

## İKİNCİ KONUTLARIN TURİZM SEKTÖRÜNE KAZANDIRILMASI: MUĞLA İLİ DATÇA İLÇESİ ÖRNEĞİ

### REVIVING SECOND HOMES IN TOURISM SECTOR: THE CASE OF MUĞLA- DATÇA PROVINCE

Metin KOZAK<sup>(1)</sup>, Teoman DUMAN<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup>Muğla Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

<sup>(2)</sup>International Burch University, Visiting Profesör - Management Department

<sup>(1)</sup>m.kozak@superonline.com, <sup>(2)</sup>teomanduman@yahoo.com

**ÖZET:** Türkiye son 20 yılda turizm alanında hızlı bir gelişme kaydetmiş, turist sayısı ve turizm geliri bakımından dünyada ilk on ülke içerisinde yer almayı başarmıştır. Benzer şekilde iç turizmde de büyük bir canlanma görülmüş ve Akdeniz ve Ege sahillerinde çok sayıda ikinci konut inşa edilmiştir. Günümüzde üç milyonu bulan ikinci konutlar, turizmin sezonluk özelliği düşünüldüğünde, yılın önemli bir kısmında atıl durumda olan bir milli servet olarak göze çarpmaktadır. İkinci konutların kullanım sürelerinin artırılarak turizmde alternatif gelir oluşturma arayışları uzun yıllardır sürmektedir. Bu çalışmanın amacı, ikinci konut sahiplerinin, konutlarının turizme açılması ile ilgili önerilen işletme modellerine yönelik görüş ve önerilerini ortaya koymaktır. Araştırma sonuçları, beş alternatif işletme modelinin ikinci konutların turizm sektörüne kazandırılmasında kullanılabileceğini ortaya koymaktadır. Bu modeller; aracısız pazarlama modeli, ikinci konut işletmeciliğine has işletmecilik modeli, uluslararası işletmecilik modeli, ulusal işletmecilik modeli ve tesis yönetim kurulu modelidir.

**Anahtar Kelimeler:** İkinci Konutlar; İşletme Modelleri; Turizm İşletmeleri

**ABSTRACT:** Turkey has developed rapidly over the last two decades in international tourism with record number of international visitors and tourism earnings. Parallel with developments in international tourism, greater achievements have been reached in domestic tourism and an increasing number of second homes were built on coastal areas of Turkey. More than three million second homes are used as vacation homes especially during summer seasons today. One of the continuing debates about these second homes is their seasonality and the excess capacity that can be used during low seasons. The aim of this research is to measure perceptions of home owners toward alternative business models for the year round use of second homes in Turkish tourism and propose policy improvements for tourism planners. Research results show that five alternative business models can be used to revive second homes in tourism sector; direct marketing model, peculiar second home entrepreneurship model, international operations model, domestic operations model and facility board model.

**Keywords:** Second Homes; Business Models; Tourism Businesses.

**JEL Classification:** M31

### 1. Giriş

1980'li yıllardan itibaren iç turizmi canlandırma amaçlı olarak müstakil, devre-mülk ya da toplu yerleşim sistemine dayalı ikinci konutların sayılarında önemli artışların başladığı görülmektedir. Bu artışlar, Akdeniz ve Ege sahilleri başta olmak üzere bütün sahillerde görülmektedir. Bir yandan ülkemizdeki turizm sektörü ile ilgili tartışmalar

devam ederken; diğer taraftan da, büyük bir yatak potansiyeline sahip olan ve ciddi ekonomik kaynakların harcandığı ikinci konutların verimliliği konusunda tartışmalar yapılmaktadır. Bu tartışmaların sonucunda ise, birbirine paralel olarak gelişme gösteren ancak pazar anlamında birbirinden bağımsız bir konumda bulunan bu iki alanın birbirine ne gibi katkı verebileceği, diğer bir tartışma konusunu oluşturmaktadır. Bu anlamda, bu makalenin amacı da, elde edilecek birincil kaynaklı veriler yardımıyla, ikinci konutların ulusal ya da uluslararası turizm sektörüne nasıl bir katkı yapabileceğini ortaya koymak ve geliştirilecek pazarlama ve yönetim modelleri ile ileriye dönük olarak bazı önerilerde bulunmaktır. Bu kapsamda, ülkemizde olduğu kadar diğer ülkelerde de benzer uygulamaların olup olmadığı araştırılmaktadır.

## 2. İlgili Literatür

II. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan gelişmeler, sanayileşme çabalarına daha da ivme kazandırarak bir yandan sosyal refah düzeyini; diğer yandan da, kentleşme sonucunda ortaya çıkan çevresel sorunları arttırmaya başlamıştır. Ulaştırma teknolojisindeki gelişmelerin de yardımıyla, seyahat hareketlerinde gözle görülür bir canlanma yaşanmıştır. Ortaya çıkan bu gelişime destek olmak amacıyla, bir yandan ticari amaçlı olarak faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin sayısı ve konforu artarken, diğer yandan da, bu tür tesislerden yararlanmada çeşitli ekonomik ya da sosyal güçlüklerle karşılaşan bireyler için farklı alternatifler gündeme gelmiştir.

Bu alternatifler arasında, kamu ya da özel sektör işletmeleri tarafından sosyal turizm amaçlı faaliyet gösteren dinlenme tesisleri ve kişisel isteğe ve ihtiyaca bağlı olarak inşa edilen ikinci konutlar görülmektedir. Dinlenme tesisleri kavramı, kamu ve özel işletmelerin sınırlı olanaklara sahip olan çalışan sınıfını “iç turizm” hareketlerine kazandırmayı ve böylece işyerinde motivasyonu sağlamayı amaçlayan uygulamaları olarak görülmektedir. Türkiye’de dinlenme tesisleri kavramı zamanla özel konaklama işletmeciliğine yönelik uygulamalar olarak dönüşüme uğramıştır. Hiç kuşkusuz, bu gelişimde dünya ekonomisinde izlenen liberal ekonomi politikalarının etkisi büyük olmuştur. Diğer ülkeler bir kenara bırakılırsa, son 15-20 yıllık dönemde bu tür dinlenme tesislerinin ülkemizde turizm amaçlı nasıl değerlendirilebileceği tartışılmış ve bazı kamu tesisleri özelleştirilerek turizm sektörüne kazandırılmıştır.

Bu konuda kendisini gösteren diğer bir alternatif model de, katılımcıya dönemsel tatil yapma hakkı veren devre mülk sistemidir. Kat Mülkiyeti Kanunu’na göre (KMK 57), *“mesken olarak kullanmaya elverişli bir yapı veya bağımsız bölümün ortak maliklerinden her biri lehine, bu yapı veya bağımsız bölümden yılın belli dönemlerinde yararlanma hakkı olarak kurulan müşterek mülkiyet payına bağlı bir irtifak hakkı türü”* şeklinde tanımlanan devre mülkleri, dünya genelinde olduğu kadar, son 20-30 yıllık dönemde Türkiye’de de önemli bir artış göstermiştir. Devre mülk pazarlaması ile ilgili olarak farklı ülkeler merkez olmak üzere, çok sayıda uluslararası şirket kurulmuş ve bu şirketler tarafından ilgili turistlere dünyanın farklı ülkeleri ve tesislerinde tatil yapma seçeneği sunulmuştur. Bu anlamda, devre mülk tesisleri de, turizm sektörünün kullanımına açılması anlamında gerekli işletme, pazarlama ve hukuki altyapıya sahip olduğu görülmektedir (Selvi ve Artuğer, 2006).

Diğer yandan, dünyadaki refah düzeyindeki artışlar ve toplum yapısındaki değişimler sonucunda, devre mülk sisteminde olduğu gibi özellikle son 30-40 yıllık dönemde, ikinci konutlar konusu kendisinden söz ettirmeye başlamıştır (Breda, Accinelli ve Carrera, 2007). Bir yandan, çalışan ama ekonomik gücü yerinde olan kesimler; diğer

yandan da, emeklilik hakkını kazanmış ekonomik gücü çok iyi olmasa da, fazla miktarda boş zamana sahip ileri yaş gruplarının dinlenme gereksinimlerinin karşılanması anlamında ikinci konutlara önemli bir rol biçilmiştir (Matteucci, Lund-Darclacher ve Beyer, 2008).

