

# YABANCI TURİSTLERİN KONUT/DEVRE MÜLK SATIN ALMALARININ YÖRE HALKI ÜZERİNDEKİ SOSYAL VE KÜLTÜREL ETKİLERİ: FETHİYE ÖRNEĞİ

Yüksel ÖZTÜRK\*  
Uğur AKDU\*\*  
Serap AKASYA AKDU\*\*

## ÖZET

Turizm 2000’li yılların evrensel olaylarından birisidir. Özellikle insana verilen önem ve değerın artması doğrultusunda hizmet sektöründe meydana gelen değişimler turizm faaliyetlerinin de artmasını sağlamıştır. Bu olumlu gelişmenin ve yenileşmenin bir de olumsuz tarafı olduğu unutulmamalıdır. Türkiye’de turizmin bazı sosyal ve kültürel bozulmalara neden olduğu veya ileriki yıllarda ortaya çıkabilecek sorunlara zemin hazırladığı düşüncesine dayanarak turizmin kişi ve toplumlar üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla araştırmanın yapılmasına karar verilmiştir. Araştırma kapsamında turizmin oldukça geliştiği, yabancılara konut satışlarının hızla arttığı Fethiye yöresi seçilmiştir. Bu amaçla, Fethiye merkez, Karaçulha ve Ölüdeniz beldesinde örnekleme metoduyla seçilen 150 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Ankete katılanların % 64,3’ü yabancılara yapılan konut ve/veya devre mülk satışının turizmi olumsuz etkilediğini, % 70,9’u yine bu durumun yerel yaşamı olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Katılımcıların %79,5 gibi büyük çoğunluğu ise, yabancılara yapılan konut satışlarının kanunen engellenmesi veya kısıtlanması fikrine katılım göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, konut pazarlaması, devre mülk.

## A CASE STUDY ON TOURISM’S SOCIAL AND CULTURAL DEGENERATION AS A RESULT OF MARKETING ESTATE/TIMESHARING TO FOREIGN TOURISTS IN FETHİYE

### ABSTRACT

Today, tourism is one of the universal events. Particularly, in consequence of increase to given importance and esteem to the humans at the tourism activities been increase. This is a positive development but there are also negative impacts of this development. Lately in Turkey, tourism activities has resulted some social and cultural degeneration. This study aims to finding out tourism’s impact of upon human and society. For this purpose, a case study has been done to 150 people who were chose with sampling method in Fethiye, Ölüdeniz and Karaçulha. 64.3 % of participator had

---

\* Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi (Doç. Dr.).

\*\* Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri.

\*\* Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri.

been declared that the marketing estate and timesharing to foreign tourists influence the tourism negative and 70.9 % of participator had been declared that this event influence the local life negatively. In addition to the majority as 79.5% of participator had been declared that the marketing estate and timesharing to foreign tourists must obstruct or restrain by law.

**Keywords:** Tourism, marketing estate, timesharing.

## GİRİŞ

Turizm anlam ve algılayış yönüyle kolay bir olgu olarak görülse de tam anlamıyla ele alındığında ve detaylara girildiğinde basit olmadığı ifade edilebilir, zira turizm çok boyutlu bir olaydır. Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapıya sahip toplumlar arasında etkileşim sağlamakta, sosyal ve kültürel yapıyı etkilemekte, toplum üzerinde davranış değişikliklerine sebep olabilmektedir.

Dünyada meydana gelen birçok değişim sonucunda insana verilen önem ve değer artmış, ülkeler turizm ile ilgili farklı bakış açılarına sahip olmuş ve bu doğrultuda ülkeler turizm politikalarına yeni yönelimler getirmiştir. Son yıllarda gerek Türkiye’de ve gerekse diğer ülkelerde en büyük sektörlerin arasında yer alan, bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm, ülke ekonomisi için kaynak yaratan bir sektör olarak önem kazanmaktadır (Bull, 1991:116, Holloway, 1992:174).

Turizm olayının ülke menfaatine yararlı olduğu kadar negatif birçok yönünün de bulunduğunu ifade etmek gerekir (Davidson, 1989:160; Ryan, 1991:95; Witt vd., 1991:154). Araştırma konusu olarak özellikle turizmin toplum yapısını olumsuz yönde etkileyen sosyal ve kültürel etkileri üzerinde yoğunlaşmıştır. Çünkü toplum yapısında görünürde ve kısa vadede değişimler gözlemlenmese de uzun vadede olumlu veya olumsuz bazı değişmeler olmaktadır. Zamana yayılmış bu değişmeler her toplumda meydana gelir ve sosyolojik açıdan normal kabul edilir. Ancak, sosyal ve kültürel yapıda meydana gelen öyle değişimler vardır ki zaman içerisinde öz benlik ve öz kültür yapısında önemli farklılaşmalara sebep olur. Turistler gittikleri bölgelerdeki yerli halkın kültürünü, düşünüş ve davranışlarını, giyimlerini, hayat tarzlarını, kişisel ilişkilerini ve tüketim davranışlarını etkileyebilmektedir. Bu olgu özellikle az gelişmiş ve gelişmekte

olan, ekonomik açıdan düşük hayat standartlarına sahip ülkelerde daha belirgin olarak görülebilmektedir (Ünlüöner ve Tayfun, 2003: 134).

Son yıllarda artan turizm hareketleri bazı kesimler tarafından farklı kullanılmaya başlamıştır. Turistler artık turizm olayını geçici olarak gerçekleştirmek yerine çeşitli turizm merkezlerinde konutlar satın alarak bu durumu çıkarları doğrultusunda kullanmaya başlamıştır. Örneğin, katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bilgilere göre, her hangi bir yöreden konut sahibi olan bir turist, bu evi kendi çevresine de tahsis edip ekonomik fayda sağlamaktadır. Bu ve buna benzer bazı olaylar zaman içerisinde turizmde ve yörede ekonomik ve sosyo-kültürel bakımdan olumsuz değişimlere sebep olabilecektir. Bu durumun sosyal ve kültürel değişimlerdeki etkilerini araştırmak için özellikle yabancılara yapılan konut satışının arttığı ve bu durumdan olumsuz yönde etkilendiği düşünülen Fethiye yöresi seçilmiştir.

