Gönen'de yaptığı toplam harcama 6.494.814 YTL olarak gerçekleşmiştir. Gönen Termal Turizm Merkezi'nde ortaya çıkan harcamanın çok farklı kalemlerde dağı-

lim göstermesi harcamaların adil dağılımı ve dengeli kalkınma açısından oldukça sevindiricidir.

Araştırmaya katılan işletmelere “Hangi ürünleri Gönen’den satın alıyorsunuz?” Sorusu da yöneltilmiş ve özellikle yiyecek-içecek işletmelerinin, günlük yiyecekleri, taze ürün ve meyveleri, içecekleri, dana ve kuzu etlerini Gönen’den aldıkları ortaya konulmuştur. Yiyecek-içecek işletmelerinin faaliyetlerinin, taze ürün üreten çiftçileri, satan manavları, hayvan yetiştiricilerini ve kasapları, içecek bayilerini doğrudan etkilediği anlaşılmaktadır. İşletmelerin Gönen’den satın alım kararlarının ortaya çıkmasında “Gönen’e destek olma”, “ürün kalitesi”, “ulaşım kolaylığı”, “ürün fiyatı” gibi faktörlerin etkili olduğu da araştırma sonuçlarıyla ortaya konulmuştur.

SONUÇ

Turistik faaliyetler, gelişmekte olan ülkelerde ve beldelerde ekonomik anlamda birçok avantajı da beraberinde oluşturan oldukça önemli ve geliştirilebilir bir olgudur. Turizm faaliyetleri, çevreye duyarlı olması, birçok sektörü doğrudan etkilemesi, emek yoğun bir sektör olması ve istihdam oluşturma kapasitesi gibi özellikleriyle yerel kalkınmada vazgeçilmez faaliyetlerden ve geliştirilmesi gereken alanlardan bir tanesidir. Turizm türlerinin gelişmekte olan alanlarından biri olan kaplıca turizmi, yeni talep odakları yaratma açısından gerek ulusal, gerekse uluslararası rekabet ortamında oldukça önemli bir potansiyele sahiptir. Kaplıca turizmi alanında yapılan yatırımların kısa süreler içinde olumlu sonuçlar vermesi, termal kaynaklarımızın rekabet açısından önemli üstünlüklere sahip olması ve kaplıca merkezlerinde ortaya çıkan turistik hareketlerle yerel kalkınmada önemli mesafeler alınması son zamanlarda herkesin dikkatini çekmiş ve bu alandaki yatırımları ve ilgiyi artırmıştır.

Gönen Kaplıca Merkezi’nde yapılan bu araştırmada turizm hareketlerinden önemli miktarlarda gelirler elde edildiği ortaya konulmuştur. Ayrıca bu gelirlerin birçok sektöre de dağılması adil bir kalkınmanın da ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Araştırma, konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, çeyiz ve hediyelik eşya işletmeleri bağlamında ele alınmasına rağmen, turistik faaliyetler, ulaşım, eğlence, içecek bayileri, mandıralar, benzin istasyonları v.b. gibi daha birçok işletme üzerinde de ekonomik etkilere sahiptir. Ayrıca kaplıca merkezleri önemli oranda ev pansiyonculuğunun da yapıldığı yerlerdir. Ev pansiyonculuğundan elde edilen geliri tespit etme imkanı olmamasına rağmen bu alanda da önemli bir turistik hareketliliğin bu-

lunduğu ifade edilebilmektedir. Bu noktadan hareketle, turizmin çoğaltan etkisi de dikkate alınır, turistlik faaliyetlerin tüm yıla yayıldığı kaplıca merkezlerinde, ekonomik kalkınmanın en önemli araçlarından birini turizm hareketleri oluşturmaktadır denilebilir. 34.000 nüfusu bulunan Gönen Kaplıca Merkezi'nde 2006 yılında doğrudan turizmle ilgili işletmeler tarafından elde edilen 18.169.451 YTL lik gelirin dört kişilik standart bir aile başına etkisi 2.136 ytl dir. Bu bağlamda, turistlik faaliyetlerin halkın ekonomik gelişmişlik seviyesinin artırılmasında önemli bir etkisinin bulunduğu ifade edilebilir. Gönen kaplıca merkezine yönelik olarak yapılan araştırmada ortaya çıkan ilginç bir sonuç ta fiyatlarda sezonluk değişimlerin yaşanmaması olmuştur. Kıyı turizmine yönelik olarak hizmet veren birçok işletmede sezon yaklaştıkça rezervasyonları doldurma endişesinden kaynaklanan fiyat indirimleri, kaplıca merkezlerindeki işletmelerde hiç yaşanmadığı görülmektedir. Bu da işletmelerin mali yapılarının daha sağlıklı olmasına ve faaliyetlerin daha sağlıklı yürütülmesine imkan vermektedir.

