



Ege Coğrafya Dergisi 29 (2), 2020, 273-295, İzmir-TÜRKİYE
Aegean Geographical Journal, 29 (2), 2020, 273-295, İzmir-TURKEY
Dergi Ana Sayfası: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ecd>

Araştırma Makalesi / Research Article

TURİZM ŞEHİRLEŞMESİNİN İŞ VE TİCARET ALANLARINI ŞEKİLLENDİRMESİ ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA: ALANYA VE MANAVGAT ÖRNEĞİ¹

*A comparative research on shaping business and trade districts of tourism urbanization:
The case of Alanya and Manavgat*

Hamza AKENGİN

Marmara Üniversitesi
Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü
hakengin@marmara.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0626-3819

Yücel DİNÇ²

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü
dyucel.13@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-0492-4724

(Teslim: 10 Kasım 2020; Son Düzeltme: 23 Aralık 2020; Kabul: 27 Aralık 2020)
(Received: November 10, 2020; Last Revised: December 23, 2020; Accepted: December 27, 2020)

Abstract

The functions of central business districts that give life to cities vary according to various factors. The main purpose of this study is to explain the tourism-urbanization relations based on the differences in the use of space and to reveal the effects of tourism on the use of space through empirical researches through business and commercial fields. For this purpose, studies investigating the relationship between the tourism sector and business and trade districts have been examined and subjected to document analysis. Aerial photographs of the past years of the research area have been obtained from the General Directorate of Mapping and the changes in the settlement forms of both cities have been examined. The boundaries of the business and commercial districts in Alanya and Manavgat have been determined and field studies were carried out in these areas. Afterwards, shops operating in relation to tourism in business and commercial districts have been identified and mapped. In addition, the land price maps have been created and the relationship between tourism and land values has been revealed. In this study, it has been determined business and commercial districts have quite different qualities in Alanya and Manavgat although both settlements are spatially united. It has noted that the Manavgat central business district reflects the characteristics of traditional central business districts, and tourism-related activities are limited. It has been determined that a recreational business area has developed in Side, which is established on a peninsula, providing services directly towards tourism. In the Alanya central business district, it has been revealed that the real estate offices, financial advisors, law offices, administrative activities and retail trade businesses, which are seen in the traditional central business districts, are intertwined with businesses providing tourism-related services. The excess of tourism activities in the Alanya central business district indicates that this area is also a tourism business district.

Keywords: Alanya, Manavgat, central business district, tourism business district, recreational business district

Öz

Şehirlere hayat veren merkezi iş alanlarının ortaya çıkardığı fonksiyonlar çeşitli faktörlere göre değişmektedir. Bu çalışmanın amacı; turizm-şehirleşme ilişkilerini *mekân kullanımındaki farklılıklardan* hareketle açıklamak ve turizmin mekân kullanımına etkilerini iş ve ticaret sahaları üzerinden alan araştırmaları yoluyla ortaya koymaktır. Bu amaca yönelik olarak, öncelikle turizm sektörünün iş ve ticaret alanları ile ilişkilerini araştıran çalışmalar incelenerek doküman analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sahasının geçmiş yıllara ait hava fotoğrafları Harita Genel Müdürlüğü'nden temin edilmiş ve her iki şehrin yerleşme formlarındaki değişimler incelenmiştir. Daha sonra, Alanya ve Manavgat'taki iş ve ticaret alanlarının sınırları belirlenmiş ve bu alanlara yönelik arazi çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Arazi çalışmaları neticesinde araştırma alanında turizmle ilişkili olan işletmeler tespit edilerek haritalandırılmıştır. Diğer yandan her iki şehrin rayiç bedel haritaları oluşturularak turizmin arazi değerleriyle ilişkileri belirlenmiştir. Bu çalışmada, Manavgat ve Side'nin mekânsal açıdan birleşmiş olmalarına rağmen, iş ve ticaret alanlarının oldukça farklı niteliklere sahip olduğu tespit edilmiştir. Manavgat merkezi iş alanının geleneksel merkezi iş alanlarına özgü karakteristik özellikleri yansıttığı, turizmle ilişkili faaliyetlerin sınırlı olduğu dikkati çekmiştir. Bir yarımada üzerinde kurulmuş olan Side'de, doğrudan turizme yönelik hizmetler sunan

¹ Bu makale, Marmara Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenen "Karşılaştırmalı Bir Şehir Coğrafyası: Alanya ve Manavgat Örneği" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir. (proje no: SOS-C-DRP-120917-0557)

² Sorumlu Yazar/ Corresponding author

bir rekreasyonel iş alanının geliştiği belirlenmiştir. Alanya merkezi iş alanında ise, geleneksel merkezi iş alanlarında görülen emlak ofisi, mali müşavir, hukuk bürosu, idari faaliyetler ve perakende ticaret kapsamında hizmet veren ticarethanelerin turizmle ilişkili hizmetler sunan işletmelerle bir arada olduğu belirlenmiştir. Alanya merkezi iş alanında turizme yönelik faaliyetlerin fazlalığı, bu alanın aynı zamanda bir turizm iş alanı olduğuna işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Alanya, Manavgat, merkezi iş alanı, turizm iş alanı, rekreasyonel iş alanı

Giriş

Şehirleşme, dar anlamda, şehir sayısının veya şehirlî nüfusun artmasıdır (Yücel, 1960; Tümertekin, 1973; Doğanay vd. 2013; Doğanay, 2014; Keleş, 2015; Göney, 2017; Uğur ve Alişaoğlu, 2018). Şehirlerde meydana gelen nüfus artış süreçleri ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi faktörler olmak üzere birbirinden farklı dinamiklere bağlı olarak gerçekleşmektedir. Türkiye’de meydana gelen şehirleşme süreçleri incelendiğinde söz konusu faktörlerin önemli etkileri olduğu görülür. Bu konuda Işık (2005), ülkemizdeki şehirleşme süreçlerinin nedenlerine yönelik üç model ortaya koymuştur. Birincisi, 1950’li yıllarda başlayan sanayileşme faaliyetlerine bağlı şehirleşme, ikincisi 1980’lerin ortalarında terör olayları nedeniyle kırsal alanlardan şehirlere gerçekleşen göçlere bağlı şehirleşme ve üçüncüsü 1980’lerin başlarında özellikle Ege ve Akdeniz kıyılarımızda meydana gelen turizme bağlı şehirleşmedir (Işık, 2005). 1980’li yıllardan itibaren ülkemizde turizm faaliyetleri, kıyı kesimlerinde birer idari merkez durumunda olan veya kırsal karakterini koruyan yerleşim birimlerinin hızla şehirleşme hareketlerine katılmalarına zemin hazırlamıştır. Bu süreçte Bodrum, Marmaris, Kuşadası, Fethiye, Alanya ve Manavgat gibi yerleşmeler turizm faaliyetlerini desteklemeye yönelik yatırım ve teşvikler sayesinde şehirleşmişlerdir (Doğaner, 2001).

Turizm sektörünün doğrudan etkileriyle gelişen şehirlerde turizmin mekân üzerinde yarattığı değişim ve dönüşümler somut bir şekilde gözlemlenmektedir. Nitekim Işık ve Zoğal, Türkiye’de turizme bağlı olarak meydana gelen bu değişim ve dönüşümleri, *turizm şehirleşmesini* merkeze alarak Antalya örneği ile açıklamışlardır. Işık ve Zoğal, turizmin şehirleşme üzerine etkilerini Mullins ’ten (1990) esinlenerek belirledikleri bazı değişkenlerle açıklamışlardır. *Şehirler arasındaki mekânsal kullanım farkı, turistik amaçlarla inşa edilmiş semboller (oteller, eğlence mekânları vs), nüfus artış hızı ve işgücü oranları, çalışan nüfusun iş kollarına göre dağılımı, devlet teşvik ve yatırımları, yabancı nüfus oranları ve turistik göstergeler* bu değişkenlerin başlıcalarıdır (Mullins, 1990; Işık ve Zoğal, 2017). Turizm sektörünün şehirler üzerindeki

etkilerini açıklayan bu ayırıcı özellikler içerisinde özellikle mekân kullanımındaki farklılıklar, turizmin yarattığı değişim ve dönüşümleri somut bir şekilde ortaya koymaktadır.

Şehir yerleşmelerinin sınırları içerisinde iş ve ticaret alanları, konut alanları, dinlenme alanları gibi farklı fonksiyonlara bağlı olarak mekân kullanımının geliştiği bilinmektedir. Ancak, farklı fonksiyonlara bağlı olarak oluşan mekân kullanımı gelişigüzel ve plansız bir şekilde dağılmamıştır. Şehrin içerisindeki her bir fonksiyonel kullanım alanı, belirli prensipler çerçevesinde düzenlenmiştir (Tolun Denker, 1976). Ticaret alanları, şehirlerin en önemli arazi kullanış türlerinden birini oluşturmaktadır. Bu alanlar; uzun yıllar içerisinde oluşmuş olan tercihlerin, eğilimlerin ve ekonomik faaliyetlerin etkisiyle bugünkü yapılarını ve fonksiyonel özelliklerini kazanmıştır (Stansfield ve Rickert, 1970). Bu nedenle sanayi, ticaret ve turizm gibi birbirinden farklı ekonomik faaliyetlere bağlı olarak gelişen şehirlerin iş ve ticaret alanlarında mekân kullanımı ve fonksiyonlar bakımından farklı eğilimler söz konusu olabilmektedir.

Sanayi ve ticaret şehirlerinde nüfusun artmasıyla birlikte zamanla ticaret alanları ile ikametgâh alanları birbirinden ayrılmaya başlamaktadır. Ticari faaliyetlerin biraz daha yoğunlaşması, bir ticaret sahası çekirdeğinin meydana gelmesine neden olur. Böylece şehirlerin adeta kalbi sayılabilecek bir noktada merkezi iş alanları (MİA) oluşmaya başlar (Tümertekin, 1967). Bir mahalle içerisinde yer alan ticarethaneler genellikle; bakkal veya süpermarket, eczane, servis istasyonu, kuru temizlemeci, berber dükkânı ve güzellik salonunu içerir. Merkezi iş alanları ise, çok daha büyük bir nüfus tarafından, mahallelerde daha seyrek bulunabilecek ürünlerin satıldığı özel mağazalar ve alışveriş merkezleriyle karakterize edilmektedir (Stansfield ve Rickert, 1970; Murphy, 2017). Merkezi iş alanları, şehirlerin en yüksek arazi değerlerine sahip olan, çok katlı yapıların bulunduğu, ofislerin ve perakende dükkânların yoğun olduğu alanlardır. Burası aynı zamanda yaya hareketliğinin ve trafiğin temel odak noktasıdır. MİA ile ilgili çalışmalar nüfus kriteri dikkate alınarak analiz edildiğinde, nüfus yoğunluğu bakımından merkezi iş alanında nüfusun daha seyrek dağıldığı

görülmemektedir (Murphy ve Vance, 1954; Tolun Denker 1976, Uzuneminoğlu, 1992; Yaguang, 2011; Murphy, 2017; Göney, 2017; Uğur ve Aliagaoglu, 2018). Özellikle çalışan nüfusun ikamet ettikleri saha ile işyerleri arasındaki günlük hareketleri dikkate alındığında, merkezi iş alanlarında gece ve gündüz saatlerindeki nüfus yoğunlukları arasında önemli farklılıkların olduğu dikkati çekmektedir (Tolun Denker, 1976; Yaguang, 2011).