Bazı ülkelerden örnek vermek gerekirse, ikinci konut sektörünün nasıl hızla geliştiği daha iyi görülecektir. 1970'li yılların başlarında Fransa'daki 1,5 milyon ikinci konut sayısı günümüzde çok daha yüksektir. 1960'lı yılların sonlarında, İsveç'teki ikinci konut sayısı 450 bin iken 1990 yılında 800 bine ulaşmıştır. Yine, Norveç'te bu sayı 190 binden 500 bine ulaşmıştır. Bu ülkede yalnızca dağ turizminde kullanılan ikinci konut sayısının 400 bin civarında olması, ikinci konutlarla ilgili hızlı gelişim trendini göstermeye yetmektedir. Finlandiya ise, 400 bin konutla daha alt sınırlarda yer almaktadır (Komppula, Reijonen ve Timonen, 2008). Akdeniz kıyılarındaki artışın gerekçesi çok iyi bilinmekle birlikte, İskandinav ülkelerinde yaşayan vatandaşların bu yöne ilgi duymalarının, yakaladıkları ekonomik refah düzeyi ile sanayileşme ve kentleşme sonucunda kendilerine özellikle ülke içinde alternatif tatil yerleri aramalarından kaynaklandığı söylenebilir. 1988 yılında 700 bin ikinci konuta sahip olan İsviçre'de 2006 yılı itibarıyla bir milyona ulaşmıştır (Stettler ve Danielli, 2008). İkinci konut sahipliği sadece ülke sınırları içinde sınırlı kalmayıp, komşu olan diğer ülkelere de taşınmıştır (Beritelli, Engeler, Laesser ve Weinert, 2008). Örneğin, Avusturya'nın Küztbühel şehrindeki ikinci konut sahipliğinde Avusturya halkı birinci sırada yer alırken, sonrasında Almanlar ve İtalyanlar gelmektedir (Zehrer, Siler ve Stickdorn, 2008). Meksika, Amerika ya da Kanada vatandaşları için ikinci konut sahipliği anlamında oldukça cazip olurken, Danimarka'nın Bornholm Adası Almanlar için, İspanya'nın Balerik Adaları da Alman ve İngilizler başta olmak üzere, Kuzey Avrupa ülkeleri için oldukça cazip bir özelliğe sahip olmaktadır. 1960 ve 1980'li yıllar arasında da, İsviçre'nin Alp Dağları Orta Avrupa ülkeleri için bir merkez halini almıştır. İkinci konut sahipliğinde öne çıkan bazı ülkelerdeki ikinci konut dağılımı Tablo 1'de verilmektedir.

**Tablo 1. Bazı Avrupa Ülkelerinde İkinci Konut Sayıları**

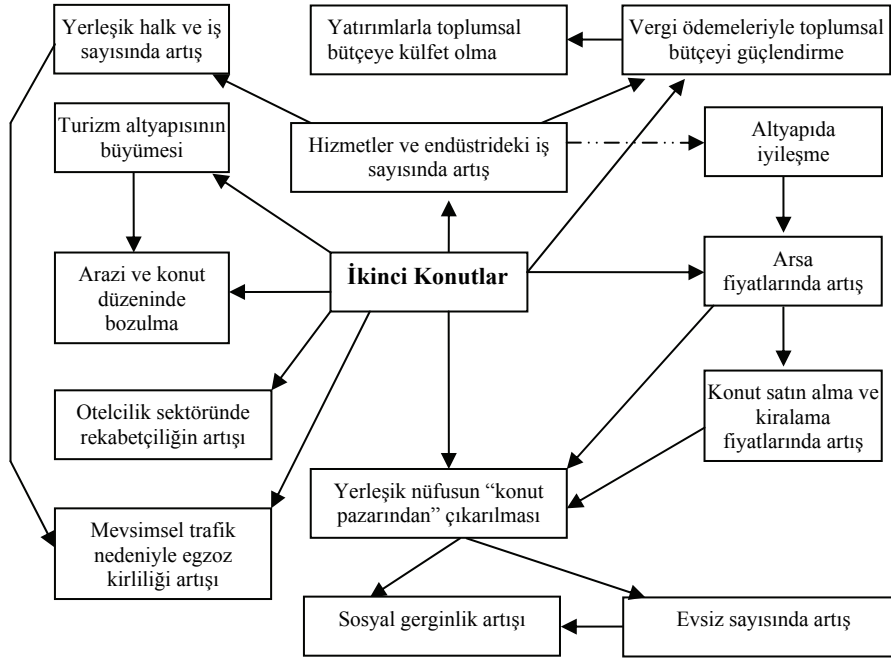
Ülke	2006	2008	2009
Danimarka	202,500	212,867	214,818
Finlandiya	450,600	--	485,118
İngiltere	295,000	272,000	--
İrlanda	49,661	--	--
İsveç	469,900	558,455	--
İzlanda	10,450	--	--
Norveç	379,200	418,000	--

**Kaynak:** [www.statistics.gov.uk](http://www.statistics.gov.uk), [www.cso.ie/](http://www.cso.ie/), [www.dst.dk/HomeUK.aspx](http://www.dst.dk/HomeUK.aspx), [www.tilastokeskus.fi/tup/kvportaali/index\\_en.html](http://www.tilastokeskus.fi/tup/kvportaali/index_en.html), [www.ssb.no/en/](http://www.ssb.no/en/), [www.scb.se](http://www.scb.se), Hall, Muller ve Saarinen (2008), Timothy ve Teye (2009).

Son yıllarda, Türkiye'nin özellikle Akdeniz ve Ege kıyıları, Kuzey ve Orta Avrupa pazarının ilgisini çekmeye başlamış; önceden tıpkı Meksika'da olduğu gibi, yabancıların ülkemizde mülk edinebilmelerini kolaylaştırmak için yasal düzenlemeler yapılmıştır (bkz. 3 Temmuz 2003 tarih ve 4916 sayılı yasa). Son yıllardaki tartışmaların arasında yabancıların Türkiye'de mülk sahibi olmalarının ortaya çıkardığı olumsuz sonuçlar yer almaktadır. Bunlardan birisi, çevrede yaşayan yabancılar nedeniyle, yöre halkının yaşam biçimlerinde ve alışkanlıklarında olumsuz değişimlerin algılanmasıdır (Öztürk, Akdu ve Akdu, 2007). Bu sonuçlardan bir diğeri, ulusal turizm sektörünün bu değişimden ekonomik olarak olumsuz yönde etkilendiği düşüncesidir.

Bu konuda her ne kadar fazla sayıda alan araştırması bulunmasa da, olumsuz etkilenmenin gerekçesi olarak yabancıların ticari konaklama işletmeleri yerine kendi mülklerini tercih etmeleri sonucunda ortaya çıkan ekonomik kayıp gösterilmektedir. Bir diğer neden, yabancıların mülklerini kendi çevrelerine kiraya vermeleri sonucunda konaklama işletmelerinin gelir kaybına uğradığı ve devletin bu anlamda vergi alamadığı tartışmasıdır. Ancak mülk sahibi olmamaları durumunda, bu tür insanların tatil için seyahat edip etmeyecekleri ya da Türkiye'ye gelmek isteyip istemeyecekleri konusundaki soru işaretinin gözden kaçırılmaması gerekir.

İlgili yazılı kaynakların ışığında ikinci konutları, elde edilen yararlar ve karşılaşılan sorunlar bakımından ele almak yerinde olacaktır. Elde edilen yarar ya da karşılaşılan sorunlar sadece mülkiyet sahipleri ya da site yönetimleri açısından değil, yöresel, ulusal ve uluslararası anlamda çevresel, sosyal ve ekonomik açılarından da ele alınmalıdır. Bu anlamda ikinci konutların ortaya çıkardığı olumlu ve olumsuz sonuçları ile ikinci konutlarla ilgili sorunlar kısaca şu şekilde özetlenebilir (Şekil 1).



Şekil 1. İkinci Konutların Olumlu ve Olumsuz Etkileri (Stettler & Danielli, 2008: 250.s.)

İkinci konut sektöründeki gelişmenin olumlu yönlerinden birisi, uygun fiyatlarla, kendi yaşam stiline uygun tatil yapma olanağı arayanlar için uygun bir seçim olduğu görülmektedir. Ayrıca, ülkemiz toplum yapısında komşuluk ilişkileri vb. konular önemli olduğundan tatilciler sahip oldukları yazlık evler sayesinde tatil döneminde de bu tür ilişkileri devam ettirme şansına sahip olmaktadır. Ekonomik açıdan ise, ikinci konutlar elde edilen vergi gelirleri ve yaratılan istihdam olanakları ile bölge ekonomisine olumlu katkı yapmaktadırlar. Diğer taraftan, ikinci konutlar dağınık inşa edildikleri ve altyapı olanakları için geniş alanlara gereksinim gösterdiklerinden dolayı az sayıda yatak kapasitesi için geniş arazilerin tahsisini gerektirir (Toskay, 1989). Gereksinim duyulan arazi hacminin daha da artması, kıyı alanlarının olumsuz

etkilenmesine, taşıma kapasitelerinin zorlanmasına ve doğal dengenin bozulmasına neden olmaktadır. Bir diğer neden olarak, kontrolsüz gelişen ikinci konutlar, bağlı buldukları yerleşimlerin planlama ya da çevre düzenlemesi anlamında olumsuz etkilenmesine, betonlaşan kıyılar sonucunda yerleşimlerin cazibesini kaybetmelerine ve rant kavgasının ortaya çıkmasına neden olurken, turizm bölgelerinin kalite değerini kaybetmelerine yol açabilmektedir (Bieger, Beritelli ve Weinert, 2007). Son olarak, oluşan çekiciliğe bağlı olarak bölgedeki kira ve mülk fiyatlarında artışlar kendisini göstermektedir.