## **1. TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ**

2000'li yıllarda turizm faaliyetlerinin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan sosyal, kültürel ve çevresel sorunlar beraberinde bir çok tartışmayı da getirmiştir. Bugün artık kabul edilen görüş, turizmin geliştirilmesi bölge veya ülkeye her zaman faydalı olamayacağıdır. Geliştirilen turizm çeşidine göre turizm aktiviteleri ülkede var olan problemleri artıracak gibi yeni problemleri de beraberinde getireceği söylenebilir. On yıl öncesine kadar, bir çok kişi kitle turizminin çok faydalı olduğu inancındaydı ama artık bu düşüncede olan kişilerin sayısı gittikçe azalmaktadır (Öztürk, 1999:43).

Türkiye modern bir İslam ülkesidir. Bu ifade, Türk toplumunun bir yandan İslam dininin inanışlarıyla bezenmiş bir yapıyı, diğer yandan da Batı toplumlarının modern yaşam tarzını bünyesinde bütünleştirme gayretleri içinde olduğunu göstermektedir (Ulucak, 2000:31). Medeniyetler beşiği olarak bilinen Anadolu, ev sahipliği yaptığı medeniyetlerden süregelen kültür birikimi oldukça fazla olan bir ülkedir. Dil yapısı, düğün, nişan törenleri, insan ilişkileri, aile ilişkileri gibi özellikler Türk toplumunu diğer toplumlardan ayıran çarpıcı kültürel özelliklerindedir. Bu

kültürel yapı birçok unsurdan etkilendiği gibi özellikle insan ilişkilerine dayalı olan turizm faaliyetlerinden de etkilenmektedir.

### **1.1 Turizmin Kültür Üzerindeki Etkileri**

Ülkelerin sahip oldukları kültürel değerlerin turizm için önemli kaynaklar olduğu söylenebilir. Bu nedenle, sahip olunan değerlerin korunması ve yönetimi turizmin geleceği açısından hayati önem arz etmektedir. Buna karşın, yapılan araştırmalarla birçok ülkede, turistlerin gelmesiyle, değer ve inanç yapısının değiştiği, giyim ve yaşam biçiminde geleneksel kalıpların terk edildiği, dilde yabancı sözcüklerin arttığı, sanatın gerçek anlam ve özelliklerini yitirdiği gözlemlenmiştir (Carter ve Beton, 2004: 423-442.; Smith, 1989:221-235; Murphy, 1985:120; McIntosh ve Goeldner, 1990:179-192; Sharpley, 1994:189-219). Bu değişikliklerin, turizmin mi yoksa endüstrileşme, kentleşme ve radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının sonucu olduğunu ve hangisinin daha çok etkisi olduğunu kestirmek güçtür. Güçlü ve sağlam bir kültürel yapı, turizme gerekli uyumu yaparak, kendi varlığını sürdürebilir. Ancak, zaten çözümlenme durumunda olan, uzun süre sömürge durumunda kalmış, toplumsal değişimler karşısında geleneksel değerlerini büyük ölçüde yitirmiş olan bir kültür, büyük olasılıkla, turizmden daha çok etkilenecektir (Doğan, 2004: 131).

Bir bölgede turizmin gelişmesine paralel olarak uluslar arası kültürle etkileşime geçen o bölgenin kültüründe belirgin değişimin olduğu yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur. Kültür üzerinde meydana gelen bu değişim hem negatif hem de pozitif olarak ortaya çıkabilmektedir. Kültürün ve tüketici davranışlarının oluşmasındaki temel öğeler; dil, adetler, alışkanlıklar, görenekler vs. bölgeye gelen turistlerin kültürel yapıları ve sayıları ile bağlantılı olarak değişiklik gösterebilmektedir (Ünlüönen ve Tayfun, 2003: 137).

### **1.2 Turizmin Sosyal Yaşama Etkileri**

Turizm, bir toplumun kültürünü etkilemesi sebebiyle toplumdaki insan ilişkilerini, davranışlarını ve insan etkinliklerini de doğrudan etkileyebilir. Sosyal hayat

zaman içerisinde, siyasal ve yönetsel tercihlerle, her türlü iletişim aracının aktif olarak insan yaşamına girmesiyle, ekonomik yapının değişmesiyle, doğal ve kendi mecrasında bir değişime uğramaktadır. Turizm faaliyetleri, söz konusu bu değişim sürecini hızlandırmakta ve önemli bir ivme kazandırmaktadır (Ulucak, 2000: 53).

Turizm faaliyetleri sadece ekonomik bir olay değil aynı zamanda sosyal, kültürel, siyasi ve çevresel yönleri de olan, toplumu ve sosyal yapıyı etkileyen bir harekettir. Bu nedenle, turizmin etkileri değerlendirilirken yalnız gelir getirici ve döviz kazandırıcı özellikleri gibi maddi ve ekonomik sonuçlarının değil aynı zamanda, sosyal ve kültürel yansımaları gibi ekonomik olmayan konuların incelenmesi de önem kazanır (Aycı, 2004: 27-28).

Turizmin olumlu ve olumsuz etkileri sorusuna, gelişmiş, gelişmekte olan veya gelişmemiş ülkelerin cevapları farklılık göstermektedir (Britton, 1982:331-358; Cater, 1987:202-226; Pearce, 1989:184). Aşağıdaki Tablo 1 incelendiğinde turizmin ekonomik ve sosyal etkilerinin ülke durumlarına göre halkın üzerindeki etkileri daha iyi görülebilir.