Emekli (1998), turizm ve rekreasyonel aktivitelerin yerleşmelerin fiziksel ve sosyal çevresinde bazı değişikliklere neden olduğuna işaret etmektedir (Emekli, 1998). Turizm şehirleşmesinin gerçekleşmesi ile birlikte arazi kullanımının çeşitlendiği, geleneksel kırsal tek tip arazi kullanımından turizmin şekillendirdiği çeşitlendirilmiş özgün bir alana dönüşmektedir (Zhang vd, 2017). Özellikle de denize kıyısı olan yerleşmelerde turizm sektörünün doğrudan etkileriyle meydana gelen kıyı boyunca yayılma merkezi iş alanlarından farklı olarak, özel türde alışveriş merkezlerinin gelişmesini beraberinde getirmektedir (Özgüç, 1977). Roy Wolfe, ilk defa 1952 yılında söz konusu yerleşmelerin ayırıcı özelliklerini *Honky-Tonk*³ terimiyle ifade etmiştir. Wolfe, bu kavramı Kanada'nın en büyük askeri kuruluşu olan Camp Borden'de binlerce askerin hafta sonu eğlencesi için devam ettikleri dans salonlarını betimlemek amacıyla kullanmıştır. Wolfe, bu eğlence mekânlarının, zamanla turistlerin ilgi odağı olduğunu belirtmiş ve bu sayede Wasaga sahillerinde kıyı boyunca uzanan bir ticaret zonunun geliştiğini ifade etmiştir (Wolfe, 1952).

Charles Stansfield "*Recreational land use patterns within an American seaside resort*" başlıklı çalışmada ilk kez "*Rekreasyonel İş Alanı (RIA)*" kavramını önermiştir (Stansfield, 1969). Rekreasyonel iş alanları, merkezi iş alanlarından biçim (form), fonksiyon ve lokasyon özellikleri yönüyle ayrılmaktadır. Rekreasyonel iş alanları, deniz kıyısındaki oteller, tüketici gereksinimleri ve alışveriş şekli bakımından önemli farklılıklar gösteren ve turistler için maksimum erişebilirliğin olduğu yerlerdir. Bu alanlarda, restoranlar, şekerleme dükkânları, turistlere rahat bir alışveriş imkânı sağlayan hediye eşya dükkânları ve mevsimlik olarak hizmet veren diğer işletmeler kümelenmişlerdir (Stansfield ve Rickert, 1970). Bu ayırıcı özellikler birlikte düşünüldüğünde turizm

şehirlerinde geleneksel merkezi iş alanlarından farklı bir mekânsal coğrafi görünümün ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Nitekim Mullins (1990), Avustralya'nın iki turizm şehri olan Gold Coast ve Sunshine Coast şehirlerine yönelik yaptığı bir çalışmada, bu şehirlerde geleneksel merkezi iş alanlarının yer almadığına dikkat çekmiştir (Mullins, 1990). Deniz kıyısının doğal cazibesi, temiz havanın olması ve çeşitli turistik tesislerin varlığı, turistleri en sıradan alışveriş türünde bile önemli bir zaman geçirmeye teşvik etmektedir (Stansfield ve Rickert, 1970). Böylece rekreasyonel iş alanlarının boş zaman aktivitelerine yönelik alanlar olduğu dikkati çekmektedir (Li ve Tao, 2003; Zhu vd, 2015; Zhu vd, 2017).

Merkezi iş alanları ile rekreasyonel iş alanları karşılaştırıldığında, her şeyden önce merkezi iş alanlarının şehirlerin merkezlerinde yer aldıkları ve ticari faaliyetlerin odak noktasını oluşturdukları görülür. Rekreasyonel iş alanları ise, şehrin merkezinde bir konsantrasyon (odak, toplanma) sahası oluşturmak yerine genellikle kıyı boyunca gelişen (lineer) bir form oluştururlar. Merkezi iş alanlarında daha çok perakende ticaret kapsamında hizmetler sunan dükkânlar ve ofisler yoğunluk kazanırken, rekreasyonel iş alanları ise turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu alanlarda yer aldıkları için özellikle turistlere yönelik hizmetlerle ön plana çıkmaktadır (Meyer-Arendt, 1990). Merkezi iş alanları gündüz saatlerinde şehir trafiğinin adeta düğümlendiği bir alan olurken, rekreasyonel iş alanları ise araç trafiği yerine yayaların (özellikle de turistlerin) yoğun olduğu alanlardır (Murphy ve Vance, 1954; Murphy vd, 1955; Stansfield ve Rickert, 1970; Getz, 1993). Merkezi iş alanlarında araçlar için otoparklar yer alırken, rekreasyonel iş alanlarında bazı cadde ve sokaklar trafiğe kapatılmaktadır. Merkezi iş alanları gece saatlerinde sessizliğe bürünürken, rekreasyonel iş alanları ise eğlence mekânlarından dolayı daha hareketlidir. Gerçekten de merkezi iş alanlarından farklı olarak rekreasyonel iş alanlarının eğlence mekânları ile karakterize edilmesi, rekreasyonel iş alanlarına alternatif olarak "*eğlence iş alanı*" kavramının kullanılmasına neden olmuştur (Maguire, 1995).

Merkezi iş alanları ile rekreasyonel iş alanları, modernite ve postmodernitenin mekân kullanımına etkileri bakımından da dikkate değer farklılıklara sahiptir. Bu farklılıkların daha iyi anlaşılması için

³ İngilizce bir kelime olan Honky-Tonk, Cambridge İngilizce sözlüğünde "*geleneksel müziklerin çalındığı, ucuz (hesaplı) bar*

ve gece kulübü gibi gürültülü eğlence mekânlarını ifade eden bir kavram" olarak tanımlanmıştır.

modernizm ve postmodernizmin gelişim süreçlerinin bilinmesi önemlidir. Modernleşme, genellikle az gelişmiş ülkelerin sanayileşmiş ülke modeline uyum sağlayabilmeleri anlamına gelmektedir (Kongar, 2003). Sanayileşmeyle birlikte şehirler, sermaye ve üretimin merkezleri haline gelmişlerdir (Karadağ ve İncedere, 2020). Şüphesiz bu durum şehirlerde nüfusun hızla artmasını ve merkezi iş alanlarının büyüüp genişlemesini sağlamıştır. 1980'li yıllara gelindiğinde neoliberal uygulamaların etkisiyle sermaye artık yörüngesini üretimden tüketim ve hizmetler sektörüne kaydırmıştır (Turut ve Özgür, 2018; Demir ve Emekli, 2019). Böylece şehir literatüründe postmodernizm kavramından sıklıkla söz edilmeye başlanmıştır (Arvidson, 1999; Harvey, 2010; Soja, 2015). Modernizmden postmodernizme geçiş sürecinde sanayi ve üretim, şehirleri tanımlayan temel öge olmaktan çıkmıştır (Kaygalak ve Işık, 2007; Emekli, 2018).

Üretim ve tüketimdeki değişimlerin turizmdeki yansımalarını Momforth ve Munt üç adımda ortaya koymuştur. Bunlardan birincisi fordist üretim modelinden postfordist modele geçiş, ikincisi modernden postmoderne geçiş, üçüncüsü ise paket turizmden esnek ve kişisel turizme geçiştir (Momforth ve Munt, 1998). Özellikle postmodernizm bakımından günümüz merkezi ve rekreasyonel iş alanları karşılaştırıldığında, merkezi iş alanlarının birer üretim merkezi olma özelliklerini sürdürdükleri, rekreasyonel iş alanlarında ise tüketim ve eğlence mekânlarının yoğun olduğu dikkati çekmektedir. Merkezi iş alanları, genellikle yerel halka hizmet ederken, rekreasyonel iş alanlarında hedef kitleyi daha çok turistler oluşturmaktadır. Diğer yandan küreselleşmeye bağlı olarak rekreasyonel iş alanlarında Western Union, Starbucks ve Mcdonalds gibi küresel işletmelerle daha fazla karşılaşmaktadır. Bununla birlikte küreselleşme, farklı kültürlerle olan ilgi, ürün ve hizmetlerin tercihlerinde ve turist profilinde değişimi de beraberinde getirmektedir (Zoğal ve Emekli, 2017). Her ne kadar merkezi iş alanlarında yerel ürünler satan dükkânları sıklıkla görmek mümkün ise de son yıllarda yaratıcı turizmdeki eğilimlere bağlı olarak turistlerin yerel ürün (organic garden vs.) ve hizmetlere odaklanması, bu ürünlerin rekreasyonel iş alanlarında da pazarlanmasını sağlamaktadır.

Kıyılara olan talep, kıyıları boyunca sayısız turizm alanı ve sayfiye yerlerinin gelişmesine yol açmıştır. Bunlardan bazıları kıyıdaki mevcut yerleşmelerin birer turizm merkezi haline dönüşmesiyle ortaya çıkarken, bazıları ise boş

kıyılarda yeni turizm yatırımları olarak şekillenmiştir (Özgüç, 2007). Uzun ve köklü bir tarihi geçmişe sahip olan kıyı şehirlerinde merkezi iş alanlarının, turizm sektöründen çok daha önceleri gelişme göstermiş oldukları tarihi çarşılarından veya çarşı içerisindeki eski ticarethanelerden anlaşılmaktadır. Özgüç'ün de belirttiği gibi, bu yerleşmelerin zamanla birer turist şehri olarak anılmalarının başlıca unsurlarından biri merkezi iş alanlarında turistlere yönelik hizmetlerin toplanma eğilimi göstermesidir (Özgüç, 2007). Böyle bir eğilime dikkat çeken Getz, bir şehrin genelinde turizm odaklı şehir fonksiyonlarının çok yaygın olması durumunda ticaret sahalarında "*Rekreasyonel*" kavramına karşılık "*Turizm*" teriminin kullanılmasının daha uygun olacağını ileri sürmüştü ve söz konusu yerleşmeler için "*Turizm İş Alanı (TİA)*" kavramını kullanmıştır (Getz, 1993).

Turizm iş alanlarının incelenmesi köklü bir araştırma geleneğinin parçasıdır ve sadece kıyı kesimlerindeki konaklama tesisleri ile değil aynı zamanda şehrin tamamı ile ilişkilidir. Bu yönüyle söz konusu sahalar, özellikle kıyı kesimi boyunca uzanan ve eğlence amaçlı ticaret bölgeleri olan rekreasyonel iş alanlarından farklı özelliklere sahiptir. Her iki terim incelendiğinde birbirleriyle ilişkili yönlerinin olduğu dikkati çeker. Ancak turizm iş alanları ile rekreasyonel iş alanları form, fonksiyon ve planlama bakımından farklılık gösterir (Getz, 1993). Bu bilgilerden hareketle turizm fonksiyonlarının bir şehrin tamamında belirgin bir şekilde yayıldığı veya en azından şehirlerin geleneksel merkezi iş alanlarında turist/turizm odaklı hizmetlerin yoğunluk kazandığı şehirler için "*Turizm İş Alanı*" kavramının kullanıldığı anlaşılmaktadır.