### 2.1. Türkiye’de İkinci Konut Sahipliği

Uluslararası kitlesel turizm hareketlerindeki gelişmeyle birlikte, 1980’li yıllardan sonra Türkiye’de de, ikinci konutlara olan talebin hızla artmaya başladığını görmek mümkündür. Düzenli bir veri setine ulaşmak güç olmakla birlikte, Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan sayısal verilere göre, 2008 yılı itibariyle, Türkiye’de 546 bin 454 yazlık-mevsimlik konut bulunmaktadır. Bölgeler itibariyle, en çok yazlık-mevsimlik konut olarak kullanılan bina Karadeniz bölgesinde yer almaktadır. Karadeniz bölgesinde 169 bin 282 yazlık-mevsimlik konut yer alırken, bu bölgeyi Marmara 110 bin 495, Ege 87 bin 106, Akdeniz 79 bin 480, İç Anadolu 71 bin 708, Doğu Anadolu 22 bin 643 ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri 5 bin 740 konutla izlemektedir (bakınız Tablo 2). Toplamda ise, 3 ile 3,5 milyon arasında birebir konut olduğu varsayılmaktadır. Bu konutların kullanım amaçları buldukları bölgelerin niteliklerine göre değişebilmektedir.

**Tablo 2. Bölgeler İtibariyle Türkiye’de İkinci Konut Sayısı**

No	Bölgeler	İkinci Konut Sayısı
1	Karadeniz	169,282
2	Marmara	110,495
3	Ege	87,106
4	Akdeniz	79,480
5	İç Anadolu	71,708
6	Doğu Anadolu	22,643
7	Güneydoğu Anadolu	5,740

Türkiye’de ikinci konut arzında hızlı artışla birlikte, son yıllarda, bu tür tesislerin daha etkin kullanımı konusunda tartışmalar da yoğunlaşmaya başlamıştır. Bu kapsamda değişik kamu veya sivil toplum kuruluşları tarafından proje önerileri de üretilmektedir. Örneğin, Mersin Ticaret ve Sanayi Odası’nın öncülüğünde “İkinci Konutların Turizme Kazandırılması Projesi”nin yaşama geçirilmesi fikri ortaya çıkmıştır. Projenin amacı, ikinci konutların atıl kullanıldığı düşüncesinden hareketle, Mersin gibi ikinci konutların sayısının çok fazla olduğu ancak konaklama tesisleri kapasitesinin daha az olduğu bölgelerde, tanınacak sigorta ve vergi kolaylılığı vb. yasal düzenlemelerle, konaklama kapasitesinin arttırılabileceğine vurgu yapmaktır (Milliyet 30 Haziran 2009).

Kendi ülkesinde, uygun fiyatla ve kendi yaşam biçimine uygun olarak tatil yapma olanağı yaratmak isteyen vatandaşlar için oldukça çekici görünen ikinci konutların, diğer taraftan ortaya çıkardığı olumsuz yönleri de eleştiri konusu olmaya başlamıştır (Yenen, 2008). Gerek yerli gerekse yabancı vatandaşlar için cazip bir ekonomik yatırım olarak gösterilen bu tür konutlar sonraki yıllarda birer “ölü yatırıma” dönüşmüştür. Kıyı boyunca oluşan beton perdeleme anlayışı ile doğal alanlar yok edilerek bir yandan orman ve tarım ekonomisi zarar görmüş, diğer yandan da estetik bozulmalar kendisini göstermiştir (Kılıçaslan 2006). Özellikle belirli dönemlerde artan

nüfus yapısı ile altyapı ve üstyapı hizmetlerinin yerine getirilmesinde sorunlar ortaya çıkmış, bu durum sonuçta o bölgedeki nüfusun yaşam kalitesini sarsmaya başlamıştır.

İkinci konutların turizm sektörüne kazandırılması kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı da çalışmalar yürütmektedir. 21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” çerçevesinde tatil siteleri ya da villaları “diğer tesisler” içerisinde ele alınarak tanımı yapılmış ve turizme açılabilmesi için sahip olunması gereken temel özellikleri sıralanmıştır. Bu yönetmelik ile ikinci konutların kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezlerinde bulunması şartı getirilerek alan sınırlaması yapılmıştır. Daha da önemlisi, ortak kullanım alanlarına ek olarak sunulması zorunlu hizmetler ile bulunması zorunlu malzeme listesi ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Bu yönüyle ele alındığında, aslında birçok tatil sitesinin adı geçen yönetmelikte belirtilen standartları fazlasıyla taşımakta olduğu, esas yapılması gerekenin konut sahiplerinin bu yöndeki eğilimlerinin öğrenilmesi olduğu ortaya çıkmaktadır.

Diğer yandan, bu tür bir yasal düzenleme ikinci konutlar ve turizm sektörü arasındaki köprü geçişini başlatması bakımından yeterli görülmeyle birlikte, bu tür tesisleri işletmeye açma düşüncesinde olan site yöneticilerinin ya da konut sahiplerinin aklındaki bazı soru işaretlerini giderebilecek düzenlemelere de işaret etmelidir. Bunlar arasında işletme yönetimi, imar düzenlemesi, çevre uyumu ve mali düzenlemeler vb. gelmektedir. Örneğin, kiracılar ile diğer konut sahipleri arasındaki düzenlemeler nasıl yapılacaktır? Kiracı müşterinin konut içerisinde ya da site içerisinde yaşadığı bir kaza sonucunda sorumlu adres kim olacaktır? Vergi ödemesini kim yapacaktır? Vergi muafiyetinin getirilmesi gerekli midir? Eğer bu tür düzenlemeler, diğer yasa maddeleri içerisinde yer almakta ise, bu durumda da sağlıklı bir danışmanlık modelinin geliştirilmesi ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

Bieger, Beritelli ve Weinert (2007) tarafından İsviçre Alp Dağları’nda ikinci konutları bulunan aileler üzerinde yapılan bir araştırmada, katılımcıların ikinci konutlarını kiralama konusunda %97 gibi büyük bir çoğunlukla olumsuz bir eğilime sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, yaş dağılımı açısından bir ayrıma gidildiğinde, ileri yaş grubundaki konut sahiplerinin, genç grupta yer alanlara göre, mesleki ve ailevi sorumluluklarını tamamlamanın verdiği rahatlık nedeniyle, konutlarını kiralama konusunda kendilerini daha esnek hissettikleri bulunmuştur. Genç yaş grubundaki maliklerin ise, özellikle elde edilecek ekonomik getiriden dolayı, kiralama konusunda daha pozitif düşündükleri görülmektedir. Buradan şu şekilde bir sonuca gitmek mümkün olabilir: İleri yaş grubuna ait ikinci konutlar için, yüksek sezon dahil olmak üzere, yılın farklı dönemlerinde kiraya verilebilirken; genç yaş grubuna ait konutlar isteğe bağlı olarak sadece yüksek sezonda ya da sezon dışında kiralama modeli geliştirilebilir.

## 2.2. İkinci Konut - Turizm İlişkisi

Özellikle Avrupa ülkelerinde ikinci konutların turizm sektörüne açılması konusunda son yıllarda önemli aşamalar kaydedildiğini görmek mümkündür. Bazı ülkeler özelde incelendiğinde, ikinci konut yatak kapasitesinin konaklama işletmelerinin sahip olduğu yatak kapasitesinden daha fazla olduğu görülmektedir. Örneğin, İsviçre’de 250 bin otel yatak arzına karşın, 1 milyon ikinci konut bulunmaktadır (Stettler ve Danielli, 2008). İspanya’da da benzer bir durum söz konusudur. Toplam yatak kapasitesinin %75’lik kısmı ikinci konutlardan kaynaklanırken, kalan %25’lik kısmı da konaklama

işletmeleri tarafından sağlanmaktadır. İkinci konut sayısının fazla olmasının sonuçlarından birisi atıl kapasite sorunudur. Örneğin, Finlandiya’da konut sahiplerinin %58’lik kısmı, ikinci konutlarını yıl bazında 20 günden az süreyle kullanırken, %18 gibi bir kısmı da hiç kullanmamaktadır (Komppula, Reijonen ve Timonen, 2008).

Bazı ülkelerdeki ikinci konut arz miktarında görülen artışa çözüm olarak, turizm sektörüne ek arz yaratma düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Örneğin, Batı Akdeniz bölgesindeki Eolian Archipelago isimli yerleşim bölgesinde, 2004 yılı itibariyle, 1,200 adet ev turizm sektörünün hizmetine sunulurken 4,800 ek yatak yaratılmış ve toplamda 234 bin geceleme elde edilmiştir (Ruggieri, 2008). Finlandiya’da ise, toplam ikinci konut kapasitesinin %13’lük kısmı kiraya verilerek turizm sektörüne ek arz yaratılmaktadır (Komppula, Reijonen ve Timonen, 2008). İsviçre’nin Zermatt ve St Moritz gibi bazı turizm bölgelerinde toplam geceleminin ortalama %45-50 gibi bir payının ikinci konutlar tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir (Stettle ve Danielli, 2008).

Yapılan bu tür çalışmalar sonucunda, pazarlama aracı olarak kullanılan yöntemler arasında arkadaş tavsiyesi ile internet reklamcılığının geldiği görülmektedir (Komppula, Reijonen ve Timonen, 2008). İkinci konutları kiraya teşvik eden nedenler arasında ise, bakım-onarım giderlerini karşılamak, yatırımın geri dönüşünü sağlamak ve konutların kullanım sıklığını arttırmak gelmektedir. Bazı kesimleri ise kiralamaktan caydırıcı etkenler arasında, kiralamanın cazip olmaması, hasardan ortaya çıkan zarar maliyeti, araçlardan kaynaklanan sorunlar, kullanım esnekliğini kısıtlaması ve sosyal saygınlık kaybı gelmektedir. Finlandiya için geçerli olan bu sonuçların (Komppula, Reijonen ve Timonen, 2008), aynı zamanda, İsviçre için de geçerli olduğu görülmüştür (Beritelli, Engeler, Laesser ve Weinert, 2008).