**Tablo 1.** Turizmin Ekonomik ve Sosyal Etkileri

<b>Turizmin Gelişim Aşamaları</b>	<b>Turist Tipi</b>	<b>Ekonomik Etki</b>	<b>Sosyal Etki</b>
Gelişmemiş	Yeni veya hiç yok, az sayıda kaşif, bireyler halinde	Minimum	İyimser, turistle mutlu
Gelişmekte	Acayip, tuhaf yada olağan dışı yerler arayanlar	Orta	Kayıtsız
Gelişmiş	Kitle veya popüler turist	Fazla Anlamlı	Çok ilgisiz veya karşı çıkan

Kaynak: Koçak, 2001: 29

### 1.3 Turizmin Sosyal Çevre Üzerine Etkileri

İnsanlar turizm sayesinde değişik kültür ve sanatları tanımak olanağı bulmaktadırlar. Böylece turizm, değişik kültür ve sanatlar arasında değişimi sağlayan, insanların kültür düzeylerini artırmaya olanak veren bir araç olduğu söylenebilir. İnsanlar kendi kültürleriyle birlikte, değişik sanatları karşılaştırarak kendi kültürünü tanıma, bununla birlikte diğer kültürlerdeki farklılıkları göz önünde bulundurarak, ayrı yaşam biçimlerini görme fırsatını yakalayabilirler. Kültür ve sanat eserlerine sahip ülkeler, bu sosyal kaynağı korumak gereğinin ve zorunluluğunun bilincine turizm faaliyetleri sayesinde ulaşabilirler. Öte yandan, turizm faaliyetlerinin bir diğer etkisi de, toplumun dışı açılmasını ve toplumun değer yargılarının değişim süreci açısından hızlanmasını sağlamaktır.

Tüm bu olumlu yönlere karşın, turizmin gelenekleri bozucu bir etkisi de olabilmektedir. İnsanların, turist olarak farklı bir imaja bürünerek girdikleri ortamlarda, turistin ziyaret ettiği ülke ve bölgenin gelenekleri üzerine negatif etki oluşturabilmektedir. Yabancıda uygun görülen kişilik, yerli halkta hızla turiste benzeme isteği uyandırır. Bazıları tarafından "kültürel kirlenme" olarak adlandırılan bu oluşum, giyim-kuşamdan, yemek biçimine kadar kendini hissettirmektedir (Akat, 1997: 40).

## 2. TURİZM VE DEVRE MÜLK

Turizme katılan bireylerin tatil maliyetleri içerisinde en fazla gideri konaklama harcamaları oluşturmaktadır. Bir konaklama türünü oluşturan devre mülklü tesisler mesken olarak kullanılmaya elverişli yapılardır. Bu tür yapılar bir ev huzur ve konforu sunarken, harcama ve yatırım maliyetinin düşüklüğü açısından sosyal turizmden yararlanan kitleye uygun bir konaklama sağlamaktadır (Akgün, 1993: 58).

Devre mülkü şu şekilde tanımlamak mümkündür; "...sahibine bir gayrimenkulden veya gemi ve yat gibi dinlenmeye ve ikamet etmeye elverişli diğer bir eşyadan her yıl tekrar eden, devir ve intikal edebilen ve senenin belli bir dönemiyle sınırlı olan münhasır bir yararlanma yetkisi bahşeden bir haktır". Ayrıca, 3227 sayılı

“Kat Mülkiyeti Kanuna (KMK) Devre Mülk Hakkı İle İlgili Maddeler Eklenmesine Dair Kanun” ile eklenen KMK madde 5’te devre mülk şöyle tanımlanmıştır: “mesken olarak kullanılmaya elverişli bir yapı veya bağımsız bir bölümün ortak maliklerinden her biri lehine, bu yapı veya bağımsız bölümden yılın belli dönemlerinde istifade hakkı müşterek mülkiyet payına bağlı bir irtifak hakkı olarak kurulabilir. Bu hakka devre mülk hakkı denir ” (Tok, 1996: 13).

Devre mülk faaliyetleri değişik ve gelişmiş ürünler sunarak turizm piyasası talebini motive etme olanağına sahiptir. Yerleşim güvencesi, konfor ve evde oturmak yerine maliyet avantajı olan yaşam şekilleri sunan ve geleneksel turist ürünleriyle başarılı bir şekilde rekabet edebilen devre mülk kullanımı tüketicilerin ilgisini daha fazla çekmektedir (Akgün, 1993: 84).

İlgili maddelerde (5444 sayılı Tapu Kanunu Maddeleri) turistlerin gayrimenkul edinme hakları desteklenmiştir. Devre mülk alımlarında turistler gayrimenkulun kendisini değil belirli bir dönem içerisindeki kullanım hakkını satın almaktadır. Fakat, özellikle son yıllarda turistler devre mülk satın almaktan çok gayrimenkulun tamamını satın alma şeklinde eğilim göstermektedirler (Araştırma katılımcılarıyla yapılan görüşmeler).

22.12.1934 tarihli ve 2644 numaralı kanunun 35. maddesinde belirtilen “Taahhidi mutazammın kanuni hükümler yerinde kalmak ve karşılıklı olmak şartıyla yabancı hakiki şahıslar Türkiye’de gayrimenkul mallara temellük ve tevarüs edebilirler” açıklamayla yabancılara konut satışı Türkiye’de 1934 yılından beri gerçekleştirilmektedir. Bu durumun zamanla artış göstermesi ilgili kanun maddelerinde düzenlemeler yapılmasını gerekli kılmış, bu bağlamda 3 Temmuz 2003’te yabancılara konut satışını "karşılıklı olma ve kanuni sınırlamalara uyulma" yoluyla serbest bırakan 4916 sayılı yasa Avrupa Birliği’ne uyum çerçevesinde kabul edilmiştir. Bu yasa Anayasa Mahkemesi tarafından ‘getirilen yasal güvenceler ve sınırlamalar’ yeterli görmediği gerekçesiyle iptal edilmiştir. Aralık 2005’te ise, Tapu Kanunu’nda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Tasarısı kabul edilmiş ve yabancılara mülk edinmelerini

düzenleyen Tapu Kanunu değişikliği, 07 Ocak 2006 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak resmîyet kazanmıştır.