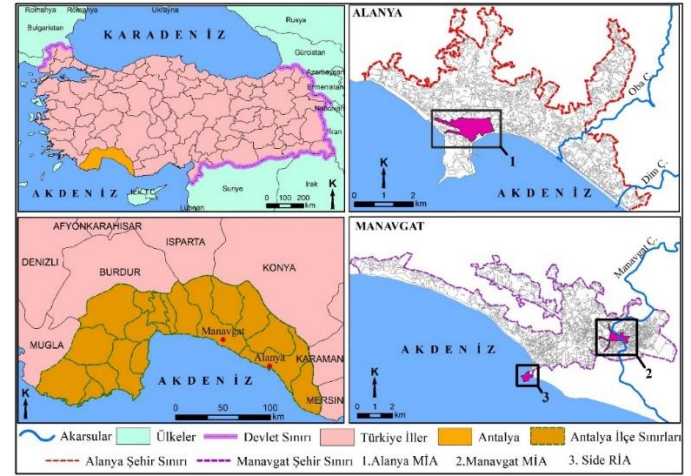
Şehirler, turizm sektörüne bağlı olarak geliştikçe rekreasyonel iş alanlarının geliştiği sahil şeridi ile geleneksel merkezi iş alanının yer aldığı iç kesimler zamanla mekânsal açıdan bütünleşebilmektedir. Bu mekânsal bütünleşme sonrasında turizm faaliyetleri şehrin geneline dengeli bir şekilde dağılabileceği gibi, turizme yönelik fonksiyonlar sadece sahil şeridi ile sınırlı kalabilmektedir (Barret, 1958; Meyer-Arendt, 1990). Sadece kıyı kesiminde yoğunluk kazanmış olan turizm aktivitelerini şehirlerin iç kesimlerine yönlendirmek ve böylece turizmi şehrin geneline yaymak için bir takım bütünleştirme projeleri hayata geçirilmektedir (Baykal vd, 2011). Hatta, Getz (1993)'in de belirttiği gibi bazı idari makamlar turizm merkezleri oluşturmak için şehirlerin iç kısımlarında yer alan geleneksel merkezi iş alanlarını kasıtlı olarak

ziyaretçi odaklı cazibe merkezleri haline getirmektedir (Getz, 1993; Griffin vd, 2008). Bu nedenle bütünleştirme kavramının, sürdürülebilir turizm planlaması ve yönetiminde büyük bir öneme sahip olduğu anlaşılmaktadır. Turizm destinasyonlarının bütünleştirilmiş hizmetler sunması ve bu imkânların sunulduğu coğrafi mekânın da ilişkiler bütünü olması doğrudan bütünleşmeyi temsil etmektedir (Baykal vd, 2011).

Turizm sektörüne bağlı olarak gelişen iş ve ticaret alanlarına yönelik literatür incelendiğinde, turizmin söz konusu alanlar ile olan ilişkilerini kıyı şehirleri örneğiyle ortaya koyan çok sayıda çalışmanın olduğu görülür. Bu çalışmalarda özellikle rekreasyonel iş alanı ve turizm iş alanı gibi başlıklar kullanılmıştır (Barrett, 1958; Stansfield, 1969; Stansfield ve Rickert, 1970; Pigram, 1977; Meyer-Arendt, 1990; Getz, 1993; Brent, 1997; Liu, 2014; Battino vd, 2015). Türkiye ölçeğinde iş ve ticaret alanlarına yönelik araştırmalar incelendiğinde, doğrudan merkezi iş alanlarını konu alan veya bu konuya belirli çalışmalar içerisinde yer veren çalışmaların olduğu dikkati çeker (Tümertekin, 1967; Tolun Denker, 1976; Dinç, 2017; Göney, 2017; Uğur ve Aliagaoglu, 2018). Ancak turizmle doğrudan ilişkili olarak gelişen iş alanlarını konu alan veya bu sahalara değinen bilimsel araştırmaların sayısı oldukça azdır (Özgüç, 1977; Özgüç, 2007; Timor, 2004; Kapan, 2018).

Bu çalışmaya konu olan Alanya ve Manavgat, Akdeniz bölgesinin Antalya bölümünde yer alan ve Antalya iline bağlı olan iki önemli şehirdir (Şekil 1). Bu çalışmada, Türkiye'nin önemli turizm merkezleri arasında yer alan Alanya ve Manavgat şehirlerinde turizm sektörünün iş ve ticaret alanları ile olan ilişkileri incelenmiş ve elde edilen bulgular karşılaştırılmıştır. Alanya ve Manavgat şehirlerinin araştırma sahası olarak tercih edilmesindeki başlıca nedenler şu şekilde sıralanabilir: (1) Her iki şehrin nüfusunun 100 binin üzerinde olması, bu nedenle bu şehirlerin nispeten gelişmiş birer iş ve ticaret sahalarına sahip olduklarının düşünülmesi ve bu sayede karşılaştırma yapabilme olanağının olmasıdır. (2) Her iki şehir, birer tarihi yarımada ile Toros dağı yükseltileri arasındaki kıyı ovaları üzerinde gelişme göstermiştir. Ancak Alanya'nın daha dar bir kıyı ovası üzerinde gelişmesinin yerleşme formu, arazi değerleri ve ticaret alanlarının gelişme yönleri bakımından mekân kullanımını nasıl etkilediğinin araştırılmak istenmesidir. (3) Turizm faaliyetlerinin Alanya'da şehir geneline dengeli bir şekilde dağılmasının, Manavgat'ta ise daha çok Side ile

sınırlı kalmasının neden ve sonuçlarının karşılaştırılmasıdır. (4) Her iki şehrin, turizm sektörünün gelişmesinden önceki süreçte birer geleneksel merkezi iş alanlarına sahip oldukları bilinmektedir. Turizmin gelişmesiyle birlikte bu ticaret alanlarında form, fonksiyon ve arazi kullanımı bakımından benzer değişim ve dönüşümlerin yaşanıp yaşanmadığının karşılaştırılması düşüncesidir. (5) Son olarak birbirlerine oldukça yakın mesafede yer alan iki şehrin seçilmesi genel olarak coğrafi şartlar bakımından birbirine benzeyen, ancak gelişim süreçleri birbirinden farklı olan şehirlerin karşılaştırılmasının literatüre zenginlik katacağı düşüncesidir.



Şekil 1- Çalışma alanının lokasyon haritası

Figure 1- Location map of the study area

Bu çalışmanın amacı; turizm-şehirleşme ilişkilerini mekân kullanımındaki farklılıklardan hareketle açıklamak ve turizmin mekân kullanımına etkilerini iş ve ticaret sahaları üzerinden alan araştırmaları yoluyla ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın temel araştırma soruları; (1) Turizm şehirlerinde iş ve ticaret alanları morfoloji (form) bakımından ne tür ayırıcı (karakteristik) özelliklere sahiptir? (2) Turizm-şehirleşme ilişkisi, iş ve ticaret alanlarında hizmet veren dükkânların ekonomik faaliyet türlerine göre dağılımları yoluyla açıklanabilir mi? (3) Turizm sektörü, iş ve ticaret alanlarının arazi değerlerindeki değişimler üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir? Bu çalışmada söz konusu araştırma sorularına bağlı olarak merkezi iş alanı, rekreasyonel iş alanı ve turizm iş alanı gibi kavramlar üzerinde durulmuş ve bu kavramları mekânla ilişkili olarak açıklayabilmek için Türkiye'nin önemli turizm merkezleri arasında yer alan Alanya ve Manavgat şehirleri çalışma alanı olarak seçilmiştir.

2. Materyal ve Metot

Bu çalışmada, turizm şehirlerinde turizm odaklı meydana gelen ticari faaliyetleri açıklayabilmek için merkezi iş alanı, turizm iş alanı ve rekreasyonel iş alanı gibi kavramlar üzerinden literatür taraması yapılmış ve elde edilen kaynaklar (bilgiler) doküman analizine tabi tutulmuştur. Böylece çalışmanın ilk aşamasında turizm şehirlerine özgü ticaret sahalarının biçim, doku, arazi kullanımı ve fonksiyonel yapı bakımından göstermiş oldukları karakteristik özellikler belirlenmiştir. Daha sonra, birer turizm şehri olan Alanya ve Manavgat'ta iş ve ticaret alanlarının sınırları belirlenmiş ve bu sınırlar içerisinde turizm faaliyetlerinin etkileri araştırılmıştır. Her iki şehirde ticaret alanlarının biçim (form) bakımından yıllar içerisinde göstermiş oldukları değişimleri belirleyebilmek için Harita Genel Müdürlüğü'nden hava fotoğrafları temin edilmiştir. Bu şekilde turizm sektörünün gelişmesinden önceki ve sonraki dönemlerde Alanya ve Manavgat'ta arazi kullanımında meydana gelen değişimler açıklanmıştır.

Alanya ve Manavgat şehirlerinin iş ve ticaret alanlarında arazi kullanımını ve fonksiyonel özellikleri tespit edebilmek için her iki şehirde 2019 yılı içerisinde arazi çalışmaları gerçekleştirilmiş, ticari faaliyet gösteren işletmeler belirlenmiş ve bu işletmeler fonksiyonlarına göre sınıflandırılmıştır. Daha sonra, iş ve ticaret alanlarında hizmet veren dükkânların ekonomik faaliyet türlerine göre dağılımlarını gösteren haritaların oluşturulması aşamasına geçilmiştir. Haritaların çiziminde ArcMap 10.3 paket programından yararlanılmış ve araştırma alanlarının basemap görüntüleri kullanılarak öncelikle dilsiz haritalar oluşturulmuştur. Arazide gerçekleştirilen gözlemlerden, Google Earth Street View görüntülerinden ve belediyelerin coğrafi bilgi sistemlerinden hareketle her bir dükkânda işgal edilen ekonomik faaliyetler harita üzerinde gösterilmiştir. Daha sonra turizm sektörüyle ilişkili olduğu düşünülen dükkânlar yeniden sınıflandırılmış ve ayrı bir harita oluşturulmuştur. Bu sayede ticaret alanlarında turizm odaklı hizmet veren dükkânlar tespit edilmiştir. Arazi çalışmalarında gerçekleştirilen gözlemler neticesinde özellikle turistlere hitap eden dükkânlara yönelik reklam tabelaları, fiyat etiketleri ve işletme isimleri incelenerek, ticari faaliyetler ile turizm arasındaki ilişkiler betimlenmeye çalışılmıştır. Alanya ve Manavgat şehirlerinde 2020 yılında metrekare başına düşen arazi değerlerine yönelik veriler her iki belediyenin "Rayiç Bedel Sorgulama Veri Tabanından" elde edilmiş ve bu veriler

üzerinden rayiç bedel haritaları oluşturulmuştur. Enterpolasyon ile oluşturulan haritalar üzerinde arazi değeri en yüksek ve en düşük olan alanlar belirtilmiş ve turizm sektörünün arazi değerleri üzerindeki etkileri açıklanmıştır.

3. Bulgular

3.1. Alanya Şehrinin İş ve Ticaret Alanları (MİA/TİA)

Ticari faaliyetler bakımından oldukça uzun bir geçmişe sahip olan Alanya, Orta Çağ'da önemli bir liman şehri olarak gelişme göstermiştir (Redford, 2008). Orta Çağ'da Alanya'da, gemi üretimi yapan tezgâhlar ile kereste üretim faaliyetlerinin çok önemli olduğuna işaret edilmektedir. Diğer yandan Alanya'nın Kıbrıs, Rodos ve Mısır ile ticari ilişkilerinin gelişmiş olduğu ve şehrin Akdeniz'in Anadolu kıyılarında Antalya'dan sonra en işlek pazar yeri olduğu bilinmektedir (Uzunçarşılı, 1969). Alanya'nın Selçuklular tarafından alınmasından sonra Sultan Alâeddin Keykubat, şehre memleketin dört bir yanından getirdiği halkı ile iskân ettirmiştir (Lloyd ve Rice, 1989). Limanda imar faaliyetlerinin hız kazanması ve özellikle tersanenin inşa edilmesi, şehrin ticari fonksiyonunun daha fazla gelişmesini sağlamış ve XIII. yüzyılın ilk yarısında yaklaşık 44 dükkândan meydana gelen bir "çarşı" hizmete girmiştir (Gürbüz, 2001).