Konaklama işletmelerinde tatil yapanlara göre karşılaştırmaların yer aldığı benzer araştırmalarda da ilginç sonuçlara ulaşılmıştır. Örneğin, ikinci konut sakinleri, otel işletmelerinde konaklayanlara oranla, daha uzun süreli geceleme yapmaktadırlar. İkinci konutları kiralık olarak kullananlar, ev sahiplerine oranla, daha fazla miktarda harcama yapmakta iken, otel işletmelerinde geceleme yapanlara göre de daha az harcama yapmaktadırlar (Matteucci, Lund-Durlacher ve Beyer, 2008; Ruggieri, 2008). Çevresel etki bakımından, ikinci konut kullananların tüketmiş oldukları su miktarı, otel işletmelerinde konaklama yapanlara oranla, iki kat daha fazladır (Matteucci, Lund-Durlacher ve Beyer, 2008). Bu tür sonuçlar, ikinci konutların turizme açılması konusunda oluşturulacak plan ve politikalara daha yakından ışık tutacak düzeydedir.

Türkiye’de ise, önceki bölümlerde belirtildiği gibi, özellikle 1980’li yıllardan başlamak üzere, sayıları hızla artan ikinci konutların turizm sektöründe değerlendirilmesi yoluyla ekonomiye kazandırılması konusu uzun zamandır güncelliğini korumaktadır. Konu ile ilgili yürütülen araştırma sayısı oldukça sınırlı olmakla birlikte, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmüş olan bir dizi kapsamlı araştırma bulunmaktadır.

Bu araştırmaların ilki 1977 yılında yapılmış ve Burhaniye-Fethiye sahil şeridinde yer alan ikinci konutların envanteri ve turizme yönelik kullanımları değerlendirilmiştir. Bu araştırma sonunda elde edilen bulgulara göre konutların tefriş ve yaz hizmet ünitelerinin geliştirilmesi amacı ile kredi sağlanması gerekliliği ortaya konulmuş, sonraki aşamalarda kooperatif ve şirketler nezdinde yeni araştırmalar yapılması gerektiği belirlenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 1992). Bakanlık tarafından 1988 yılında yapılan bir diğer araştırmada, Muğla iline bağlı dört ilçede 17 site yöneticisi ve

2,411 konut sahibi ile anket yapılmıştır. Bu araştırmada elde edilen bulgulara göre 10 sitenin dış turizme açılabilir nitelikte olduğu, konut sahiplerinin %60'ının resmi bir kuruluşun koordinatörlüğünde konutlarını turizme açma niyetinde oldukları belirlenmiştir. Çalışma sonucunda konut sahiplerine teminat verilmesi ve düşük faizli krediler yoluyla konut sahiplerinin desteklenmesinin konutların turizme açılmasını hızlandıracağı değerlendirilmiştir.

Bakanlığın konu ile ilgili yürüttüğü bir diğer araştırma iki aşamada gerçekleştirilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1992). İlk aşamada 1989 yılında 17 ilde yazlık ev olarak nitelendirilebilecek 102 bin evin bulunduğu belirlenmiştir. Bu araştırmada konunun ekonomik boyutlarına atıf yapılmış ve belirlenen atıl kapasite ile ülke ekonomisinin uğradığı zararlara dikkat çekilmiştir. İkinci aşamada gerçekleştirilen araştırma 1991 yılında yürütülmüş ve konu ile ilgili yapılan en kapsamlı araştırma olarak görülmüştür. Bu araştırma, "İkinci Konutların Turizm Amaçlı İşletme Modelinin Tespiti Araştırması" adı ile yürütülmüş ve konutların turizm işletmeleri olarak değerlendirilebilmesi amacıyla ortaya konulabilecek işletme modelinin belirlenmesi amacıyla gütümüştür. Bu araştırma kapsamında dört ilde (Aydın, Balıkesir, Muğla, Antalya) 273 site yöneticisi ve 3,025 konut sahibi ile anketler yapılmış ve bu kişilerin konu ile ilgili görüşleri alınmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan bu araştırma sonucunda gerekli mevzuat değişikliğinin yapılması (teşvikler, vasıflar yönetmeliğinde önerilen işletme modeline ilişkin değişiklik, kat mülkiyeti kanununda gerekli değişiklik) ve oluşacak yeni sektörün sorunlarının çözümüne yönelik olarak ilgili tarafların yer aldığı "İşletmeciler Birliği" oluşturulması önerilmiştir. Araştırmada görüşleri alınan konaklama tesisleri işletmecileri ve seyahat acenteleri konuya sıcak baktıklarını belirtmişler ve 40-50 konut içeren pilot işletmelerle denemeler yapılması gerektiğini önermişlerdir. Ayrıca, bu işletmeler C-sınıfı seyahat acentelerine ikinci konut kiralama yetkisinin verilmesi gerektiğini önermişler ve önceliğin iç pazara verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

### 3. Yöntem

Bu araştırma kapsamında, nitel ve nicel veri toplama yöntemleri kullanılmıştır. Birinci aşamada sektör temsilcileri ile derinlemesine mülakatlar yapılmış ve konunun farklı yönleri ortaya konulmuştur. Daha sonra Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından daha önceki yıllarda yürütülen araştırmalar ve bu araştırmalarda kullanılan anketlerden yola çıkarak bir anket formu hazırlanmış ve iki farklı sitede anket araştırması uygulanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı 1992). Anket formunun geçerliliğini test etmek amacıyla, 22 Temmuz 2009 tarihinde Aktur A.Ş. ile Özdil Karaincir Tatil Sitesi yönetim kurulu üyeleri ile birebir görüşme yapılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda, soru formunun kendi sitelerinde ikamet etmekte olan sakinler için uygun nitelikte olduğu ve bazı soruların daha anlaşılır yapılması durumunda, formun kendi tesislerinde uygulanması konusunda lojistik destek verileceği onayı alınmıştır.

Yapılan geri bildirimler sonucunda soru formuna son hali verilmiştir. Toplam dört sayfadan ve beş bölümden oluşan formda 45 soru bulunmaktadır. Birinci bölümde, ikinci konut sahipliği hakkında toplam 13 soru yer almaktadır. İkinci bölüm, ikinci konutların turizme açılması konusunda konut sahiplerinin düşüncelerini ölçmeye yöneliktir. Üçüncü bölüm ise, ikinci konutların turizm açılmasına yönelik katılımcı tutumlarını ölçmektedir. İkinci konutta geçirilen tatille ilgili karşılaşılan sorunları



belirlemeyi amaçlayan dördüncü bölümü, katılımcılarla ilgili kişisel soruların yer aldığı son bölüm izlemektedir.

### 3.1. Evren, Örneklem Seçimi ve Veri Toplama

Araştırma verileri, Muğla'nın Datça ilçesinde bulunan iki tatil sitesinin mülk sahiplerinden anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Bunlardan birincisi Aktur Tatil Sitesi, diğeri de Özdil Karaincir Tatil Sitesi'dir. Araştırma sonuçlarının geçerliliği açısından, sadece kendi konutlarında ikamet etmekte olan sakinler örneklem olarak seçilmiş, ev sahibi olmayan tatilciler değerlendirme dışında tutulmuştur. Diğer bir deyişle, her konuta konut sahibinin dolduracağı bir anket bırakılmıştır. Birinci tatil sitesinde soru formları iki görevli tarafından toplam 750 ikinci konuta dağıtılmış ve doldurulan soru formlarının doğrudan site yönetimine teslim edilmesi çağrısı not edilmiştir. Bu sitede veri, 01-10 Ağustos 2009 tarihleri arasında toplanmıştır. 500 konuta sahip diğer tatil sitesinde ise, veri yine benzer yöntem ile 15-20 Ağustos 2009 tarihleri arasında toplanmıştır. Elde edilen 199 adet soru formu içerisinde eksik olanlar değerlendirme dışında bırakılarak, toplam 149 soru formu ile analiz aşamasına geçilmiştir. Bu sonuçlara göre, anket geri dönüş oranı %12 düzeyindedir. Tatilcilerin kısa süre sonra sitelerden ayrılacak olmaları nedeni ile anket göndermeyenlerden yeniden anket toplama yoluna gidilememiştir.

## 4. Bulgular

Katılımcılara ait demografik özelliklerin dağılımına bakıldığında, büyük çoğunluğu 60 yaş ve üzeri kişilerden oluşmaktadır (%74). Katılımcıların çoğunluğu lisans veya lisansüstü eğitim almış emekliler, memurlar ve serbest mesleklerle uğraşan kişilerden oluşmaktadır. Ankete katılanlar cinsiyetleri bakımından dengeli bir dağılım göstermektedir. Gelir dağılımı açısından ise, katılımcıların yarısı, aylık 1,000 ile 3,000 TL arası gelirinin olduğunu beyan etmektedirler. Katılımcıların çoğunluğunun memur veya emekliler olduğu düşünüldüğünde, bu gelir profili normal karşılanabilir. Son olarak, katılımcıların ailelerinde bulunan kişi sayısı sorulduğunda, çoğunluğun iki ve dört kişilik ailelerden oluştuğu görülmektedir.