Türkiye'de kaplıca turizmüne yönelik olarak gerçekleşen turistlik faaliyetlerin istisnalar hariç önemli bir kısmı iç turizm hareketlerinden kaynaklanmaktadır. Oysaki Balıkesir, Denizli, Afyon, İzmir ve çevresi, termal kaynak zenginliği ve konaklama tesislerinin kapasitesi itibarıyla Almanya başta olmak üzere, sağlık sigortaları tarafından ödenen, 6 haftalık, dinlenme tedavileri için çok uygun yerlerdir. Almanya'da sağlık sigortaları tarafından karşılanan bu tedaviden, her yıl yaklaşık 1 milyon kişi yararlandığı ve bu sayınının 30 binini Almanya'da yaşayan Türklerin oluşturduğu ifade edilmektedir. Bu nedenle, Türkiye'de bu konuda gerekli yatırım yapılırsa, sağlık sigortaları tarafından günde 120 ila 190 Euro otel ücreti ödenen bu tedaviler, hem Türkiye'ye gelen yabancı turist profilinin değişmesini ve artmasını, hem de Türkiye'nin kaplıca ve sağlık turizminde önemli başarılar elde etmesini sağlayacaktır.

Gelecekteki Araştırmalar İçin Öneriler

Araştırma zaman kısıtlılığı ve verilerin toplanması aşamasında karşılaşılan bazı güçlükler nedeniyle çok geniş bir örneklem üzerinde yapılamamıştır. Bu nedenle bu araştırmanın, daha farklı termal turizm merkezleri ve bu merkezlerdeki işletmelerden oluşan daha geniş bir örneklem ile yapılması ve ayrıca araştırma kapsamına termal turizm merkezlerini ziyaret eden turistlerin de alınması araştırma sonuçlarının genellenebilir düzeyinin artırılması açısından daha iyi sonuçlar verebilecektir.

KAYNAKÇA

- AKOVA, Orhan (2006), *Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılama Ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma*, **S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Akademik İncelemeler**, Sayı:2 Cilt:1.
- AKTAŞ, Cengiz (2005), *Türkiye'nin Turizm Gelirlerini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemine Belirlenmesi*, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 6 (2).
- AVCIKURT, Cevdet (2003), **Turizm Sosyolojisi**, Detay Yayıncılık, Ankara.
- BULUT, Erol (2000), *Türk Turizminin Dünyadaki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi*, **Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, 3, Ankara.
- CARSTENSEN, F.V., McMILLEN, S., ARIK, M., VAROL, H., XIAOZHONG, L. (2003), *The 2001 Economic Impact of Connecticut's Travel and Tourism Industry*, Erişim adresi: <ww.cultureandtourism.org/cct/lib/cct/CCTImpactReporWeb.pdf>, [Erişim tarihi: 19.02.2007].
- CLINTON, E. ve INGHAM, C. (2000), *Summary Greater Lansing Region Tourism Impacts*, Erişim adresi: <http://www.prr.msu.edu/miteim/satellite/GLCVB3.pdf>, [Erişim tarihi: 19.02.2007].
- ÇİMAT, A. ve BAHAR, Ozan. (2003), *Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme*, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (6).
- Department Of Community Development And Applied Economics ve Vermont Tourism Data Center, School of Natural Resources. (2000), *The Impact of the Tourism Sector on the Vermont Economy: 1999*, Erişim adresi: <http://www.uvm.edu/~snrvtdc/publications/tourism_impact.pdf>, [Erişim tarihi:19.02.2007].
- EKONOMİST DERGİSİ. (2004), *Büyüyen Turizm 48 Sektörü Nasıl Etkileyecek?*, Erişim adresi: <http://www.kobifinans.com.tr/sector/011602/12924>, [Erişim tarihi: 19.02.2007].
- Erişim adresi: <http://www.espa-ehv.com/>, [Erişim tarihi: 15.03.2007].
- KAR, M., ZORKİRİŞÇİ, E., YILDIRIM, M. (2004), *Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme*, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (8).
- KAŞLI, Mehmet (2006), *Yerel Turistlerin Kaplıca Merkezlerini Ziyaret Nedenleri ve Beklentileri Üzerine Gönen'de Bir Araştırma*, **II. Balıkesir Turizm Sempozyumu**, 20–22 Nisan, Balıkesir.
- KOÇ, Erdoğan (2003), *An Analysis Of Consumer Behaviour In The Turkish Domestic Tourism Market*, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 4 (1).
- KOÇ, E. ve ALTINAY G. (2006), *An Analysis Of Seasonality in Monthly Per Person Tourist Spending in Turkish Inbound Tourism From A Market Segmentation Perspectiv*, **Tourism Management**, Volume 28, Issue 1, Şubat 2007, s.227-237

- ÖZKÖK, Ferah (2006), *Yoksulluğun Azaltılmasında Turizmin Yeri*, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, www.e-sosder.com, ISSN:1304-0278 Kış, C.5 S.15.
- SELÇUK, G. N. ve BAŞAR, S. (2006), *Turizm Uydu Hesapları*, **Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 7/2. Ankara.
- STYNES, Daniel J. (1999), *Approaches to Estimating the Economic Impacts of Tourism; Some Examples January*, Erişim adresi: <http://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol2.pdf>, [Erişim tarihi: 15.03.2007].
- STYNES, Daniel J. (2007), *Economic Impacts of Tourism*, Erişim adresi: <http://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf>, [Erişim tarihi: 15.03.2007].
- UNUR, Kamil (2004), *Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi*, **Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.6, Sayı.4.
- ÜNLÜÖNEN, K. ve KILIÇLAR, A. (2004), *Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin 80 Yılı*, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı.1.
- YAVUZ, Nilgün Ç. (2006), *Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma Ve Nedensellik Analizi*, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 7 (2).
- YÜCEL, Cengiz (2003), *Spa Turizminde Büyük Olanaklar*, **Tursab Dergisi**, Eylül 2003.