1844 yılı Temettuat Defterlerine göre 1840'lı yılların başında Alanya'nın merkezinde 475 hane (ev, konut) yer almaktadır (Karagedik, 2007). Bilindiği gibi Osmanlı döneminde hane kayıtları üzerinden yerleşme nüfuslarını hesaplayan araştırmacılar, her hanede ortalama 5 kişinin yaşadığını kabul ederek hane sayısını 5 katsayısıyla çarpmak suretiyle yerleşme nüfuslarını tahmini olarak hesaplamaktadır (Göğünç, 1979). Buna göre Alanya'nın merkez nüfusunun 1844 yılında 2.345 kişi olduğu anlaşılmaktadır. Bu nüfusun 570'ini tarımda çalışanlar, 315'ini üretimin herhangi bir sermayeye ihtiyaç duyulmadan doğrudan emek gücüne bağlı olarak gerçekleştirdiği emek yoğun faaliyetlerle uğraşanlar ve 245'ini dericilikle işgal edenler oluşturmuştur. Bu meslekler dışında; ticaret ve nakliyecilik, dükkân esnafları, denizcilik, balıkçılık, güvenlik ve dokumacılık gibi meslekler de diğer meslekler arasında yer almıştır (Karagedik, 2007). Selçuklu dönemindeki imar faaliyetlerinden ve 1844 yılına ait Temettuat defterlerinden hareketle Alanya'nın Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde

birbirinden farklı meslek gruplarının yer aldığı bir iş ve ticaret alanına sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Alanya, 1960'lı yıllarda turizm sektörüne yönelik gerçekleşen yatırım ve teşvikler sayesinde hızlı bir gelişim sürecine girmiş ve otel sayılarında artışlar meydana gelmiştir (Şekil 2). Turizmin gelişme hızının konaklama tesislerinin hızından fazla olması ihtiyacı karşılayamamış ve böylece ev pansiyonculuğu gündeme gelmiştir (Yetkin, 2002). Turizm Bakanlığının 1970'li yıllarda turistik faaliyetleri desteklemek ve teşvik etmek amacı ile sıfır faizle sunmuş olduğu kredi imkânları, ev pansiyonculuğunun hızla gelişmesini sağlamış ve yaklaşık on yıl sonra söz konusu pansiyonların sayısı 135'e yükselmiştir. Alanya'nın gerek doğu gerekse

batı kesimleri, 1982 yılında "Turizm Teşvik Kanununun" çıkarılması sayesinde turizm bölgesi (merkezi) olarak kabul edilmiş ve "Güney Antalya Gelişim Projesi" kapsamında yatırımlar hız kazanmıştır (Doğaner, 2001; Özgüç, 2007). Yabancı turistlerin bölgeyi daha iyi tanımaya başlaması ve bölgeye ilgi duyması neticesinde turizm sektörünü şehirle bütünleştirme imkânı sağlayan apart oteller hizmet vermeye başlamıştır. Önceleri dayalı döşeli daireleri kiralamak şeklinde başlayan bu süreç daha sonra şehir merkezinde turizme yönelik hizmet veren diğer sektörleri de (restoranlar vb.) canlandırmıştır (Doğan vd, 2010). Bu gelişmeler sayesinde Alanya'nın ticaret sahası gelişerek bir merkezi iş alanı özelliği kazanmaya başlamıştır.



Şekil 2- Alanya'nın 1958 yılı hava fotoğrafı ve 2020 yılı uydu görüntüsü (kaynak: HGM, USGS)

Figure 2- Aerial photographs of Alanya in 1958 and 2020 (source: HGM, USGS)

Alanya'da turizm sektöründe yaşanan gelişmelerin şehirleşme süreçlerine olan etkileri, nüfus artış hızı ve oranlarında, demografik verilerde ve şehrin yatay gelişim miktarlarında meydana gelen dikkate değer değişimlerle açıklanabilmektedir. Bu

değişimler 1982 yılında Turizm Teşvik Yasasının yürürlüğe girmesinden birkaç yıl sonra somut bir şekilde görülmeye başlanmıştır. Nitekim Alanya'da bütün sayım yılları içerisinde şehirli nüfus artış hızının en yüksek (% 120) olduğu dönem 1985-1990

devresidir. Şehir nüfusu, cinsiyet oranı (her 100 kadına karşılık gelen erkek oranı) bakımından en yüksek seviyeye (% 130) yine aynı dönemde ulaşmıştır. Şüphesiz bu durum turizm sektörünün yarattığı istihdam ile de yakından ilişkilidir. Alanya şehri, hava fotoğrafları üzerinden yapılan alan hesaplamalarına göre 1962-1989 devresinde yatay yönde yaklaşık 4 kat genişlemiştir. Şehrin alanı 1962 yılında 189 hektar iken 1989 yılında 739 hektara ulaşmıştır. Diğer yandan, 2000 yılı verilerine göre şehirde hizmetler sektörünü oluşturan faaliyet kolları içerisinde toptan ve perakende ticaret, lokanta ve oteller, inşaat sektörü, ulaşım ve haberleşme gibi turizm sektörüyle ilişkili faaliyet kollarında çalışanların şehirdeki toplam çalışan nüfusa oranları % 66,9 olmuştur (Dinç, 2020). Alanya ile ilgili ortaya konulan bu veriler, Alanya'nın özellikle turizm teşvikleri sonrasında turizm sektörünün doğrudan etkileriyle hızlı bir gelişim süreci içerisine girdiğini açıkça göstermektedir. Şehrin hızla büyüyen gelişmesi şüphesiz merkezi iş alanının da gelişmesini sağlamıştır.

Alanya merkezi iş alanının bugünkü sınırları; doğuda Hacet Deresi, kuzeyde Şevket Tokuş Caddesi, güneyde Damlataş, İskele ve İzzet Azakoğlu Caddeleri, batıda ise Kum Sokak ve Şirinevler Sokağının Atatürk Bulvarıyla kesiştiği alandan oluşmaktadır. Bu sınırların belirlenmesinde, şehir merkezinde çarşı ve çevresinde yer alan ticarethanelerin yanı sıra tamamı veya en azından iki katı işyerine dönüştürülmüş ikametgâh sahaları dikkate alınmıştır. Atatürk Bulvarı üzerinde batıya doğru hareket edildiğinde binaların hemen her katının birer işyeri olarak kullanıldığı, Kum Sokaktan itibaren ise batıya doğru turizm tesislerin (oteller) yayılım gösterdiği dikkati çekmektedir. Şehrin doğusunda, Hacet Deresi doğal bir sınır olarak merkezi iş alanını sınırladırsa da, derenin doğusundan itibaren Ahmet Tokuş Bulvarı boyunca otellerin yer aldığı görülmektedir. Alanya merkezi iş alanı, 82 hektardır. Bu alan toplam şehir alanının (2.186,8 ha.) % 3,7'sini oluşturmaktadır.

Alanya, turizm sektörünün doğrudan etkisiyle nüfusun hızla artmasına bağlı olarak merkezi iş alanlarında meydana gelen fonksiyonel değişimleri

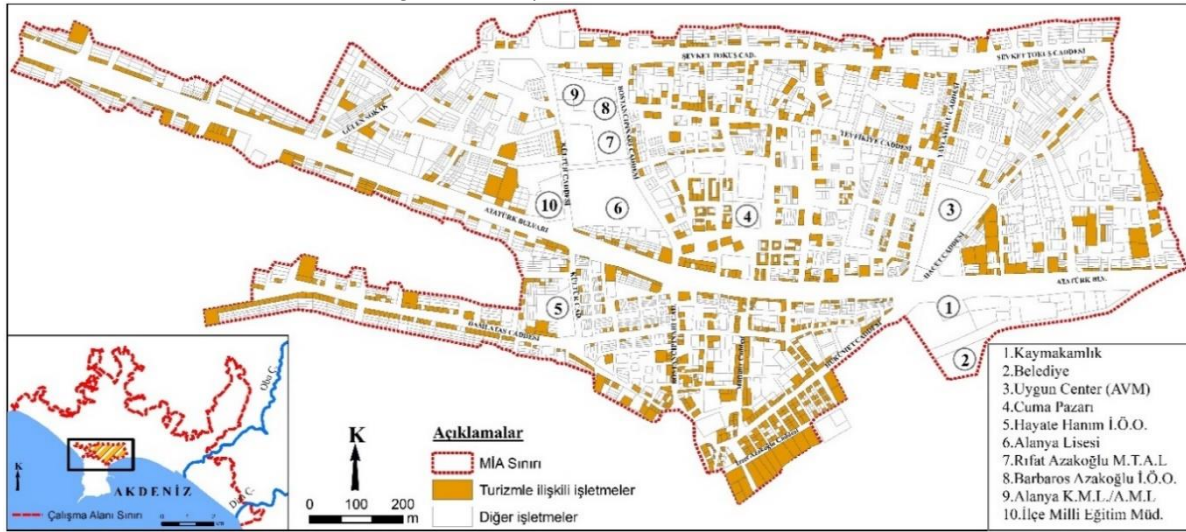
tecrübe edinmiş bir şehirdir. Alanya'nın şehir fonksiyonları içerisinde turizmin hâkim bir rol üstlenmeye başlaması, merkezi iş alanında turizm odaklı faaliyet kollarının gelişmesini beraberinde getirmiştir. Nitekim arazi çalışmaları neticesinde oluşturulmuş olan merkezi iş alanı haritasından hareketle işyerleri, faaliyet kolları bakımından değerlendirildiğinde bu durum daha iyi anlaşılmaktadır. Merkezi iş alanındaki iş yerleri; perakende ticarete, periyodik ihtiyaçlara, mobilya-mefruşat gibi ihtiyaçlara, yeme, dinlenme ve eğlenme hizmetlerine, küçük sanayi ve imalat hizmetlerine, büro hizmetlerine, ulaşım ve sağlık hizmetlerine ve banka/sigorta hizmetlerine göre sınıflandırılmıştır⁴. Alanya merkezi iş alanı sınırları içerisinde toplam 2.105 işyerinin faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Bunlardan 744'ü periyodik ihtiyaç, 320'si yeme-dinlenme ve eğlenme, 252'si mobilya-mefruşat ve hediyelik eşya gibi ihtiyaçlar, 203'ü ise küçük sanayi ve imalat ve 123'ü perakende ihtiyaç kapsamında hizmet sunmaktadır. Diğer yandan 283 işyeri büro hizmetleri, 92 işyeri sağlık hizmetleri, 49 işyeri ulaşım hizmetleri ve 39 işyeri ise banka ve sigorta hizmeti kapsamında faaliyet göstermektedir (Şekil 3). Bu çalışmada, turizm sektörünün merkezi iş alanı ile olan ilişkilerini ortaya koyabilmek için bütün işletmeler yerine turizm sektörüyle ilişkili olabileceği düşünülen işletmeler sınıflandırılmıştır.

Turizm ile ilişkili olabilecek sektörler içerisinde, merkezi iş alanında 369 giyim, 159 restoran, 127 ayakkabı/çanta dükkânı, 107 berber/kuaför, 75 kafe/bar, 70 hediyelik eşya dükkânı, 62 kuyumcu, 46 emlak ofisi yer almaktadır (Şekil 4 ve Tablo 1). Alanya şehrindeki otellerden 38'inin ve seyahat acentelerinden 31'inin merkezi iş alanında yer alması turizmin etkilerini somut bir şekilde yansıtmaktadır. Yine döviz bürosu, dövmeci dükkânları ve turizm danışma ofisleri gibi turizmle doğrudan ilişkili olan işletmelerin varlığı da iş sahasındaki turizm faaliyetleri hakkında fikir vermektedir (Fotoğraf 1). Diğer yandan, Alanya merkezi iş alanında tespit edilen 2.105 işyerinden 1.221'inin (% 58) turizm sektörüyle ilişkili olması ticari faaliyetler içerisinde turizmin önemini ortaya koymaktadır.

⁴ Bu sınıflandırma yapılırken Karaboran (1989)'dan yararlanılmıştır.