### 4.1. İkinci Konut Sahipliği ile İlgili Nitelikler

İkinci konut sahipliği ile ilgili olarak, katılımcıların çoğunluğu (%64) konutlarına 21 yıl veya üzeri bir zamandır sahiptirler. Konutlarına 1 ila 5 yıl arası bir zamandır sahip olan katılımcılar çok düşük bir oranı oluşturmaktadır (%7). Bu bulgular, araştırma yapılan sitelerde ikinci konut sahipliğinin hızlı el değiştirmeyen ve uzun dönemli bir yatırım olarak düşünülen bir yatırım olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Diğer bir deyişle, katılımcılar ikinci konutlarını yılın belirli zamanlarında kullandıkları ikinci evleri olarak değerlendirmektedirler.

Katılımcıların ikinci konutlarını yılda ne kadar süre tatil amaçlı kullandıkları sorulduğunda ise, üçte bir kısmının dört aydan fazla bir süre ikinci konutlarını tatil amaçlı kullandıkları görülmektedir (%35). Bu kesim, yaz ayları geldiğinde ikinci konutlarına taşınmakta ve kış aylarına kadar bu konutlarında zamanlarını geçirmektedirler. Konutlarını iki ve dört ay arası kullananların oranı yarıya yakındır (%41,3). Katılımcıların çok az bir kısmı, konutlarını yılda 30 güne kadar tatil amaçlı kullanmaktadır (%7). Konutların yıllık toplam kullanım süreleri ile tatil amaçlı kullanım süreleri arasında belirgin bir farklılık yoktur.

Araştırma kapsamında değerlendirilen ikinci konutların yarısı "dublex" tipi konutlardan oluşmaktadır. Bakım onarım giderleri bakımından ise, yine konutların

yarısının 1,000 TL ile 2,000 TL arası bakım onarım gideri bulunmaktadır. Diğer bir deyişle, konutların yarısının aylık yaklaşık 80 ile 160 TL arası bakım onarım gideri olduğu görülmektedir. Konutların büyüklüğü ile ilgili sorulara verilen cevaplara bakıldığında ise konutların yaklaşık yarıdan fazlasının 75 metrekareden az bir kullanım alanına sahip olduğu görülmektedir (%62). Geriye kalan konutlardan az bir kısmı 76-90 metrekare arası (%18), diğerleri ise 90 metrekareden daha büyük bir kullanım alanına sahiptir. Araştırma kapsamında değerlendirilen konutların sıcak su ihtiyacı şofben, termosifon ve güneş enerjisi kullanılarak karşılanmaktadır. Bu konutlarda çoğunlukla 2 ve 4 kişilik aileler kalmakta, konutların yaklaşık dörtte birinde 5 veya daha fazla kişi konaklamaktadır (%27). Konutların kullanımı ve kiralanması ile ilgili sorulara verilen yanıtlara bakıldığında ise, katılımcıların konutlarını daha çok Temmuz-Ağustos aylarında kullandıkları ve ancak çok az bir kesiminin tatilcilere kiraya verdikleri görülmektedir (%3). Konutlarını kiraya verenler doğrudan kendilerinin veya emlak şirketleri aracılığıyla kiraya verdikleri görülmektedir.

#### 4.2. İkinci Konutların Turizme Açılması ile İlgili Genel Düşünceler

Katılımcıların ikinci konutların turizme açılması ile ilgili genel düşüncelerini almak üzere 18 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Tablo 3, ölçekte kullanılan maddeleri, bu maddelere ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerini vermektedir. Kullanılan ölçekte “1 kesinlikle katılmıyorum”, “2 katılmıyorum”, “3 kararsızım”, “4 katılıyorum” ve “5 tamamen katılıyorum” değerlerini temsil etmiştir. Evet-hayır seçenekleri yerine bu ölçeğin kullanılmasının en önemli avantajı, katılımcılara verdikleri cevaplarda daha geniş bir aralık vermek ve duygu ve düşüncelerini daha rahat yansıtılmalarını sağlamaktır.

Tablo 3, aynı zamanda aritmetik ortalamaların ölçek orta değeri olan “3” değerinden ne ölçüde farklı olduğunun istatistik testini de vermektedir. Tabloda belirlenen p-değeri, bulunan t-değerinin istatistikî olarak ne ölçüde önemi olduğunu göstermektedir. Sosyal bilimlerde genel kabul görmüş hata oranı 0,05 ele alındığında 0,05’in altında bulunan p-değerleri, aritmetik ortalama ile “3” arasındaki farkın sıfırdan önemli ölçüde uzak olduğunu ortaya koyarken, 0,05’in üzerinde bulunan p-değerleri farkın sıfırdan önemli ölçüde farklı olmadığını belirlemektedir. Buradan hareketle Tablo 3’de verilen 13, 16 ve 17. maddelere ait p-değerleri dışındaki p-değerlerinin 0,05 düzeyinin altında olması verilen ifadelerin aritmetik ortalamalarının ölçek orta değeri olan 3’ten farklarının sıfırdan önemli ölçüde farklı olduğu ve dolayısıyla katılımcıların artık kararsızlık noktasından çıkıp konu hakkında belirli bir tavır belirttikleri söylenebilir.

Örneğin, birinci ifadenin aritmetik ortalaması olan 4,14 değeri, istatistiksel olarak 3’ten önemli ölçüde farklıdır. Bu da katılımcıların, “ikinci konut sahiplerinin bir kısmı konutlarını gayri-resmi olarak tatilcilere kiraya vermektedir” ifadesine önemli ölçüde katıldıklarını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan, 13, 16 ve 17. maddelere ait p-değerlerinin 0,05 düzeyinin üzerinde olması istatistiksel olarak bu maddelere ait aritmetik ortalamaların 3, yani kararsızlık noktasında olduğunu kabul etmeyi gerektirmektedir. Dolayısıyla, üç konuda katılımcılar kararsız olduklarını, 15 konuda ise belirli fikirleri olduklarını beyan etmiş bulunmaktadırlar.

Tablo 3’den elde edilen sonuçlara göre, katılımcılar, ikinci konut sahiplerinin bir kısmının halen konutlarını gayri resmi olarak kiraya verdiklerini düşünmektedirler. Katılımcılara göre, ikinci konutların kiraya verilmemesi ekonomik kaynakların atıl

kalmasına neden olmaktadır. Ancak, konutların turizme açılması durumunda mevcut eşyaların kullanılması gerekmektedir. Katılımcılar ikinci konutların kiraya verilmesinin turizm sektörünü olumlu etkileyeceğini ve konutların gelir getirici şekilde değerlendirilmesinin doğru olacağını ifade etmektedirler. Elde edilen bulgulara göre, konut sahipleri ihtiyaçları dışında konutlarını kiraya vermeyi düşünebileceklerdir.

**Tablo 3. Katılımcıların İkinci Konutların Turizme Açılması Konusunda Genel Düşünceleri ve Aritmetik Ortalamaların Ölçek Orta Değeri Olan 3 İle Karşılaştırılması**

Düşünceler	Sayı	AO	SS	t-değeri	p-değeri
1. İkinci konut sahiplerinin bir kısmı konutlarını gayri-resmi olarak tatilcilere kiraya vermektedir.	111	4,14	0,92	13,01	0,00
2. İkinci konutların turizme açılması ile eşyaların standart hale getirilmesi konut sahiplerine maddi yük getirecektir.	116	3,78	1,05	7,98	0,00
3. İkinci konutlar ekonomik kaynakların atıl kalmasına neden olmaktadır.	112	3,73	1,35	5,74	0,00
4. İkinci konutların kiraya verilmesi turizm sektörünü olumlu etkiler.	114	3,66	1,27	5,54	0,00
5. İkinci konutların turizme açılması durumunda mevcut eşyalar kullanılmalıdır.	114	3,46	1,15	4,22	0,00
6. İkinci konutların gelir getirici şekilde değerlendirilmesi doğru olur.	115	3,42	1,44	3,11	0,00
7. İhtiyacım dışında ikinci konutumu kiraya vermeyi düşünebilirim.	114	3,40	1,30	3,31	0,00
8. İkinci konutların turizme açılması ile ortak kullanım alanlarında sorun yaşanacaktır.	115	3,39	1,23	3,42	0,00
9. Konut sahiplerinin yüksek sezonda kendilerinin konaklamak istemeleri turiste konut satışı zorlaştıracaktır.	110	3,39	1,08	3,78	0,00
10. İkinci konut işletmeciliğinin devlet tarafından teşvik edilmesi kıyıların bozulmasına neden olur.	113	3,35	1,21	3,04	0,00
11. İkinci konutların turizme açılması ile ortaya çıkan işletme giderleri tatil fiyatlarının artmasına neden olacaktır.	111	3,29	1,17	2,59	0,01
12. İkinci konutların turizme açılması ile turistler ile site sakinleri arasında sosyal uyum sağlanamayacaktır.	115	3,28	1,27	2,34	0,02
13. İkinci konutlar doğal kaynakların atıl kalmasına neden olmaktadır.	107	3,25	1,43	1,82	0,07
14. İkinci konutların büyük çoğunluğu turizme açılmayacak kadar eski ve yetersizdir.	115	3,24	1,10	2,36	0,02
15. İkinci konut işletmeciliğinin devlet tarafından teşvik edilmesi durumunda, ikinci konutların sayısı hızla artar.	113	3,22	1,07	2,20	0,03
16. İkinci konutların büyük çoğunluğunda konaklayacak turistin emniyetinin sağlanması mümkün değildir.	113	2,96	1,16	-0,41	0,69
17. İkinci konutların turizme açılması otellerin doluluk oranlarının azalmasına neden olur.	110	2,95	1,21	-0,47	0,64
18. İkinci konutların turizme açılması durumunda hedef pazar yerli turist olmalıdır.	109	2,59	1,13	-3,81	0,00

**Not:** Kullanılan ölçek 1 ile 5 arasında değişmiş ve 1 tamamen katılmıyorum, 2 katılmıyorum, 3 kararsızım, 4 katılıyorum, 5 tamamen katılıyorum değerlerini temsil etmiştir.