Türkiye’de 1934’ten bu yana yabancılara yapılan mülk satışlarının sayısı 57.472’dir. Yabancıların aldıkları taşınmazların büyüklüğü ise 178.891.778 metrekaredir. En fazla taşınmaz satışı 24.348.000 metrekare ile 1962’de yapılmıştır. Başlangıçtan bu yana 70 değişik millete mensup 62.486 kişi Türkiye’de mülk edinmiştir. Aşağıda konuyla ilgili detaylar tabloleştirilmiştir (www.ekodialog.com).

**Tablo 2.** Milletlere Göre Türkiye’de Mülk Sahipliği

<b>Milliyet</b>	<b>Kişi Sayısı</b>
İngiliz	14.456
Alman	14.387
Yunan	13.905
Hollanda	3.123
Suriye	2.485

Kaynak: www.ekodialog.com

**Tablo 3.** Yıllara Göre Satılan Mülk Sayısı

<b>Yıl</b>	<b>Satılan Mülk Sayısı</b>
1934	43
1950	143
1960	118
1970	180
1980	327
1984	1.002
2002	2.885
2003	3.960
2004	8.981
2005	6.343
2006	4.605

Kaynak: www.ekodialog.com

### **3. YÖNTEM**

#### **3.1 Araştırmanın Amacı**

Turizm yüzeysel olarak kolay bir olgu olarak görülse de detaylarıyla incelendiğinde basit bir olgu olmadığı görülmektedir. Turizm sosyal, kültürel ve ekonomik etkisi yadsınamayacak kadar büyük olan bir olgudur ve toplum üzerinde



olumlu ve olumsuz birçok etkileşime sebep olduğu düşünülmektedir. Turizm faaliyetlerinin ülke menfaatine yararlı olduğu kadar birçok olumsuz yönünün de bulunduğu unutulmamalıdır.

Turistik amaçlarla Türkiye'yi ziyaret eden turistleri bir müddet sonra cazip koşullarla Türkiye'deki herhangi bir tatil yöresinden konut veya devre mülk satın almaları ve bunu menfaatleri doğrultusunda kullandıkları kabul gören bir düşünce haline gelmiştir. Katılımcılardan elde edilen bilgiler ve izlenimler ışığında bu durumun ülke turizmini ve yöre insanının sosyal ve kültürel özelliklerini olumsuz yönde etkilediği ifade edilebilir. Bu çalışma için şu araştırma soruları ortaya konmuştur:

1. Yabancı turistlerin konut/devre mülk satın alması hakkındaki yöre halkının düşünceleri nedir?
2. Yabancı turistlerin konut/devre mülk satın alması yöre halkı üzerinde sosyal ve kültürel etkileri var mıdır?
3. Yabancı turistlerin konut/devre mülk satın alması turizm faaliyetlerini olumsuz olarak etkilemekte midir?

Bu çalışmada, yukarıda ifade edilen durumun gözlemlenmesi, soruların cevabının aranması, olumlu ve olumsuz etkilerin açıklanması amaçlanmıştır. Bu çalışmada, zaman ve araştırma bütçesinin darlığı nedeni ile araştırma, turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği Fethiye yöresinde yapılmıştır.

### **3.2 Araştırmanın Önemi**

Araştırma turistik faaliyetler sebebiyle Türkiye'ye gelen ve konut satın alarak yerleşen yabancıların bölge halkı üzerindeki sosyal ve kültürel etkilerini, ayrıca turizm faaliyetlerinin olumlu ve olumsuz yönlerini ortaya koyma amacını gütmektedir. Araştırma sonuçların değerlendirilmesi ve dikkate alınmasının, konut satışı ve turizmin olumlu yönlerini pekiştirecek faaliyetleri artırma konusundaki çalışmaları teşvik edeceği ve olumsuz yönlerin giderilmesinde veya en aza indirilmesi konusunda ilgili kişi, kurum ve kuruluşlara kaynak sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, araştırma

sonucunda elde edilen bulgular daha sonraki araştırmalara örnek teşkil edeceği ümit edilmektedir.

### 3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Yukarıda da ifade edildiği gibi, araştırma Fethiye yöresini kapsamaktadır. Fethiye yöresinin seçilme sebebi son yıllarda özellikle turizm alanında oldukça gelişen bir destinasyon olması, yörede yabancı turistlere yapılan konut satışlarında artışın meydana gelmesi olarak ifade edilebilir. Öte yandan, turizm faaliyetlerine çok fazla katılmayan bir başka ifade ile turistlerin ilgi odağı olmayan köylerin ve bölgelerin bulunması da araştırmayı bu bölgede yapılmasına etken olmuştur. Bu özelliğinden dolayı turizmin etkilerinin ortaya konulması ve turist alan ve almayan bölgeler arasında sosyal ve kültürel yönden karşılaştırmaların yapılabileceği bir yöre özelliği taşıması Fethiye'nin araştırma alanı olarak seçilmesinde önemli bir kriter olarak kabul edilmiştir.

### 3.4 Veri Toplama Yöntemi

Alan çalışmasında, birebir görüşme ve anket çalışmalarıyla veri toplama yöntemi uygulanmıştır. Söz konusu anket, konuyla ilgili literatür (Baker vd., 1994:3-7; Cannon, 1994:131-143; Ryan, 1995) taraması önceden yapılarak araştırma amacına uygun olarak belirlenen 23 sorudan oluşturulmuştur. Hazırlanan anket formunda bilgi verici, açık uçlu, üçlü Likert ölçeğinin yer aldığı soru tipleri kullanılmıştır.

Araştırmanın evreni 154.209 nüfuslu Fethiye ilçesi ve çevresidir. Yığının tümüne ulaşmada ve maliyet konusundaki kısıtlamalar sebebiyle örneklem belirlenmiştir. Araştırma örneklem sayısının belirlenmesinde, Ryan'ın (1995) geliştirdiği model uygulanmıştır. Ryan'ın geliştirdiği model şu şekildedir;

$$n = \frac{NPq}{(N-1) \frac{B^2 + Pq}{Z^2}}$$

Formülde yer alan sembollerin anlamları:

n= Örneklem sayısını

N= Araştırmaya konu olan topluluğu  
P= Topluluk oranını veya tahminini  
q= 1-P'yi  
B= Katlanılabilir hata oranını  
Z= İstenilen güven aralığını ifade etmektedir.