Şekil 3- Alanya merkezi iş alanı
Figure 3- Alanya central business district



Şekil 4- Alanya merkezi iş alanında turizmle ilişkili işletmelerin dağılışı
Figure 4- Distribution of tourism related businesses in Alanya central business district

Tablo 1- Alanya merkezi iş alanında turizmle ilişkili işletmelerin dağılışı
Table 1- Distribution of tourism related businesses in Alanya central business district

Faaliyet Türü	İşyeri Sayısı	Faaliyet Türü	İşyeri Sayısı	Faaliyet Türü	İşyeri Sayısı
Giyim	369	Emlakçı	46	Dövmeci (Tatto)	14
Restoran	159	Otel	38	Kuruyemişçi	13
Ayakkabı/Çanta	127	Seyahat Acentesi	31	Oto Kiralama	6
Berber/Kuafor	107	Optik	31	Hamam	3
Kafe/Bar	75	Kozmetik	26	Turizm Danışma	2
Hediyelik Eşya	70	Saatçi	23		
Kuyumcu	62	Döviz Bürosu	19	Toplam	1.221



Fotoğraf 1- Alanya merkezi iş alanında turizmle ilişkili bazı ticari işletmeler

Photograph 1- Some businesses associated with tourism in the Alanya central business district

Şehir yerleşmelerinde arazi kullanımı ile arazi değerleri arasında doğrudan bir ilişki vardır. Rayiç değer olarak bilinen ve m² fiyatı olarak ortaya konulan arazi değerleri genel olarak merkezden çevreye doğru azalmaktadır. Merkezi iş alanlarında araziye duyulan talebin fazla olması fiyatların da yüksek düzeyde olmasına sebebiyet vermektedir (Uzuneminoğlu, 1992). Kuzeyde Toros Dağları yükseltileri ile güneyde Alanya Kalesi arasında yer alan Alanya'da, şehrin özellikle kuzey-güney yönündeki yayılışı topoğrafik faktörlerden dolayı sınırlıdır. Bu durum şehir merkezini daha da önemli hale getirmektedir. Alanya Belediyesi Rayiç Bedel Sorgulama Veri Tabanından 2020 yılına ait arazi değerlerinin haritalandırılması neticesinde en yüksek arazi değerlerinin tarihi yarımadanın hemen kuzeyindeki merkezi iş alanında olduğu görülmektedir. Turizme yönelik ekonomik faaliyetlerin merkezi iş alanında toplanma eğilimi göstermesinin yanı sıra bu sahanın doğusunda ve batısında kıyı boyunca uzanan otellerin varlığı rayiç değerinin yüksek olmasının başlıca sebeplerini oluşturmaktadır.

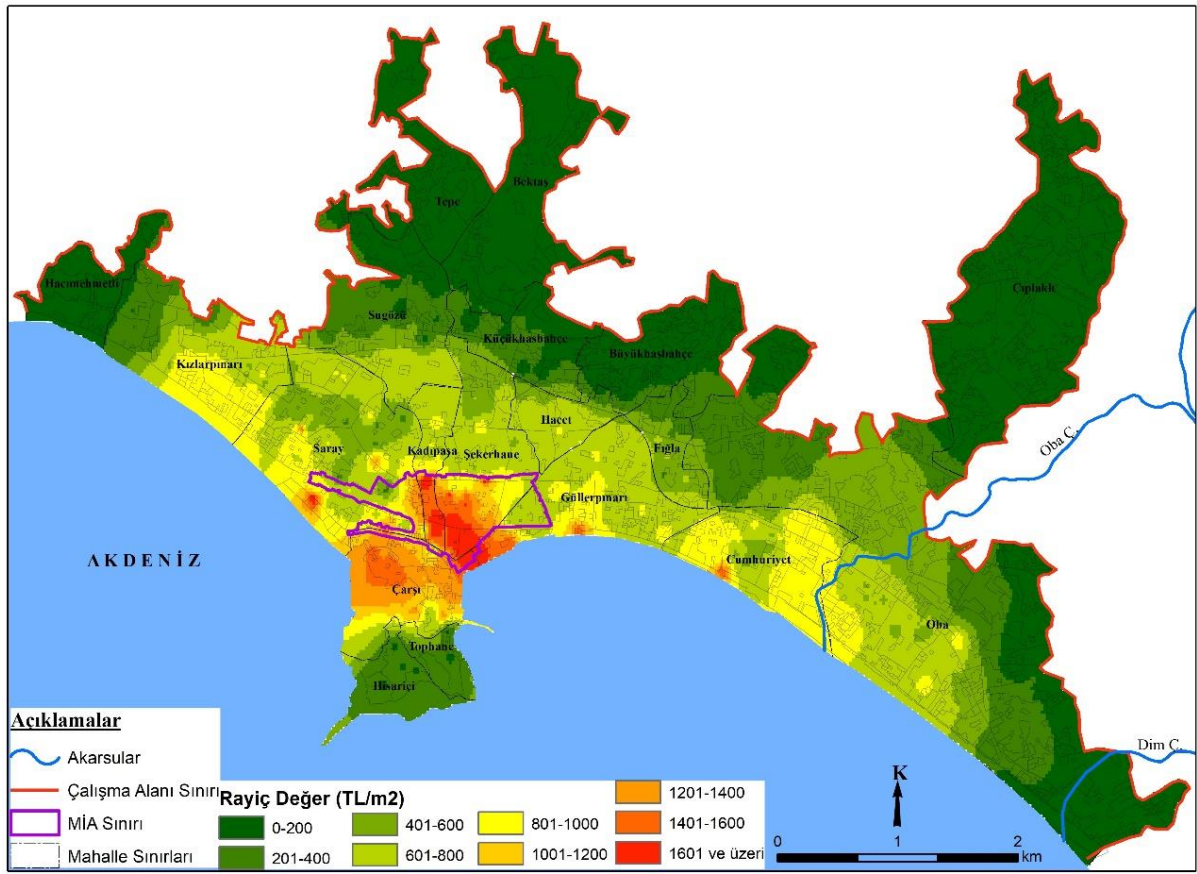
Alanya merkezi iş alanında arazi değerlerini gösteren harita incelendiğinde, Atatürk Bulvarı ve

Şevket Tokuş Caddesi gibi işlek caddelerin yanı sıra şehrin adeta kalbi durumundaki Çarşı ve yakın çevresinde arazi değerleri diğer yerlere oranla daha yüksektir (Şekil 5). Orta Çarşı Sokaktan Kaymakamlığa uzanan cadde, Hükümet Caddesi ve İzzet Azakoğlu Caddesi şehirde rayiç bedeli en yüksek olan alanlardır. Bu alanlarda arazi değeri metrekaşe başına 1.867 TL'dir. Söz konusu caddelerde belediye tarafından hizmete açılan iki katlı dükkânların yaygın olması, Alanya Kaymakamlığı ve Alanya Belediyesinin bu sahada yer alması ve sahanın sahile oldukça yakın bir konumda bulunması, arazi değerinin yüksek olmasının başlıca sebeplerini oluşturmaktadır. Diğer yandan Çarşı Mahallesi'nin sınırları içerisinde yer alan Rıhtım Caddesi de arazi değerlerinin yüksek olduğu bir diğer caddedir. Bu caddede rayiç değer 1.556 TL'dir.

Alanya merkezi iş alanının form (biçim), arazi kullanımı, fonksiyonel yapı ve arazi değerleri gibi özellikleri bir bütün olarak değerlendirildiğinde turizm sektörü ile ticaret sahasının gelişimi arasında doğrudan bir ilişkinin olduğu açıkça görülür. Bu durum, Getz (1993)'in bir çalışmasında önermiş olduğu "Turizm İş Alanı" kavramının Alanya merkezi

iş alanı için de kullanılabileceği konusunda fikir vermektedir. Nitekim çeşitli bilimsel çalışmalarda bu kavram (model), turizm şehirlerinin özelliklerini taşıyan bazı yerleşmelerin merkezi iş alanlarını, geleneksel merkezi iş alanlarından ayırt etmek amacıyla kullanılmıştır (Getz, 1993; Griwati vd, 2013). Getz, turizm iş alanı kavramını özellikle turizm odaklı şehirselleşme gösteren, yıl boyunca turizm faaliyetlerinin görülebildiği, turizm aktivitelerinin şehirlerin belirli bir semtine değil tamamına yayıldığı, ticari faaliyetlerin belirli bir odak (konsantrasyon) noktası oluşturduğu yerleşmeler için

kullanmıştır. Diğer yandan turizm iş alanlarının geleneksel merkezi iş alanlarından ayrı bir gelişim gösterebildiği gibi, bu sahalarla mekânsal açıdan bütünleşebileceğini de belirtmiştir. Getz, turizm iş alanlarında fonksiyonel özellikler bakımından bir değerlendirmede de bulunmuş, rekreasyonel iş alanlarından farklı olarak büroların, idari binaların, sosyal ve kültürel tesislerin, ulaşım ile ilgili işletmelerin ve önemli alışveriş merkezlerinin turizm iş alanlarında yer alabileceğini ifade etmiştir (Getz, 1993).



Şekil 5- Alanya’da turizmin arazi değerleriyle ilişkisini gösteren harita (2020)

Figure 5- Map explaining the relationship between tourism and land values in Alanya (2020)

Alanya’da turizm faaliyetlerinin şehrin geneline dağılması, merkezi iş alanında turistlere yönelik hizmetlerin yoğunluk kazanması, bu sahanın turistler için bir cazibe merkezi olması gibi faktörler Alanya merkezi iş alanının turizm iş alanı özelliklerini taşıdığını göstermektedir. Alanya’da turizm sektörünün günlük yaşam, sosyal hayat ve ekonomik faaliyetler bakımından şehirle yıl boyunca ilişki içerisinde olması ve Südaş’ın da belirttiği gibi yerleşik yabancıların özellikle Alanya ilçe

merkezinde (şehirden) yaşamayı tercih etmeleri merkezi iş alanının turizm odaklı gelişimini teşvik etmektedir (Südaş, 2005). Ayrıca yabancıların Türkiye’de en çok mülk edindikleri iller içerisinde Antalya’nın İstanbul’dan sonra ikinci sırada yer alması ve yabancıların turizm şehirlerinde kalıcı olmak istemeleri merkezi iş alanlarında turist/turizm odaklı eğilimleri artırabilmektedir (Mutluer ve Südaş, 2005). Bu özelliklerin yanı sıra, geleneksel merkezi iş alanlarında sıklıkla karşılaşılan emlak

ofisi, mali müşavir ve hukuk bürosu gibi ofisler, idari fonksiyona hizmet eden binalar ve çeşitli kültürel tesisler Alanya merkezi iş alanında da yer almaktadır. Böylece Alanya merkezi iş alanının turizmle iç içe olduğu anlaşılmaktadır.

3.2. Manavgat Şehrinin İş ve Ticaret Alanları (MİA/RİA)

Manavgat ve Side, antik dönemden XXI. yüzyılın başlarına kadarki süreçte birbirinden bağımsız birer yerleşme olarak varlığını sürdürmüştür. Side, İlkçağdan günümüze kadar ticari faaliyetler bakımından önemli merkezlerden biri olarak dikkat çekmiştir. Texier'in belirttiği gibi Side, İlkçağ'da sahil ve iç kesimlerden toplanan ticari malların bir ambarı durumunda olmuştur. Ancak Ortaçağ'da Arapların Antalya'nın bütün Akdeniz ticaretini ele geçirmesiyle eski önemini yitirmiş ve terk edilmiştir (Texier, 2002). Side'den ayrı olarak, Manavgat'ın (D-400 karayolunun kuzeyi) yerleşme çekirdeğini Hisar Mahallesi sınırları içerisinde yer alan Hisar (Zindan) Kalesi oluşturmuştur. Manavgat Çayı'nın deniz ile iç kesimler arasında irtibatı sağlaması, ulaşım faaliyetleri bakımından kolaylık sağlaması ve bu çayın batı kıyısında yer alan kalenin savunma bakımından önemli olması, Manavgat'ın gelişimini teşvik etmiştir (Karaca, 2009).