AO: Aritmetik ortalama, SS: Standart sapma

Konutların turizme açılması ile ilgili olarak katılımcılar bazı konularda çekincelerini ifade etmektedirler. Buna göre, konut sahiplerinin yüksek sezonda kendilerinin konaklamak istemeleri konutların kiralanmasını zorlaştıracaktır. Ayrıca, ikinci konutların çoğunluğu turizme açılmayacak kadar eski ve yetersizdir. Dolayısı ile, konutların turizme açılması ile eşyaların standart hale getirilmesi, konut sahipleri açısından maddi bir sorun oluşturacaktır. Diğer bir konu, konut sahipleri ve diğer ziyaretçilerle olan ilişkilerle ilgilidir. Katılımcılara göre, konutların turizme açılması ile birlikte ortak kullanım alanlarında sorun yaşanabilecektir. Benzer şekilde, konutların turizme açılması ile birlikte site sakinleri ile turistler arasında sosyal uyum sorunları yaşanabilecektir. Son olarak katılımcılar, ikinci konut işletmeciliğinin devlet

tarafından daha fazla teşvik edilmesinin kıyıları üzerinde olumsuz etkileri olabileceğini düşünmektedirler. İkinci konut işletmeciliğinin devlet tarafından teşvik edilmesi halinde ikinci konut sayısında hızlı bir artış yaşanacaktır.

#### 4.3. İkinci Konutları İşletmeye Açma ile İlgili Düşünceler:

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların konutlarını işletmeye açmaları ile ilgili düşünceleri değerlendirilmektedir. Tablo 4 katılımcılara konutların işletmeye açılması ile ilgili konularda sorulan sorulara verilen yanıtları içermektedir.

**Tablo 4. Katılımcıların İkinci Konutlarını İşletmeye Açmaları ile İlgili Düşünceleri**

	Sayı	%
1. İkinci konutunuzun, kullanmadığımız zamanlarda gelir getirici olarak turizme açılmasına nasıl yaklaşıyorsunuz?		
Kesinlikle düşünmüyorum	100	70,4
Kesinlikle düşünürdüm	4	2,8
İşletme modeline bağlı olarak düşünebilirdim	38	26,8
<b>Toplam</b>	<b>142</b>	<b>100</b>
2. İkinci konutunuzun gelir getirici olarak turizme açılması için aşağıdaki işletme modellerinden hangisi sizce daha uygundur?		
1. Model: Gerekli yasal düzenlemenin yapılması şartıyla ev sahiplerinin evlerini doğrudan tatilcilere kiraya vermesi yoluyla (emlakçı yöntemi dahil)	5	13,5
2. Model: İkinci konutların turizme açılması amacıyla oluşturulmuş organize bir işletmenin koordinatörlüğünde	15	40,5
3. Model: Uluslararası bir otel/gayrimenkul yönetim şirketi tarafından yönetilmesi yoluyla	8	21,6
4. Model: Ulusal bir otel/gayrimenkul yönetim şirketi tarafından yönetilmesi yoluyla	2	5,4
5. Model: Sitede ikinci konutu bulunan ev sahipleri tarafından oluşturulan bir yönetim kurulu tarafından kiralanması yoluyla	7	18,9
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>100</b>
3. İkinci konutunuzun gelir getirici olarak turizme açılması için ön şartlarınız neler olabilir?*		
Konutun istediğiniz tarihlerde sizin kullanımınıza hazır olması	35	
Konut ve eşya sigortası gibi teminatların verilmesi	37	
Konut bakım-onarım giderlerinin yönetici/üstlenici firma/kuruluş tarafından karşılanması	36	
Hepsi	32	
4. İkinci konutunuzun gelir getirici olarak kiralanması için aşağıdaki sistemlerden hangisi sizce daha doğru olur?		
Devre tatil şeklinde kiralanması	23	65,7
Oda-kahvaltı veya yarım pansiyon otel işletmesi şeklinde satılması	5	14,3
Herşey dahil tatil köyünün bir parçası olarak işletilmesi	6	17,1
Devre mülk şeklinde kiralanması	1	2,9
<b>Toplam</b>	<b>35</b>	<b>100</b>
5. İkinci konutunuzu, hangi dönemde kiraya vermek istersiniz?*		
Mayıs-Haziran	17	
Temmuz-Ağustos	8	
Eylül Ekim	12	
Diğer aylarda	20	
6. İkinci konutunuzun hangi turist gruplarına öncelikle kiralanmasını düşünürdünüz?		
Yerli turistler	6	18,2
Yabancı turistler	27	81,8
<b>Toplam</b>	<b>33</b>	<b>100</b>
7. Aşağıdaki turist gruplarından hangisine ikinci konutunuzun kiraya verilmesi sizce uygundur?*		
Öğrenci grupları (yaz kampları)	0	
Eğitim, seminer, toplantı, kongre organizasyonlar	12	
Çocuklu aileler	8	
Çocuksuz aileler/çiftler	29	

\*38 katılımcıdan ilgili seçeneğe katılanların sayısını göstermektedir.

Tablo 4’te de görüldüğü gibi, “İkinci konutunuzun, kullanmadığınız zamanlarda gelir getirici olarak turizme açılmasına nasıl yaklaşıyorsunuz?” sorusuna, 142 katılımcıdan 4’ü (%3) “kesinlikle düşünürdüm”, 38’i ise (%27) “işletme modeline bağlı olarak düşünebilirim” şeklinde yanıt vermiştir. Konuya sıcak bakan 42 katılımcıdan 37’si önerilen işletme modelleri ile ilgili tercihte bulunmuş ve bu 37 kişiden 15’i (%40) işletme modeli olarak ikinci konutların turizme açılması amacıyla oluşturulmuş organize bir işletme modelini tercih etmiştir. Katılımcılardan 8’i (%21) uluslararası bir otel/gayrimenkul yönetim şirketi modelini, 7’si (%19) sitede ikinci konutu bulunan ev sahipleri tarafından oluşturulan bir yönetim kurulu modelini ve 5’i (%13) ev sahiplerinin doğrudan kiraya vermesi modelini tercih etmiştir. 2 katılımcı ise ulusal bir gayrimenkul şirketi tarafından yönetilmesinin daha doğru olacağını önermiştir.

Konutlarını işletmeye açmaya sıcak bakan katılımcıların yaklaşık tamamı konutlarının istedikleri tarihlerde kendi kullanımlarına açık olması, sigorta teminatlarının verilmesi ve bakım-onarımın organizatör firma tarafından üstlenilmesi gibi ön koşullarının olduklarını belirtmişlerdir. Konutlarını turizm işletmeciliğine açmaya olumlu yaklaşan katılımcılar, işletme sistemi olarak verilen tercihlerden konutların devre tatil sistemi şeklinde kiralanması sistemini daha fazla tercih etmişlerdir (%65). Konutların daha çok hangi dönemlerde kiraya verilmesinin daha uygun olacağı sorulduğunda ise daha fazla sayıda katılımcı Mayıs-Haziran ve Eylül-Ekim dönemlerini tercih etmiştir. Son olarak, katılımcılara öncelikli olarak tercih edilmesini istedikleri turist grupları sorulmuş ve katılımcılar önceliğin yabancı turistlere (%82) ve çocuksuz ailelere verilmesini önermişlerdir (Tablo 4).

#### **4.4. İkinci Konutların Turizme Açılmasında Önerilen Modeller ve Katılımcıların Görüşleri**

Katılımcıların işletme modelleri ile ilgili tercihleri ve düşüncelerini öğrenmek amacı ile beş tür işletme modeli belirlenmiştir. Belirlenen işletme modelleri önceki araştırmalar ve sektör temsilcilerinin görüşleri alınarak belirlenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1992).