Buna göre;

N= 154.209 (2000 yılı ilçe nüfusu: 12 belde ve 71 köy toplamı)

P= 0,5

q= 0,5

B= 0.08

Z= 1,96

$$n = \frac{154.209 (0,5)(0,5)}{(154.209 - 1) (0,08)^2 + (0,5)(0,5)} \div (1,96)^2$$

n= 150.

Anket Nisan ve Mayıs 2005 tarihlerinde, her bölgede eşit sayıda olmak üzere Fethiye Merkez, Ölüdeniz beldesi, ve Karaçulha kasabasında seçilen 150 kişiye uygulanmıştır. Değişik nedenlerle, (yanlış, eksik doldurma vb.) 33 adet anket değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Dolayısı ile, 117 adet anket değerlendirmeye tabi tutulmuş, sonuç olarak araştırmaya katılım oranı % 78 olarak saptanmıştır. Araştırmada uygulanan anket sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesinde frekans, yüzde dağılımları ve aritmetik ortalamaları SPSS for Windows 11.5 programı kullanılarak hesaplanmış ve yorumlanmıştır.

#### 4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmaya katılanların % 59,8'ini erkek, % 40,2'sini ise bayan katılımcılar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların yaş ortalamasına bakıldığında % 61,5 gibi büyük çoğunluğunun 26 yaş ve üzerinde olduğu ve bunu takiben % 29,1'lik bir oranla 21-25 yaş arasındaki genç kesimin oluşturduğu görülmektedir.. Katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında ise, % 47,9 gibi büyük bir çoğunluğunun üniversite mezunu olduğu görülmektedir (Bakınız Tablo 4). Eğitim seviyesi yüksek insanların daha bilinçli davrandığı düşüncesinden hareketle, katılımcıların olaylara daha bilinçli ve objektif bir yaklaşım gösterdiği söylenebilir.

Katılımcılar iş alanları açısından incelendiğinde % 34,2'lik bir kısmının turizmle uğraştığı, % 29,1'inin devlet memuru olduğu, görülmektedir. Bu açıdan ele alındığında, bir durumu dışarıdan takip edenlerden çok birebir yaşayanların daha iyi açıklayacağı düşüncesinden hareketle, katılımcıların önemli bir kesiminin sektörün içinde yer almasından dolayı sorulara daha bilinçli ve geçerli cevaplar verdiklerini söylemek mümkündür.

**Tablo 4.** Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Demografik Özellikler		f	%
Cinsiyet	Bay	70	59,8
	Bayan	47	40,2
Yaş	18 yaş altı	1	0.9
	18-20 yaş	10	8.5
	21-25 yaş	34	29.1
	26 ve üzeri	72	61.5
Öğrenim Durumu	İlköğretim	31	26.5
	Ortaöğretim	29	24.8
	Üniversite	56	47.9
	Yüksek Lisans	1	0.9
İş Alanı	Tarım	6	5.1
	Ticaret	15	12.8
	Turizm	40	34.2
	Devlet Memuru	34	29.1
	Diğer	22	18.8
<b>TOPLAM</b>		<b>117</b>	<b>100</b>

**Tablo 5.** Araştırmaya Katılanların Yaşadıkları Bölgeye Gelen Turist Miktarı

Yaşadığınız Bölgeye Gelen Turist Yoğunluğu	f	(%)
Hiç turist gelmiyor	3	2.6
Az turist geliyor	9	7.7
Çok turist geliyor	105	89.7
<b>Toplam</b>	<b>117</b>	<b>100.0</b>

**Tablo 6.** Yaşanılan Çevrede Yabancı Turistlere Yapılan Konut Satışına ve İkametlerine İlişkin Cevapların Dağılımı

İfadeler		f	%
Yabancılara konut satışlarının yapılması	Evet	110	94.0
	Hayır	7	6.0
Yabancıların ikamet etmesi	Evet	100	85.5
	Hayır	17	14.5
<b>TOPLAM</b>		<b>117</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılımcıların % 89,7’lik büyük bir kısmı yaşadıkları çevreye gelen turist miktarı seçeneklerinden “çok turist geliyor” seçeneğini işaretlemiştir (Bakınız Tablo 5). Yine, önemi yadsınamayacak diğer bir konu ise, katılımcıların çevresinde yabancılara yapılan konut satışlarının miktarı ve çevrelerinde ikamet eden yabancıların varlığıdır. Bu durumu tespit etmek adına sorulan sorulara verilen cevaplar Tablo 6’da belirtilmiştir. Bu bağlamda katılımcıların % 94’lük bir çoğunluğunun çevrelerinde yabancılara konut satışı yapıldığı ve % 85,5’lik bir kısmının çevresinde ikamet eden yabancı turistlerin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 7.** Ankete Katılanların Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri Üzerine Görüşleri

İfadeler	Katılıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılmıyorum		
	f	%	f	%	f	%	
1	Çevrede yaşayan yabancı turistlerden etkilenme sonucunda bazı alışkanlıklarda (örneğin, alkol kullanma, sigara, konuşma tarzı, jest ve mimikler) değişim oldu.	59	50.4	11	9.4	47	40.2
2	Çevrede yaşayan yabancı turistlerden etkilenme sonucunda ahlak kurallarını bozan davranışları arttı.	89	76.1	6	5.1	22	18.8
3	Çevrede yaşayan yabancı turistlerden etkilenme sonucunda dinlenen müzik tarzında değişiklikler oldu.	52	45.2	13	11.3	50	43.5
4	Çevrede yaşayan yabancı turistlerden etkilenme sonucunda yemek yeme alışkanlıklarında değişiklik oldu.	43	36.8	11	9.4	63	53.8
5	Çevrede yaşayan yabancı turistlerden etkilenme sonucunda aile yaşantısında değişiklikler oldu.	26	22.2	9	7.7	82	70.1
6	Çevrede yaşayan yabancı turistlerden etkilenme sonucunda giyim tarzında değişiklikler oldu.	45	38.5	15	12.8	57	48.7