Manavgat'ın XX. yüzyılın başlarında Manavgat Çayı'nın batısındaki birkaç hane ve doğusunda ise Düşenbe adıyla bilinen bir yerleşmenin büyümesi ile meydana geldiği bilinmektedir (Şekil 6). Belirtilen dönemde, Manavgat Çayı'nın doğu yakasında Pazartesi günleri semt pazarının kurulmasından dolayı buraya Düşenbe⁵ (Pazartesi) denilir. Bu nedenle Manavgat Çayı'nın doğu yakası Osmanlı döneminden günümüze kadar Pazarcı veya Pazarcık ismiyle de anılmaktadır (Tunçdemir, 1973; Arıncı, 2006). Yukarıpazarcı ve Aşağıpazarcı mahalleleri sınırları içerisinde gelişen bu ticaret sahası, 1930'lu yıllarda Manavgat köprüsünün inşa edilmesiyle birlikte çayın batı yakasına doğru genişlemiştir. Böylece, Yukarıpazarcı, Aşağıpazarcı, Yukarıhisar ve Aşağıhisar mahalleleri arasında kalan bugünkü Manavgat merkezi iş alanı teşekkül etmeye başlamıştır.

Manavgat merkezi iş alanının sınırları incelendiğinde; Manavgat çayının doğu yakasında, Manavgat Köprüsünden doğuya doğru İbrahim Sözen Caddesi boyunca Şehit Halil İbrahim Mudul Kavşağına kadar olan saha, merkezi iş alanının doğu sınırını oluşturmaktadır. Manavgat Çayının hemen doğusunda yer alan Kordon Caddesinden, kuzeye doğru Fatih Parkı ve Manavgat Belediyesinin bulunduğu saha merkezi iş alanının kuzey sınırını belirlemektedir. Sahanın güney sınırı, Antalya Caddesinden Demokrasi Bulvarı boyunca çevreyoluna kadar uzanmaktadır. Antalya Caddesinden Hastane Caddesine doğru Hüseyin Öz Efendi Bulvarına kadar olan saha ve Türk Beleni güneyinden Antalya Caddesi boyunca Manavgat Adalet Sarayına kadar uzanan saha, merkezi iş alanının batıya doğru birer devamı niteliğindedir. Bu sınırlardan hareketle, merkezi iş alanı 52 hektar alan kaplamaktadır. Bu alan toplam şehir alanının (3.851,6 ha.) % 1,3'ünü oluşturmaktadır.

Manavgat merkezi iş alanı sınırları içerisinde 1.459 işyerinin faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Bunlardan 408'si periyodik ihtiyaçlar, 180'i küçük sanayi ve imalat hizmeti, 178'si yeme-dinlenme ve eğlenme, 136'sı mobilya-mefruşat gibi ihtiyaçlar ve 114'ü perakende ihtiyaçlar kapsamında hizmet sunmaktadır. 367 işyeri büro hizmeti, 10 işyeri hırdavat, 20 işyeri ulaşım hizmeti, 117 işyeri sağlık hizmeti ve 46 işyeri ise banka ve sigorta hizmeti kapsamında faaliyet göstermektedir. Manavgat merkezi iş alanına yönelik gerçekleştirilen arazi çalışmalarında, söz konusu işletmelerin turizm sektörüyle olan ilişkilerinin oldukça zayıf olduğu görülmüştür. Bu durum her şeyden önce turistlere yönelik hizmetler sunan işletmelerin sayılarının azlığı ile ilgilidir. Nitekim merkezi iş alanında 9 hediyelik eşya dükkânı, 6 otel, 5 döviz bürosu ve 3 dövmeçinin yer aldığı dikkati çekmiştir⁶. Diğer yandan merkezi iş sahasında yabancı dilde yazılmış işletme isimlerine, reklam tabelalarına ve fiyat etiketleri üzerindeki yabancı para birimlerine (euro-dolar) oldukça seyrek rastlanması turizme yönelik bir eğilimin tam anlamıyla gerçekleşmediğini göstermektedir.

Turizm sektörünün Side'de gelişmesinin dönüm noktalarından birini 1960'lı yıllarda Dünya genelinde duyulmaya başlanan *Hippi* hareketinden etkilenen gençlerin uzak doğuya göçleri sırasında

⁵ Farsça bir kelimedir. Düşenbe, kelime anlamı olarak "Pazartesi" anlamına gelir. Pazartesi günleri kurulan mahalle pazarlarının bulunduğu yere Düşenbe adı verilir.

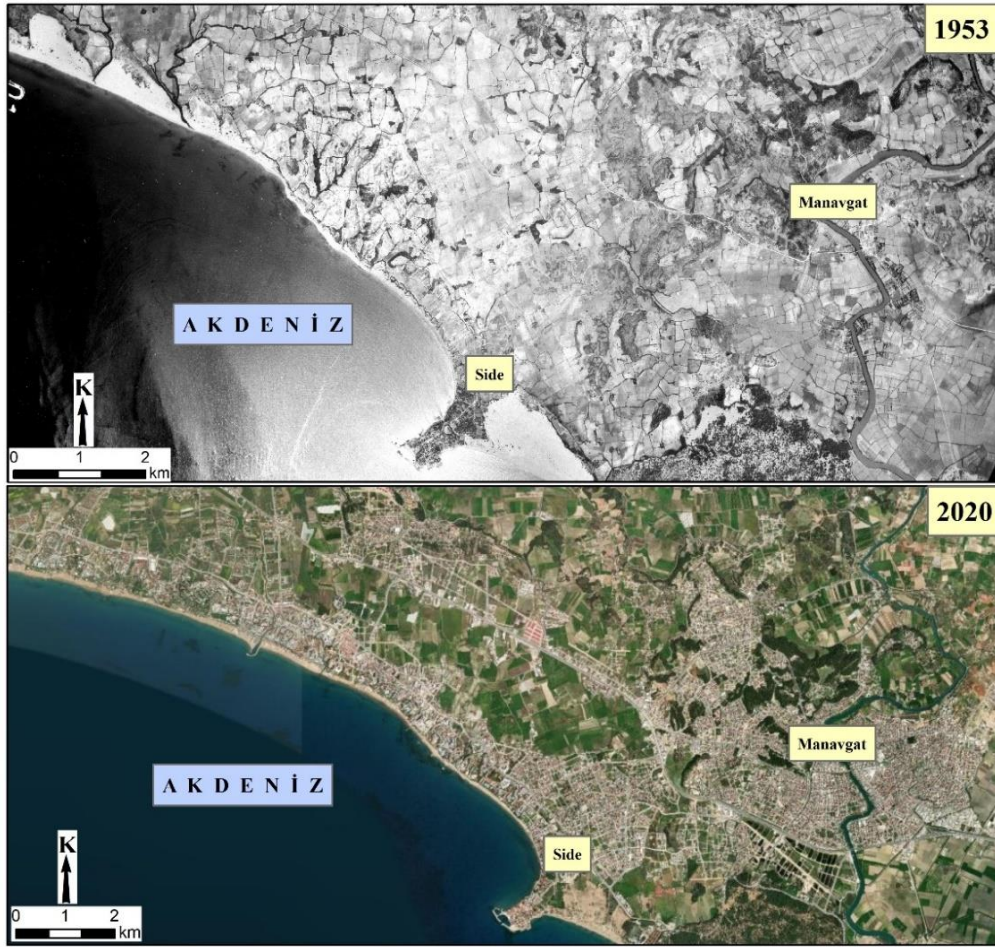
⁶ Bu bölümde, Manavgat merkezi iş sahasının turizm sektörüyle ilişkilerinin oldukça zayıf olması nedeniyle merkezi iş sahası haritasına yer verilmemiş, sadece işletme sayıları belirtilmiştir.

Side'ye uğramaları ve burada konaklamalarıdır. Side'ye yönelik gerçekleşen yoğun Hippi akımı neticesinde önceleri onları kendi evlerinde misafir eden Side halkı, daha sonraları ev pansiyonculuğunda deneyim kazanmaya başlamıştır. Giritli göçmenlerin birkaç otel ve pansiyon ile başlattıkları turizm macerası, daha sonraki yıllarda hız kazanmış ve yabancı tur firmaları Side'ye yoğun ilgi göstermeye başlamışlardır (Turan vd., 2018).

Side'de turizm sektörünün gelişim üzerinde 1982 yılında çıkarılan Turizm Teşvik Yasası'nın ve "Side (Doğu Antalya) Turistik Gelişim Projesinin" önemli etkileri olmuş ve bu sayede Side, bir turistik çekim merkezi olarak daha fazla dikkat çekmeye başlamıştır (Doğanay ve Zaman, 2013: 48). Şüphesiz bu gelişmeler, Manavgat'ın şehirleşme süreçlerini hızlandırmıştır. Nitekim Manavgat'ın nüfus gelişiminde, nüfusun cinsiyet ve yaş yapısında, göç verilerinde, nüfusun ekonomik sektörlere dağılımında, şehrin mekânsal gelişiminde, arazi kullanımında ve şehir fonksiyonlarında meydana gelen önemli gelişmelerin özellikle 1980'lerden

sonra hız kazanması, Manavgat'ta turizm-turizm teşvik yasası-turizm projeleri ve şehirleşme ilişkilerini açıkça ortaya koymaktadır (Akengin ve Dinç, 2020). Manavgat'ta meydana gelen turizme bağlı şehirleşme süreçleri, iş ve ticaret alanlarının da büyüüp genişlemesini beraberinde getirmiştir.

Side'de tarihi yarımada üzerinde kurulup gelişen ticaret sahası biçim (form), fonksiyon ve arazi kullanımı bakımından Manavgat merkezi iş alanından oldukça farklı özelliklere sahiptir. Bunun en önemli sebeplerinden biri, Side'nin doğrudan turizm yatırımları ve teşvikleri sayesinde gelişmesidir. Diğer yandan 2000'li yıllara kadar Side ve Manavgat'ın mekânsal bakımdan birleşip bütünleşmemesi ve turizm planlamaları içerisinde her iki yerleşim sahası arasında bütünleşik turizm planlamalarının benimsenmemesi ticaret sahalarındaki farklılıkların bir diğer sebebini oluşturmaktadır (Şekil 6). Manavgat merkezi iş alanı geleneksel merkezi iş alanlarının karakteristik özelliklerini yansıtırken, Side'de ise ticari faaliyetler doğrudan turizm odaklı olarak gelişmiştir.