##### **4.4.1. Birinci İşletme Modeli: Aracsız Pazarlama Modeli**

Belirlenen birinci işletme modeli gerekli yasal düzenlemenin yapılması şartıyla ev sahiplerinin evlerini doğrudan taticilere kiraya vermesini içermektedir. Bu modeli tercih eden katılımcılar, ev sahiplerinin evlerini kullanacak kişileri tanıma ihtiyacı, getirilecek turist tipi bakımından araçlara olan güvensizlik, evlerin bakım masraflarının karşılanmasına olacak katkı, ve turist getirme yoluyla ekonomik kazanç elde etme ve döviz girdisi sağlama olasılıkları nedenleri ile bu modeli tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

##### **4.4.2. İkinci İşletme Modeli: İkinci Konut İşletmeciliğine Has İşletmecilik Modeli**

İkinci işletme modeli, ikinci konutların turizme açılması amacıyla oluşturulmuş organize bir işletmenin koordinatörlüğünde işletmeciliğin yapılmasını ortaya koymaktadır. Bu modeli tercih eden katılımcılar, konuya özel bir işletmenin sorunlara daha sağlıklı çözümler bulabileceği beklentisi, daha profesyonel ve güvenilir bir işletme yöntemi olması, önerilen işletmenin iyi bir organizasyon gerçekleştirilmesi ve denetlemesinin daha kolay olması, işletmenin kiracılar adına sitenin diğer sakinleri (ev sahipleri) ile daha uyumlu çalışması, işletmenin sitede kuralların uygulanması ve kiracılarla ilişkiler konularında bir muhatap olması, ev sahiplerinin şirket temsilcileri ve yöneticilerini tanıma ve sorunlar konusunda muhatap bulma sorununu çözme

beklentisi ve sorunların ev sahiplerine yansımadan şirket tarafından çözülmesine duyulan ihtiyaç nedenleri ile sıcak baktıklarını belirtmişlerdir.

#### **4.4.3. Üçüncü İşletme Modeli: Uluslararası İşletmecilik Modeli**

Üçüncü işletme modeli, uluslararası bir otel/gayrimenkul yönetim şirketi tarafından konutların işletilmesini içermektedir. Bu modeli tercih eden katılımcılar, daha ciddi, güvenilir ve yabancı turiste hizmet eden bir şirkete duyulan ihtiyaç, üçüncü yaş turizmine katılan Avrupalı turistlerin sezon dışında konaklama talepleri nedeniyle işletmenin başarıya ulaşma şansının olması, pazarlama, yönetim ve uluslararası ilişkiler bakımından deneyimli şirketlerin başarı şansının daha yüksek olması, Türkiye'nin turizm potansiyeli nedeniyle uluslararası şirketlerin konuya sıcak bakma olasılığı ve başka ülkelerde benzer faaliyetler yapan şirketlerin turist değişimine olanak sağlayabilmesi gibi nedenlerle sıcak baktıklarını belirtmişlerdir.

#### **4.4.4. Dördüncü İşletme Modeli: Ulusal İşletmecilik Modeli**

Dördüncü işletme modeli, konutların ulusal bir otel/gayrimenkul yönetim şirketi tarafından yönetilmesini içermektedir. Bu modeli tercih eden katılımcılar, ulusal bir şirketin daha az masraflı bir işletmecilik yapacağı ve konut sahipleri için daha yüksek gelir elde etmelerini sağlayabileceğine olan inançları ve ulusal bir şirketin daha bilinçli ve güvenilir bir işletmecilik yapması beklentisi ile bu modeli tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

#### **4.4.5. Beşinci İşletme Modeli: Tesis Yönetim Kurulu Modeli**

Beşinci işletme modelinde konutların sitede ikinci konutu bulunan ev sahipleri tarafından oluşturulan bir yönetim kurulu tarafından kiralanması önerilmektedir. Bu modeli tercih eden katılımcılar çok sayıda konutu bulunan sitelerde birbirini tanıyan kişilerden oluşacak bir yönetimin daha faydalı bir yönetim sergileyebilmesi beklentisi ve site sakinleri için daha yüksek gelir elde etme olasılığı nedeni ile bu modele olumlu baktıklarını belirtmişlerdir.

### **5. Sonuç ve Öneriler**

Bu araştırma, Türkiye'de bulunan ikinci konutların ulusal ve uluslararası turizm sektörüne kazandırılması için önerilen bazı işletme modelleri hakkında ikinci konut sahiplerinin görüşlerini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, a) ulusal ve uluslararası düzeyde halen uygulanmakta olan işletme modelleri incelenmiş, b) ikinci konutlar konusunda yapılmış yayınların taraması gerçekleştirilmiş, c) hazırlanan bir soru formu sayesinde mülk sahiplerinin ikinci konutlarının turizm sektörüne kazandırılması konusundaki düşünce ve önerileri elde edilmiş ve d) son olarak, Türkiye'deki mevcut sistem içerisinde en uygun işletme veya pazarlama yönteminin neler olabileceği konusunda site yönetimleri ile emlak şirketlerinin görüşleri alınmıştır.

Daha önceki araştırmalarda elde edilen bulgular ve kamuoyunun genel eğilimleri ile paralel olarak ankete katılanlar, ikinci konutların turizme açılmasının olumlu olacağını düşünmektedirler. Araştırmaya katılan konut sahipleri birçok ikinci konut sahibinin konutlarını halen gayri-resmi olarak tatilcilere kiraya verdiklerini düşünmekte ve konunun işleyen bir gizli sektör olarak bulunduğunu belirtmektedirler. Bu sonuç, yakın zaman önce basında çıkan gizli pansiyonculuk haberlerini doğrular niteliktedir. Katılımcılar her ne kadar ikinci konutların turizme açılmasına sıcak baksa da konu ile ilgili bir dizi çekince ortaya koymaktadırlar. Bu çekincelerin başında işletme maliyetlerinin yüksek olması nedeni ile istenen karlılığın yakalanamayabileceği,

mevcut eşyaların yenilenmesi sonucu ortaya çıkacak ek maliyetlerin bir sorun oluşturabileceği, eski ve bakımsız konutların yenilenmesi ile ortaya çıkacak ek maliyetlerin konut sahiplerini zorlayabileceği konularıdır. Konu ile ilgili diğer çekinceler sosyal uyum ve ortak kullanım alanları konusunda kiracı ve yerleşik tatilci arasında yaşanabilecek zorluklardır. Ayrıca, tesislerdeki sosyal aktivitelerin yetersizliği ve güvenlik ve sağlık gibi konulardaki yetersizliklerin giderilmesi gerektiği konuları da katılımcılar tarafından ortaya atılmaktadır.

Ankete katılanların %30'u ikinci konutlarını işletmeye açabileceklerini belirtmiştir. Daha önceki araştırmalarda bu oran %40 veya daha fazla çıksa da bu araştırmaya katılan konut sahiplerinin konutlarını uzun süre ve yoğun bir biçimde kullanan konut sahipleri olmaları ile ilgili olabilir. Site yöneticileri ile yaptığımız görüşmelerde de, benzer isteklerin olduğu ancak hangi sistem dâhilinde olacağı konusunda belirsizlikler bulunduğu için bu konuda aşama kaydedemedikleri görülmüştür. Konutlarını işletmeye açabileceğini belirten konut sahiplerinin %40'ı konutların organize bir işletme aracılığıyla kiralanmasının daha doğru olacağını belirtmişlerdir. Diğer taraftan, %22'si ise uluslararası bir otel/gayrimenkul yönetim şirketi tarafından konutların işletmeye açılmasının daha doğru olacağını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar, 1992 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan araştırma sonuçları ile örtüşmekte ve bu araştırmada önerilen işletme modeli üzerinde durulabileceğini göstermektedir. Konutlarını işletmeye açmaya sıcak bakan katılımcıların çoğunluğu, konutların devre tatil sistemi ile işletilebileceğini ve konut sahiplerine dönem seçme olanağı verilmesi ile birlikte konutların daha çok yarı sezonda (Mayıs-Haziran, Eylül-Ekim gibi aylarda olmak üzere) kiralanabileceğini düşünmektedirler. Katılımcılar genel olarak konutların işletmeye açılmasının devletin desteği ve özel işletmeler aracılığıyla yapılmasını istemektedirler. Bu bulgular, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan daha önceki araştırma bulgularını doğrular niteliktedir. Bu kapsamdaki devlet desteği, vergi istisnaları ya da indirim konusunda olabilir.

Diğer taraftan, katılımcılar hedeflenecek turist profili bakımından önceliğin yabancı turistlere verilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Daha önceki araştırmalarda önceliğin iç turizm olması gerektiği sonucu ile çelişse de, bu durum araştırmaya katılan turistlere has bir görüş olarak düşünülebilir. Farklı tesislerde farklı turist grupları ile yapılacak araştırmalarda farklı bulgular elde edilebilir. Kiraya verilecek konutların tespit edilmesi ve pazarlama aşamasında önceliğin konutlarını fazla kullanma olanağı bulamayan konut sahiplerine verilmesi gerektiği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Konutlarını uzun dönemler halinde ve uzun yıllardır kullanan konut sahipleri konutlarını işletmeye açmaya sıcak bakmayabilirler. Konutların işletmeye açılmalarında sitenin genel bakım-onarım giderlerinin hesaba katılması ve site yönetimlerini rahatlatacak çözümlerin bulunması gerektiği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Kısaca, teşvik edilecek işletme modelinin başarılı olabilmesi açısından, işletmecilik anlayışı ve yasal bakımdan güvenilir işletmelerle çalışılması gerektiği, dış turizme katılan üçüncü yaş turistlerinin çekilmesi ve uluslar arası profesyonel şirketlerin deneyimlerinden faydalanılabilmesi için başarılı uluslararası işletmelere öncelik verilmesi gerektiği sonuçları ortaya çıkmaktadır.