7	Çevrede yaşayan yabancı turistlerden etkilenme sonucunda evlilik anlayışı (örneğin, evlilik yaşı, evlilik biçimi, tören ve nikâh tipi) üzerine etkisi oldu.	25	21.5	22	19.0	69	59.5
8	Çevrede yaşayan yabancı turistlerin sosyal yaşantıyı olumsuz etkiledi.	70	59.8	8	6.8	39	33.4
9	Yabancı turistlerden kültürel anlamda olumsuz etkilenilmekte	71	61.2	12	10.3	33	28.5
10	Yabancı turistlerin Türkiye'den konut/devre mülk satın almasını fikrini nasıl buluyorsunuz?	32	28.3	3	2.7	78	69.0

Katılımcıların anketin ikinci bölümünde yer alan ve turizmin sosyal ve kültürel etkilerini ortaya çıkarmaya yönelik sorulara verdikleri cevaplar Tablo 7'de yer almaktadır. Buna göre, turizmin yöre halkı üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi amacıyla sorulan kişisel alışkanlıkların değişmesi, ahlak kuralları bozan davranışların artması, sosyal ve kültürel yaşantılarının bu durumdan olumsuz etkilendiği gibi sorulara büyük çoğunluk katılım göstermiştir. Bu doğrultuda katılımcıların % 76,1'i çevrelerinde yaşayan turistlerden etkilenme sonucunda ahlak kurallarını bozan davranışların arttığını belirtmiştir. Ayrıca, katılımcıların %59,8'i sosyal yaşamın ve %61,2'si ise kültürel yaşamın bu durumdan olumsuz olarak etkilendiğini belirtmişlerdir.

Buna karşın yine aynı doğrultuda sorulan benzer bazı sorulara ise katılım göstermedikleri ortaya çıkmıştır. Örneğin, katılımcıların % 59,5'i yabancı ülke vatandaşlarının evlilik anlayışını etkisi olduğu fikrine katılıyor musunuz? (Örneğin, evlilik yaşı, evlilik biçimi, tören ve nikâh tipi) sorusuna katılmadıklarını, % 70,1'i ise bu durumun aile yaşantısını olumsuz etkilediği fikrine katılmadıklarını belirtmişlerdir. Daha önce ifade edildiği gibi, turizm faaliyetlerinin kültürleri tanıma, kültürler arası etkileşim, insan ilişkileri gibi bir çok konuda olumlu bir değişime sebep olabileceği gibi tersi bir duruma da sebep olabilir.

**Tablo 8.** Ankete Katılanların Devre Mülk Üzerine Görüşleri

İfadeler	Katılıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılmıyorum	
	f	%	f	%	f	%
1 Yabancı turistlerin Türkiye’den konut/devre mülk satın almasının turizmi olumsuz etkilemektedir.	74	64.3	15	13.0	26	22.6
2 Yabancı turistlerin Türkiye’den konut/devre mülk satın almasının yerel yaşamı olumsuz etkilemektedir.	83	70.9	9	7.7	25	21.4
3 Yabancı turistlerin Türkiye’den konut/devre mülk satın almasının kanunen kısıtlanması veya engellenmesi gerekir.	93	79.5	5	4.3	19	16.2

Tablo 8’de yer alan ve yöre halkının yabancı turistlere yapılan devre mülk ve konut satışlarına bakış açısını anlamak adına sorulara verilen cevaplara bakıldığında yöre halkının % 69 gibi bir çoğunluğunun bu durumu olumsuz karşıladığı görülmektedir. Ayrıca büyük bir çoğunluk (% 70,9) yabancı turistlerin konut veya devre mülk satın almalarının yerel yaşamı olumsuz etkilediği ve % 64,3 gibi büyük bir çoğunlukta bu durumun turizmi olumsuz etkilediği fikrine katıldıklarını beyan etmişlerdir.

Son yıllarda bir moda ve kazanç aracı haline gelen yabancılara yapılan konut satışlarının kısa veya uzun vadede yöre yaşantısını olumsuz etkileyeceği ve kültürel yozlaşmaya yol açabileceği ayrıca amacı dışında kullanımların yöre turizmini olumsuz etkileyecektir. Bu çerçevede, mevcut yasa ve uygulamaların kısıtlanması ve amacı dışında kullanımların önlenmesi adına yaptırımların getirilmesi gerekmektedir. Bu araştırmada, yöre halkına sorulan “Yabancı turistlerin Türkiye’den konut/devre mülk satın almasının kanunen kısıtlanması veya engellenmesi gerektiği fikrine katılıyor musunuz?” sorusuna alınan cevaplarda katılım %79,5 olarak belirlenmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucu bu fikre katılım sebeplerinin özellikle elde edilen konutların başkalarına kiralaması vb. amaç dışı kullanılmasından kaynaklandığı

ve bu durumunda yörenin turizm hareketlerini olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Bu araştırmayla, toplumda meydana gelen sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik değişimin önemli bir unsuru kabul edilen turizmin, turizmin etkileri sonucu yörede meydana gelen yabancı turistlere konut satışının ve bu durumun Fethiye yöresindeki değişime etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucu, özellikle yüz yüze yapılan görüşmelerde turist alan bölge ve almayan bölgeler arasında sosyal, kültürel ve aile yaşantılarında değişikliklerin olduğu gözlemlenmiştir ki bu durum benzer araştırmalarla (Örn; Ünlüöner ve Tayfun, 2003:133-150) paralellik göstermektedir.