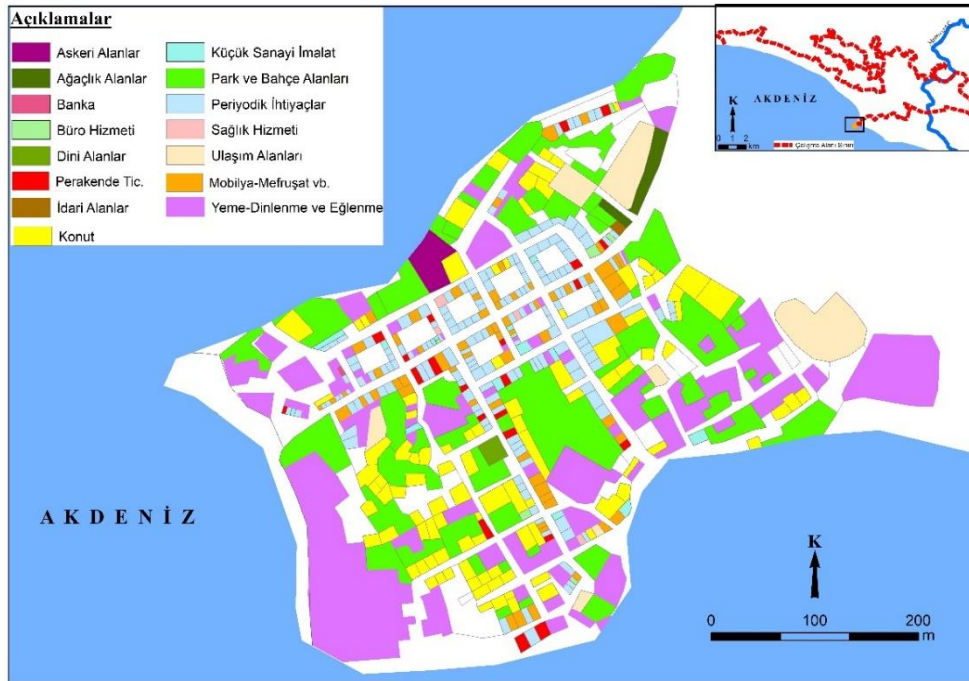


Şekil 6- Manavgat ve Side'nin 1953 ve 2020 yılı hava fotoğrafları (kaynak: HGM, USGS)
Figure 6- Aerial photographs of Manavgat and Side in 1953 and 2020 (source: HGM, USGS)

Side, 1950'li yılların sonlarında kadar Selimiye olarak adlandırılan bir köy yerleşmesi durumundadır (Akengin ve Dinç, 2020). Side'nin 1953 yılına ait hava fotoğrafı incelendiğinde sadece tarihi yarımada üzerinde yerleşilmiş olduğu ve bu yarımada'nın doğu ve batı kesimindeki kıyı kesiminin tamamen boş arazilerden oluştuğu dikkati çekmektedir. Turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte konaklama tesislerine yönelik yapılaşmalar da hız kazanmış, sahil şeridi boyunca turistik tesislerin hızla çoğaldığı görülmüştür (Şekil 6). Kıyı turizminin gelişmesine bağlı olarak kıyıya olan talep bir taraftan otellerin sayılarının artmasına neden olurken, diğer yandan tarihi yarımada doğrudan turizm faaliyetlerine ve turistlere yönelik hizmet verecek olan bir iş ve ticaret alanı olarak planlanmıştır (Akengin ve Dinç, 2020). Böylece yarımada'da turist odaklı olan ve daha çok mevsimlik olarak faaliyet gösteren giyim, hediyelik eşya, dövme, kafe-bar ve mücevher-takı gibi dükkânların sayıları zamanla artmıştır. Nitekim tarihi yarımada üzerinde Antik Side yer almaktadır. Antik Side'nin yer aldığı sahanın sit alanı olması nedeni ile burada çok katlı

yapılaşmaya izin verilmemektedir. Dolayısı ile bu saha konaklama tesisleri yerine bir iş ve ticaret alanı olarak gelişmiştir.

Side'de, tarihi yarımada üzerinde yer alan faaliyetler incelendiğinde, bu sahada 399 işyerinin faaliyet gösterdiği dikkati çeker. Bunlar içerisinde periyodik ihtiyaçlar kapsamında 170 işyeri, yeme-içme ve dinlenme kapsamında 119 işyeri, uzun süreli ihtiyaçlar kapsamında 67 işyeri, perakende ihtiyaçlar kapsamında 22 işyeri ve bunların dışında da farklı faaliyet kollarında hizmet sunan işyerleri bulunmaktadır (Şekil 7, Şekil 8 ve Tablo 2). Periyodik ihtiyaçlar kapsamında hizmet sunan giyim dükkânları (104), ayakkabı ve çantacılar (51), mücevher ve takıcular (26); yeme-dinlenme ve eğlenme kapsamında hizmet sunan otel, müze vb. gibi turizm tesisleri (50), restoranlar (41), kafe ve barlar (21) doğrudan turistlere yönelik faaliyet göstermektedir. Diğer yandan hediyelik eşya satan dükkânlar (19), dövmeciler (6) ve döviz büroları (6) da turistlere yönelik hizmet sunan dükkânlar arasındadır (Fotoğraf 2).



Şekil 7- Side rekreasyonel iş alanı

Figure 7- Side recreational business district



Şekil 8- Side rekreasyonel iş alanında turizmle ilişkili işletmeler

Figure 8- Tourism-related businesses in the Side recreational business district

Tablo 2. Side rekreasyonel iş alanında turizmle ilişkili işletmeler

Table 2- Tourism-related businesses in the Side recreational business district

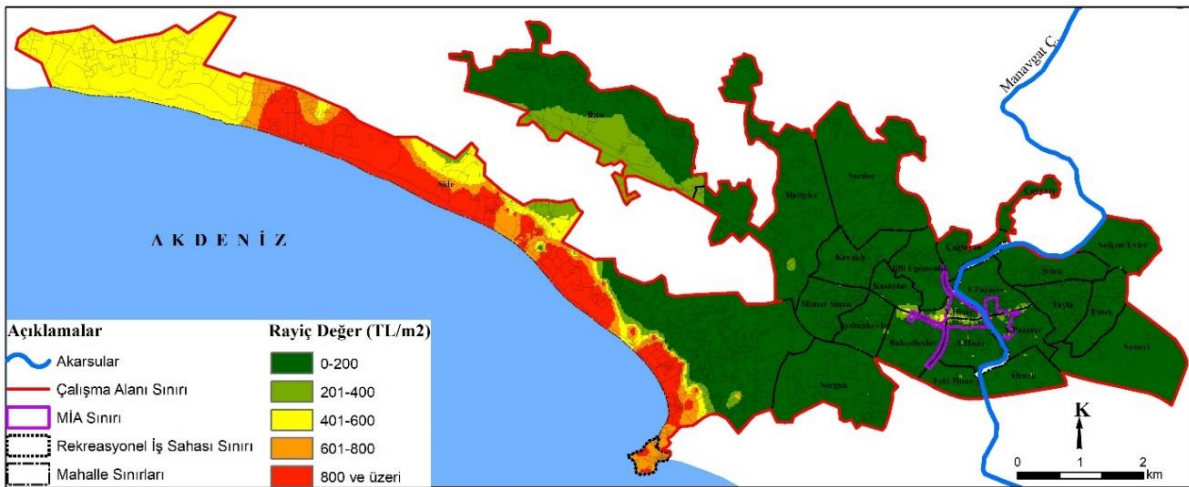
Faaliyet Türü	İşyeri Sayısı	Faaliyet Türü	İşyeri Sayısı	Faaliyet Türü	İşyeri Sayısı
Giyim	104	Hediyelik Eşya	19	Dövmeci	6
Ayakkabı/Çanta	51	Saatçi	12	Kozmetik	4
Otel-müze	50	Kuaför	8	Emlakçı	1
Restoran	41	Kuruyemişi	8	Seyahat Acent.	1
Mücevher/Takı	26	Optik	7	Oto kiralama	1
Kafe/Bar	21	Döviz bürosu	6	Toplam	366

Manavgat şehrinde arazi kullanımı ile arazi değerleri arasındaki ilişki incelendiğinde, arazilerin metrekare fiyatlarının düzenli bir dağılım göstermediği dikkati çeker. Özellikle Manavgat şehrinin D-400 karayolu kuzeyinde kalan kesimi ile Side ve batı kıyılarında arazi fiyatları birbirinden oldukça farklıdır (Şekil 9). Şehrin D-400 karayolu (çevre yolu) kuzeyinde kalan kesiminde en pahalı araziler, merkezi iş alanında yer almaktadır. Merkezi iş alanı sınırları içerisinde Manavgat Köprüsü'nün batı yakasında yer alan Antalya Caddesi, Hastane Caddesi ve Demokrasi Caddesi, doğu yakasında yer

alan İbrahim Sözen, Fevzipaşa ve Atatürk Caddeleri metrekare fiyatı en fazla olan arazilerdir. 2020 yılı itibarıyla Antalya Caddesinin m² fiyatı 522 TL, İbrahim Sözen Caddesinin fiyatı 497 TL, Hastane Caddesinin fiyatı 387 TL, Demokrasi Bulvarının fiyatı 387 TL, Fevzi Paşa ve Atatürk Caddelerinin fiyatı ise 385 TL'dir. Antalya Caddesi üzerinde Manavgat Kaymakamlığının olması, bu caddenin tarihi köprüyle irtibat sağlaması, Manavgat'ın en eski okulunun yer alması ve bankaların oldukça yoğun olması Antalya Caddesinin metrekare fiyatını arttıran başlıca etmenlerdir.



Fotoğraf 2- Side rekreasyonel iş alanında turizmle ilişkili bazı ticari işletmeler
 Photograph 2- Some businesses associated with tourism in the Side recreational business district



Şekil 9- Manavgat'ta turizmin arazi değerleriyle ilişkisini gösteren harita (2020)
 Figure 9- Map explaining the relationship between tourism and land values in Manavgat (2020)

Şehir sınırları içerisinde, m² fiyatı en fazla olan araziler, tarihi yarımada üzerinde ve Side'nin batı kıyılarında yer almaktadır (Şekil 9). Side'de, tarihi yarımada'nın doğu kenarında yer alan Barbaros Caddesi ile batısında yer alan Liman Caddesi, şehirdeki en pahalı arazilerdir. Barbaros Caddesinin metrekare fiyatı 1.236 TL olup, Liman Caddesinin metrekare fiyatı ise 1.132 TL'dir. Tarihi yarımada ve

batı kıyıların en yüksek arazi değerlerine sahip olması her şeyden önce bu sahanın konaklama tesislerinin yoğun olduğu bir yer olması, kıyı kesiminin önemli bir talep görmesi ve antik Side'nin tarihi ve kültürel turizm bakımından çekicilikler sunması ile ilişkilidir. Bu özellikler Side'yi Akdeniz bölgesinin en önemli turizm merkezlerinden biri haline getirmiştir.

Side’de yarımada üzerinde faaliyet gösteren ticaret sahası; yerleşme formu, fonksiyonel özellikler ve arazi kullanımı bakımından incelendiğinde bu sahanın *Rekreasyonel İş Alanlarının* genel özelliklerini taşıdığı görülür. Her şeyden önce Side ticaret sahası, konaklama tesislerinin yoğun olduğu bölgede yer almaktadır. Turizmin gelişmesinden önceki süreçte yarımada ve batı kıyıları tamamen boş durumda iken, turizm faaliyetleri ile birlikte kıyı kesimi boyunca yoğun bir yapılaşma meydana gelmiştir. Ticaret sahası, turistlerin rahatlıkla erişebilecekleri bir lokasyonda yer almaktadır. Ticaret sahasında daha çok mevsimlik olarak faaliyet gösteren dükkânlar yer almaktadır. Turist odaklı hizmetler sunan hediyelik eşya satıcıları, döviz büroları, dövmeciler (tatto), eğlence mekânları vb. gibi işletmeler yoğunluktadır. Tarihi ve kültürel öneme sahip Antik Side, turistik tesisler ve kıyı boyunca yer alan plajlar turistler için önemli birer cazibe merkezleridir (Fotoğraf 3a/3b). Kıyı kesiminde, kara taşıtlarından farklı olarak yaya yolları ve yürüyüş parkurları yer almaktadır (Fotoğraf 3c/3d). Bütün bu özellikler yarımada ticari faaliyetlerin doğrudan turizm odaklı geliştiğini açıkça göstermektedir.



Fotoğraf 3- Side rekreasyonel iş alanından görünüm (a): Apollon tapınağı, b: Rekreasyonel faaliyetlere yönelik turistik tesisler, c: Trafik kısıtlamasını gösteren tabelalar, d: Sahilde yürüyüş yolu)

Photograph 3- Views from Side recreational business district (a: Temple of Apollo, b: Tourist facilities for recreational activities, c: Signs showing traffic restriction, d: Walkway on the beach)

3.3. İş ve Ticaret Alanlarının Karşılaştırmalı Olarak Değerlendirilmesi

Turizm bakımından önemli merkezler arasında yer alan bazı yerleşmeler, turizmin gelişmesinden önceki süreçte birer köy, kasaba veya şehir olarak varlıklarını sürdürürlerken, bazıları ise herhangi bir

yerleşmenin olmadığı tamamen kıyı kumsallarından oluşan sahalarda doğrudan turizm faaliyetleriyle birlikte kurulup gelişebilmektedir (Barret, 1958). Turizm sektörünün geliştiği sahalarda daha önceden var olan veya doğrudan turizmin etkisiyle kurulup gelişen yerleşmelerde, turizmde yaşanan gelişmelere bağlı olarak özellikle kıyı boyunca mekânsal genişlemeyi beraberinde getirmektedir (Smith, 1991).