Pazarlama açısından konuya yaklaşıldığında, ikinci konutlar için seçilecek hedef pazarlar da farklılık gösterebilir. Coğrafi anlamda yerli ve yabancı müşteri grubuna dönük olurken, ekonomik çıkarları ön planda tutan aileler ya da sakinliği isteyen çiftler için cazip olabilir. Hareketlilik anlamında ise, su ya da dağ sporlarını seven müşteri profili için çok uygun bir yerleşimdir. Bu konuda iki grup için pazarlama planı

geliştirilebilir. Özellikle sınırlı yatak kapasitesine sahip Datça, Çeşme, Ayvalık vs turizm bölgeleri dikkate alındığında, yabancı turistler için çekici bazı önlemler alınabilir. Bu kapsamda, evler a) ya site yönetiminin sorumluluğunda kurulacak bir acente aracılığıyla İnternet ortamında doğrudan yabancı turistlere pazarlanabilir, ya da b) bir seyahat acentesinin yardımıyla benzer bir pazarlama yapılabilir, ya da c) ev sahipleri, doğrudan kendileri ya da bir seyahat acentesi aracılığıyla satış yapmak isteyebilirler. İç turist grubu için ise, benzer bir yöntem izlenebilir. Buradaki temel farklılık, kendi araçları ile tatil yapmak isteyen gruplar için site çok cazip bir görüntü vermektedir. Bu şekilde yöredeki birçok tarihi, kültürel ve doğal değerlerin gezilmesi de mümkün olacaktır.

İkinci konutların çevresel etkileri ile ilgili olarak, Hoffman ve Schmid'in (1975) Almanya için yapmış olduğu turizm alanları sınıflandırmasını tekrar gözden geçirmek yararlı olabilir. Büyük kitlelerin bir anda birlikte görüldüğü üçüncü durumda (kısa süreli turizm, uzun süreli turizm ve ikinci konutların birlikte ele alındığı) yer alan ikinci konutların turizme açılması ile bölgedeki müşteri profiline daha homojen bir hale getirilmesi ve bunun sonucunda da ortaya çıkabilecek çevresel sorunlar en aza indirilmiş olabilir. Diğer bir deyişle, bir yanda konaklama tesislerinin, diğer yanda ikinci konutların bulunduğu ve mekânların ortak kullanıldığı Akdeniz veya Ege kıyılarında görülen uygun turizm alanlarındaki ikinci konutların turizme açılması, en azından dengenin turistler lehine gitmesine neden olabilir. Böyle bir durum, Karadeniz ve Marmara kıyılarında olduğu gibi, çevresinde fazla sayıda konaklama tesisi bulunmayan ikinci konutların turizme açılmasının ortaya çıkaracağı sonuçlardan daha uygundur. Ya da Finlandiya örneğinde olduğu gibi (Vepsalainen ve Pitkanen, 2009), geleneksel yaşamın olduğu yerleşimlerden ve tarım (orman dahil) alanlarından uzak alanlarda ikinci konut yapımına izin verilmesi mümkün olabilir.

İkinci konut sektörünün kısa zamanda kontrolsüz bir şekilde büyümüş olması bu sektörün yönetiminde de zorlukların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Halihazırda, ilgili bakanlıklar dahil kamu kuruluşlarında düzenli envanter çalışmaları bulunmamakta ve sorunun tam olarak çerçevesi çizilememektedir. Bu anlamda, kapsamlı ve güvenilir örneklemelere dayalı yeni akademik araştırmaların yapılmasında zorluklar yaşanmaktadır. Yapılan araştırmalar kısmi ve bölgesel olduğu için araştırma sonuçlarının genellenmesinde zorluklar yaşanmaktadır. Aynı zamanda, ikinci konutların tüm ülke çapına yayılmış olması ve kullanım amaçlarının bölgelerin niteliklerine göre farklılıklar arz etmesi, farklı örneklemelerle yapılan birçok çalışmayı gerekli kılmaktadır. Gelecek araştırmalar, ülkenin farklı bölgelerinden alınan örneklemelerle ikinci konut sahiplerinin ikinci konutlarını gelir getirici olarak değerlendirmelerine yönelik görüşlerini alabilirler. Ayrıca, farklı bölgeler için farklı tarzlarda işletmecilik modellerinin ortaya çıkması düşünülebilir. İkinci konut sahipliği ile ilgili yapılması gereken çalışmalardan birisi motivasyon çalışmalarıdır. Gelecek araştırmalar öncelikli olarak ikinci konut sahiplerinin ikinci konut yatırımına girmelerinin arkasındaki nedenleri derinlemesine ortaya koymalı ve ona göre bu konutların ticari olarak ne şekilde kullanılabileceğini araştırmalıdır.

Birçok araştırmada olduğu gibi bu araştırmada elde edilen sonuçların yorumlanması, alınan örneklem ve araştırma kapsamı ile sınırlıdır. İkinci konut sahipliği ve işletmeciliği ile ilgili araştırmalar oldukça sınırlıdır. Bu açıdan bu araştırmada elde edilen bulguların konu ile ilgili yapılmış yeni araştırma sonuçları ile karşılaştırılmasını gerekli kılmaktadır. Farklı örneklemelerle yapılan yeni araştırmalarda konunun farklı



boyutlarının ortaya çıkması ve daha kapsamlı önerilerin ortaya konulması konunun daha derinlemesine anlaşılmasını sağlayacaktır.

### Referanslar

- BERITELLI, P., ENGELER, I., LAESSER, C., WEINERT, R. (2008). Estimating renting behavior of second home owners: the case of swiss alpine destinations. P. KELLER, T. BIEGER (Editör), *Real Estate and Destination Development in Tourism* içinde 301-312.ss. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- BIEGER, T., BERITELLI P., WEINERT, R. (2007). Understanding second home owners who do not rent: insights on the proprietors of self-catered accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 26, 263-276. ss.
- BREDA, J.G., ACCINELLI, E., CARRER, E.J.S. (2007). Second homes: the effects on social welfare of a change on the valuation of individual opportunity cost. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18 (1), 85-96. ss.
- HALL, C.M., MULLER, D.K., SAARINE, J. (2008). *Nordic tourism: issues and cases*. Channel View Publications. Clevedon, UK.
- KILIÇASLAN, Ç. (2006). İkinci konutların deniz kıyılarına etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 1, 147-156. ss.
- KOMPPULA, R., REIJONEN, H., TIMONEN, T. (2008). Vacation home owners' willingness to lease through an intermediary: a case study in two finnish ski resorts. P. KELLER, T. BIEGER (Editör), *Real Estate and Destination Development in Tourism* içinde 285-300. ss. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (1992). İkinci konutların turizm amaçlı işletme modelinin tespiti araştırması. *Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı Yayınları*, Yayın No: 1992/2, Ankara.
- MATTEUCCI, X., LUND-DURLACHER, D., BEYER, M. (2008). The socio-economic and environmental impacts of second home tourism: the south pacific coast of Nicaragua example. P. KELLER, T. BIEGER (Editör), *Real Estate and Destination Development in Tourism* içinde 149-164. ss., Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- ÖZTÜRK, Y., AKDU, U., AKDU, S.A. (2007). Yabancı turistlerin konut - devre mülk satın almalarının yöre halkı üzerindeki sosyo-kültürel etkileri: Fethiye örneği. *Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi*, 2, 11-29. ss.
- RUGGIERI, G. (2008). The economic impact of tourism in private homes: the case of the Lipari Archipelago. P. KELLER, T. BIEGER (Editör), *Real Estate and Destination Development in Tourism* içinde 121-130. ss. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- SELVİ, M.S., ARTUĞER, S. (2006). *Turizmde devre mülk: devre tatil*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- STETTLER, S., DANIELLI, G. (2008). Image, truth and illusion in tourism promotion: the problem of the rapid spread of second homes in Switzerland and planning strategies. P. KELLER, T. BIEGER (Editör), *Real Estate and Destination Development in Tourism* içinde 249-268. ss. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- TIMOTHY, D.J., TEYE V.B. (2009). *Tourism and the lodging sector*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann. 155-175. ss.
- TOSKAY, T. (1989). *Turizm: turizm olayına genel yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları. 3. bs.
- VEPSALAINEN, M., PITKANEN, K. (2009). Second home countryside: representations of the rural in finnish popular discourses. *Journal of Rural Studies*, (baskıda).
- YENEN, Ş. (2008). İkinci konutlar ve turizm. *Akşam Gazetesi*, 18 Mayıs.
- ZEHNER, A., SİLER, H., STICKDORN, M. (2008). Second homes and sustainable development: a perception analysis of second homes in Kitzbühel, Austria. P. KELLER, T. BIEGER (Editör), *Real Estate and Destination Development in Tourism* içinde 179-192. ss. Berlin: Erich Schmidt Verlag.