Araştırma sonucu elde edilen veriler incelendiğinde; konu kapsamındaki literatür ile benzerliklerin olduğu gözlenmektedir. Anket çalışmaları sonucu halkın verdiği cevaplar yabancılara yapılan konut satışının turizmi ve yöre halkını olumsuz etkilediği şeklindedir. Araştırmaya katılanların % 94 gibi büyük bir kısmının çevresinde yabancılara konut satışının yapıldığı ve yine % 85 gibi büyük bir kısmının çevresinde de ikamet eden yabancı turist olduğu gözlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğu bireysel anlamda bazı özelliklerin (aile yaşantısı, giyim tarzı, yemek yeme alışkanlıkları, evlilik anlayışı vs.) yabancı turistlerden etkileşim sonucu değişim gösterdiği fikrine katılım göstermemiştir.

Elde edilen veriler incelendiğinde katılımcıların çoğunun, çevrelerinde yaşayan yabancı turistlerden etkilenme sonucu ahlak kurallarını bozan davranışların arttığı, sosyal ve kültürel yaşamı olumsuz yönde etkilediği, bazı alışkanlıklarında değişim olduğu (alkol kullanma, sigara, konuşma ve giyim tarzı vs.) fikrine katılım gösterdiği gözlemlenmiştir. Katılımcıların % 69'u yabancı turistlerin Türkiye'den konut satın almasını doğru bulmuyor. Ayrıca, % 70,9 gibi büyük bir çoğunluğu bu durumun yerel yaşamı olumsuz etkilediği fikrine katılmışlardır. Yabancı turistlerin konut/devre mülk satın almasının turizm üzerinde de olumsuz etkisi olduğu fikrine katılım gösterenlerin oranı ise % 64,3'tür.



Anket alışmaları sırasında katılımcılardan bire bir alınan görüşler ışığında konut satın alan turistlerin bu durumu amacının dışında, ticari amaçlı olarak kullandıkları sonucuna varılmıştır. Katılımcılar konut sahibi turistlerin bir kısmının, konutlarını çevresine, arkadaş ve akrabalarına kiralayarak veya pansiyon gibi kullanarak gelir elde ettiklerini bu durumun çevrede yer alan özellikle konaklama ve diğer turistik tesisleri olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir. Sonuç olarak, konut satışının turizm hareketlerini olumsuz etkilediği ve bu durumun devam etmesi neticesinde daha büyük problemlerle neden olacağı dikkat çekmektedir.

Araştırma verilerinin değerlendirilmesi sonucu, katılımcıların % 79,5 gibi büyük bir oğunlunun yabancı turistlere yapılan konut satışının kanunen kısıtlanması veya engellenmesi gerektiği fikrine katılım göstermiş, % 4,3' bu konuda fikir belirtmemiş ve % 16,2'si ise bu fikre katılım göstermemiştir.

Öte yandan, konut satışlarını yoğun olduğu yerlerdeki izlenimler ve katılımcılarla yapılan görüşmeler doğrultusunda yabancı turistlere yapılan konut satışının, turizmin araştırma yapılan yörede olumlu etkileri olduğu gibi, olumsuz etkilerinin de olduğu tespit edilmiştir. lkeler arasındaki kültür farklılıkları neticesinde turistlerin yaşam tarzlarına, kültürlerine karşı özenme duygusundan dolayı, halkın sosyal ve kültürel yapısında değişmeler olabilmektedir.

Türk kültürünün yabancı kültürlere karşısında korunması için halkın bilinçlendirilmesi, turizmin olumlu ve olumsuz yönlerinin halka açıklanması, öz kültür özelliklerinin halka benimsetilmesi gerekmektedir. Bunun için öncelikli olarak geleceğimizin garantisi olan ocuk ve genç kesimlerin bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Bu konuda topluma da görevler düştüğü gibi devletinde bir takım çalışmalar yapması gerekmektedir. İlgili bakanlıkların koordineli çalışmaları sonucu öz kültürümüzü tanıtıcı ve benimsetici seminer ve konferanslar düzenlenebilir, mevcut çalışmaların sayısı arttırılabilir. Ayrıca, ilköğretimin ilk aşamasından itibaren müfredatı sadece Türk kültürünü içeren dersler konulmalıdır.

Yabancılara yapılan konut satışının öncelikle turizme ve yöre halkı üzerinde olumsuz etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun ortadan kaldırılması veya en aza indirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Devlet kanuni yaptırımlar uygulayarak yabancılara yapılan mülk satışını denetim altına almalı. Mülk satışlarında kısıtlamaya gidilmeli, mevcut mülk sahiplerinin mülklerini amaç dışı kullanmalarını önlemek için kanuni kısıtlamaya gidilmelidir. Buradan hareketle yabancı turistlere yapılan konut satışlarında bir an önce özellikle 7 Ocak 2006 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan, 29 Aralık 2005 kabul tarihli 5444 numaralı kanun uyarınca tedbirlerin alınması ki burada belirtilen “Bu madde hükümlerine aykırı edinilen veya kanunî zorunluluk dışında edinim amacına aykırı kullanıldığı tespit edilen taşınmazlar ile sınırlı aynî haklar, Maliye Bakanlığınca verilecek süre içerisinde maliki tarafından tasfiye edilmediği takdirde tasfiye edilerek bedele çevrilir ve bedeli hak sahibine ödenir” maddesi doğrultusunda amaç dışı kullanımlar önlenmeli ve bu konuda yaptırımların arttırılması sağlanmalıdır. Böylece, kısa ve uzun vadede bu durumun sosyo-kültürel etkileri ve turizme olan olumsuz etkileri önlenilecek, mevcut olumsuzluklar en aza indirilebilecek ve olası olumsuzluklar önceden engellenebilecektir.

Bu doğrultuda ilgili birimlerce denetim ekipleri oluşturularak, ülkede satımı gerçekleşmiş konutlar sıklıkla kontrol edilmeli, ikamet edenlerin kimlik doğrulaması yapılmalı ve kullanım amaçları saptanmalıdır. Satılması planlanan konutların imar planları kontrol edilmeli, iki buçuk hektar olan (Bakanlar Kurulunca 30 hektara kadar arttırılabilir) bir kişiye satılabilecek yüzölçümü oranı yeniden hesaplanmalı ve düşürülmesi sağlanmalıdır.

Yabancılara yapılan konut satışını gerçekleştiren komisyonculara uygulanan vergi miktarının ve yabancılardan alınan konut vergisi miktarının arttırılması caydırıcı bir etken olarak düşünülebilir.

Ayrıca, ülkenin turizm politikalarında bu konuya detaylı olarak yer verilmeli bu konuda alınacak tedbir ve yaptırımlar açıkça belirtilerek uygulamaya geçirilmelidir. Bölgelerin turizm merkezlerine yakın yerlerinde yapılan veya yapılması planlanan yabancı konutların sıkı denetim altına alınarak buralarda konut alımı azaltılmalı ya da

engellenmelidir. Halkın ve özellikle bu durumu ticari kazanç haline getiren kesimlerin, konut satışlarının yöreye ve turizme olumsuz etkileri konusunda bilinçlendirilmesi seminer, konferans, alan çalışmaları gibi uygulamalarla sağlanmalıdır.

Kanun boşluklarının giderilmediği, koşulların değişmediği, gerekli tedbirlerin alınmadığı, değişimlerin ve mevcut uygulamaların kontrol altında tutulmasına yönelik çalışmaların yapılmadığı sürece, olumsuz gelişmelerin devam edeceği, bu duruma sebep olan diğer etkenlerin dışında yabancılara yapılan konut satışlarıyla birlikte sosyal ve kültürel farklılaşmanın yaygınlaşacağı, artacağı bir gerçektir ve göz ardı edilmemelidir.

#### **KAYNAKÇA**

- AKAT, Ömer. (1997). **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**. Bursa: Ekin Kitapevi.
- AKGÜN, Osman. (1993).**Türkiye’de Sosyal Turizmde Devre Mülkün Önemi**. Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Eğitimi Anabilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi).
- AYCI, Ali. (2004). **Türk Turizm Pazarının Geliştirilmesinde İkinci Konut ve Ev Pansiyonculuğundan Yararlanılması Yollarının Araştırılması**. Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi).
- BAKER, K.; HOZIER, G. ve ROGERS, R. (1994). Marketing Research and Methodology and the Tourism Industry: A Non-technical Discussion, **Journal of Travel Research**, 32 (3): 3-7.
- BRITTON, S.G. (1982). The Political Economy of Tourism in the Third World, **Annals of Tourism Research**, 9(3):331-358.
- BULL, A. (1991). **The Economics of Travel and Tourism**, London: Willey.
- CANNON, J. (1994). Issues in Sampling and Sample Design - A Managerial Perspective, **Travel, Tourism, and Hospitality Research**, Ritchie, J. ve Goeldner, C. (ed), John Wiley and Sons Inc., New York, sayfa: 131-143.
- CATER, C. (1987). Tourism in the Least Developed Countries, **Annals of Tourism Research**, 14(2):202-226.
- CATER, R. W. ve BEETON, R. J. S. (2004). A Model of Cultural Change and Tourism, **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 9(4): 423-442.

- DAVIDSON, R. (1989). **Tourism**, London: Pitman.
- DOGAN, H. Z. (1989). Forms of Adjustment: Socio-cultural Impact of **Tourism**, **Annals of Tourism Research**, 16 (2):153-177
- HOLLOWAY, J.C. (1992). **The Business of Tourism**, Third Edition, London. Pitman.
- KOÇAK, E.Sezgin. (2001). **Ankara Büyükşehir Belediyesi Sınırları İçindeki Ailelerin Turizme Katılma Olayı İle İlgili Bir Uygulama**. Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi).
- MCINTOSH, R. W ve GOELDNER, C.R (1990). **Tourism: Principles, Practices and Philosophies**, New York: John Wiley and Sons.
- MURPHY, P. E (1985). **Tourism: A Community Approach**, London: Routledge
- ÖZTÜRK, Y. (1999). Turizmin Gelişmesi ile Ortaya Çıkan Çevresel Sorunların Çözümünde İzlenmesi Gereken Politikalar, **Üçüncü Sektör Kooperatifçilik**, Sayı: 126 ss:42-48
- PEARCE, D. (1989). **Tourist Development**, Second Edition, London: Longman Group.
- RYAN, C. (1995). **Researching Tourist Satisfaction Issues, Concepts, Problems**, London: Routledge.
- RYAN, C. (1991). **Recreational Tourism: A Social Science Perspective**, London: Routledge.
- SEZGİN, Orhan Mesut. (2001). **Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı**. Ankara. Detay Yayıncılık
- SHARPLEY, R. (1994). **Tourism, Tourist & Society**. Northamptonshire: Edmondsbury Pres.
- SMITH, W.L. (1989), **Hosts and Guests**, London: Blackwell.
- TOK, Türker. (1996). **Devre Mülk ve Devre Tatilde Yönetim**, Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi).
- TUNÇ, Azize ve SAÇ, Firuzan. (1998). **Genel Turizm Gelişimi - Geleceği**, Ankara, Detay Yayınevi
- ULUCAK, Emir M. (2000). **Turizmin Turistik Yörelereki Sosyo-Kültürel Yaşama Etkileri ve Fethiye Yöresinde Bir Uygulama**. Ankara, Gazi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi).

USTA, Öcal. (1996 ). **Turizm**. İstanbul. Altın Kitaplar Yayınevi.

ÜNLÜÖNEN, K. ve TAYFUN, A. (2003). Turistlerin Yerli Halkın Tüketim Davranışlarına Etkileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma, **Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 10, ss: 133-150.

WITT, S.F., BROOKE, M.Z ve BUCKLEY, P.J. (1991). **The Management of International Tourism**, London: Unwin Hyman.

[www.ekodialog.com/istatistik/ozel\\_stat/yabanci\\_mulk\\_satislari.html](http://www.ekodialog.com/istatistik/ozel_stat/yabanci_mulk_satislari.html) (28.01.2007).