Alanya ve Manavgat, 1960’lı yıllarda turizm sektörüne yönelik gerçekleşen yatırım ve teşvikler sayesinde hızla gelişmiş ve özellikle deniz turizmine bağlı olarak kıyıya yönelik gerçekleşen yoğun talep, turizmin gelişmesini teşvik etmiştir. 1960’lı yılların Alanya’sı, yarımada ve yarımada’nın hemen kuzeyinde gelişim gösteren ve nüfusu 10.000’i aşan bir yerleşme olarak ön plana çıkmıştır. Belirtilen dönemde Çarşı mahallesinin sınırları içerisinde yer alan ticarethaneler, bugünkü ticaret sahasının çekirdeğini oluşturmuştur. Kıyıda yaklaşık 5 km içeride yer alan Manavgat 1960’lı yıllarda, tarımsal faaliyetleri ön planda olan ve aynı zamanda çevresindeki kırsal yerleşmelerin ihtiyacını karşılayan, kırsal karakterli bir yerleşme olarak gelişme göstermiştir. *Hippilerin* tarihi yarımada’ya ilk defa uğramasından önceki süreçte Selimiye adıyla bilinen bir köy olan Side’de ise turizmin gelişmesiyle birlikte, yerleşmenin üzerinde kurulduğu yarımada’daki konutlar yerini ticarethanelere bırakmış ve kıyı boyunca inşa edilen otellerin sayıları her geçen yıl artmıştır (Akengin ve Dinç, 2020).

Turizm merkezleri geliştikçe, sahil şeridi turistik özellikleri ön planda olmayan ve turizmin gelişmesinden önceki dönemlerde de var olan yerleşim sahasıyla kaynaşabilmektedir. Bu yerleşim sahası, kıyı bölgesiyle mekânsal açıdan bütünleştikten sonra, turizme yönelik fonksiyonlara sahip olabileceği gibi, bu fonksiyonları tam anlamıyla yansıtmayabilir (Barret, 1958; Meyer-Arendt, 1990). Manavgat ve Side, 2000’li yıllara kadar birbirlerinden tamamen bağımsız bir mekânsal gelişim göstermiş ve daha sonraki süreçte her iki yerleşme mekânsal açıdan birleşmiştir (Şekil 6). Ancak Manavgat, zamanla Side’yi de içerisine alacak şekilde bir mekânsal gelişim göstermiştir. Side’de yoğunlaşan turizm aktiviteleri Manavgat şehir merkezinde kendine yeterince yer bulamamıştır. Dolayısıyla Manavgat merkezi iş alanı geleneksel merkezi iş alanlarının karakteristik özelliklerini taşıırken, Side’de tarihi yarımada üzerinde doğrudan turistlere yönelik hizmetler sunan bir rekreasyonel iş alanı gelişmiştir. Alanya’nın ticaret sahası ise, turizme yönelik faaliyet gösteren işletmelerin merkezi iş

alanında toplanma eğilimi göstermesi nedeniyle bir turizm iş alanı haline gelmiştir.

Sayfiye yerleşmelerinde uzun sahiller, rekreasyonel iş alanlarının sahil boyunca gelişmelerini teşvik ederken, nispeten kısa sahil şeridi ise, ticaret sahalarının konsantrasyonu arttırır (Smith, 1991). Side’de yarımada’nın doğu kesiminde Sorgun ormanlarının yer alması, Manavgat çayının denize döküldüğü sahada belirli dönemlerde taşkınların meydana gelmesi, kıyı boyunca mekânsal gelişimin batı yönünde olmasına zemin hazırlamıştır (Akengin ve Dinç, 2018). Diğer yandan Alanya şehrinin batısında topoğrafik bir engelin varlığı, kuzeyinde ise arazideki eğim değerlerinin kısa mesafelerde artış göstermesi, kıyı boyunca meydana gelen mekânsal gelişimin daha çok doğu yönünde yayılmasına yol açmıştır. Söz konusu mekânsal gelişimlerin ticaret sahalarına olan etkileri incelendiğinde, Side’de rekreasyonel iş alanının yanı sıra, kıyı boyunca yer alan oteller arasında ticaret sahalarının (bazaar) yer aldığı görülür. Alanya’da ise topoğrafyanın etkisiyle sahil şeridinin daha kısa olması, kıyı boyunca gelişen ticaret alanları yerine merkezi iş alanının turizm odaklı gelişmesini sağlamıştır.

Alanya ve Manavgat’ta yer alan ticaret alanları fonksiyonel özellikler bakımından karşılaştırıldığında; turistlere yönelik hizmetler sunan oteller, eğlence merkezleri, döviz büroları, hediyelik eşya satıcıları ve dövmeciler (tatto) gibi ticari işletmelerin Manavgat merkezi iş alanında yok denecek kadar az olduğu, Side rekreasyonel iş alanında ise bu gibi faaliyetlerle uğraşanların sayısının arttığı dikkati çekmektedir. Taylor (1975), yapmış olduğu bir çalışmada rekreasyonel iş alanlarında yer alan bütün işletmelerden en az % 50’sinin turistlere yönelik hizmetler sunan ticarethanelerden oluşması gerektiğini belirtmiştir (Zhu vd, 2017). Bu durum dikkate alındığında, Side rekreasyonel iş alanı içerisinde yer alan 399 ticarethanelerin 366’sı (% 91) turizm sektörüyle ilişkili olan faaliyet kolları ile ilişkilidir. Alanya merkezi (turizm) iş alanında, Side’de olduğu gibi turizmle ilişkili faaliyetler yoğunlaşmıştır. Nitekim merkezi iş alanında yer alan 2.105 ticarethanelerin 1.221’i (% 58) turizmle ilişkili faaliyet kollarından oluşmaktadır. Bu durum, Alanya merkezi iş alanının, Side rekreasyonel iş alanından farklı olarak hem yerel halkın hem de turistlerin ihtiyaçlarını karşıladığını, geleneksel merkezi iş alanının turizm sektörüyle iç içe geçtiğini ve *turizm iş alanı* niteliği kazandığını göstermektedir.

Alanya turizm iş alanı, Manavgat merkezi iş alanı ve Side rekreasyonel iş alanı metrekare başına düşen arazi değerleri bakımından karşılaştırıldığında

önemli farklılıkların olduğu dikkati çeker. Bilindiği gibi şehirlerde geleneksel merkezi iş alanları arazi değerlerinin maksimum olduğu yerlerdir. Ancak, Alanya turizm (merkezi) iş alanının geleneksel merkezi iş alanlarından farklı olan özelliklerinden biri, iş alanında turizm sektörüne yönelik faaliyetlerin fazla olmasıdır. Bununla birlikte Alanya şehrinin topoğrafik faktörlerden dolayı Manavgat’a göre daha dar bir alanda yoğun bir yapılaşmaya sahne olması arazi değerlerinin daha yüksek olmasına neden olmuştur.

Sayfiye yerleşmelerinde rekreasyonel iş alanları genellikle sahile paralel, bir yürüyüş parkurunun (gezinti yolunun) hemen ardında gelişir ve önde gelen otel ve dükkânları içerir. Bunun ötesinde, turistik fonksiyonların yoğunluğu ve arazi değerleri, rekreasyonel iş alanlarından uzaklaştıkça azalır (Boniface ve Cooper, 2005). Side’yi de bünyesine katarak genişleyen ve günümüzde Side ile mekânsal açıdan birleşmiş olan Manavgat şehrinin sınırları içerisinde arazi değerlerinin en yüksek olduğu alan Alanya’da olduğu gibi merkezi iş alanı değil, Side rekreasyonel iş alanıdır. Alanya merkezi iş alanında metrekare başına düşen en yüksek arazi değeri Hükümet Caddesi ve İzzet Azakoğlu caddeleri olup bu caddelerin rayiç bedeli 1.867 TL’dir. Manavgat’ta en yüksek arazi değeri ise tarihi yarımada üzerinde rekreasyonel iş alanında yer alan Barbaros ve Liman caddeleridir. Barbaros caddesinin rayiç bedeli 1.236 TL, Liman caddesinin rayiç bedeli ise 1.132 TL’dir.

Tartışma ve Sonuç

Şehirlerde birbirinden farklı arazi kullanım şekilleri vardır. Bu arazi kullanım şekillerinin kendi aralarında bir uyum olduğu gibi, turizm şehirlerinin önemli bileşenleri arasında yer alan konaklama tesisleri ve ticarethaneler de gelişigüzel bir dağılışı göstermemektedir. Coğrafyacılar, turizm fonksiyonunun beraberinde getirdiği özel şehir morfolojilerine ve fonksiyonel yapıdaki değişimlere 1930’lu yıllarda dikkat çekmeye başlamıştır. Belirtilen dönem ve daha sonraki yıllarda özellikle İngiltere, ABD ve Kanada’nın turizm şehirlerini konu edinen çalışmalar yapılmıştır. Söz konusu çalışmalarda turizm-şehirleşme ilişkileri çeşitli değişkenlerle açıklanmış olmakla birlikte mekân kullanımındaki farklılıklar üzerinde de sıklıkla durulmuştur. Turizm şehirleşmesinin özellikle merkezi iş alanları, rekreasyonel iş alanları ve turizm iş alanları gibi ticaret alanları üzerindeki şekillendirici etkilerini konu alan çalışmaların sayıları artış göstermiştir.

Barret (1958), İngiltere ve Galler'deki 80 sayfiye yerleşmesini incelediği doktora tezinde, söz konusu yerleşmeleri biçim (form) ve fonksiyonel özellikler bakımından incelemiş, bir sayfiye yerleşmesinin başka bir sayfiye yerleşmesiyle veya turizm sektörü açısından herhangi bir öneme sahip olmayan yerleşmelerle fiziksel açıdan birleşip bütünleşebileceğini ileri sürmüştür. Barret, bu mekânsal bütünleşmeyi "*Urban Twinning*" olarak adlandırmıştır. Yapmış olduğu çalışmada iki sayfiye yerleşmesinin mekânsal açıdan birleşmesine Sandown-Shanklin, Hasting-St Leonards örneklerini vermiştir. Diğer yandan bir sayfiye yerleşmesinin ikametgâh sahalarıyla veya sanayi ve ticari faaliyetleriyle ön plana çıkan yerleşmelerle bütünleşmesine Southport-Bickdale-Walmer, Cleethorpes-Grimsby örneklerini vermiştir (Barret, 1958). Barret böylece, turizm-şehirleşme ilişkilerini farklı değişkenlerin yanı sıra iş ve ticaret alanlarının morfolojik (form) özelliklerini de dikkate alarak açıklama yoluna gitmiştir. Alanya ve Manavgat şehirlerinin iş ve ticaret alanlarını konu alan bu çalışmada, bir ticaret şehri olarak gelişen Manavgat'ın bir sayfiye yerleşmesi olarak gelişen Side ile mekânsal açıdan birleşip bütünleştiği tespit edilmiş, böylece Manavgat ve Side'nin Barret'in örnek olarak verdiği ikinci grup yerleşmelerle morfolojik bakımdan benzerlik gösterdiği anlaşılmıştır.

Stansfield, 1969 yılında yaptığı bir çalışmada ABD'nin New Jersey eyaletinin güneyinde yer alan dört sayfiye yerleşmesini form ve fonksiyon yönüyle incelemiştir. Yaptığı çalışmada, söz konusu yerleşmelerin lineer bir forma sahip olduklarını, rekreasyonel faaliyetlerin gerçekleştirildiğini ve turizm odaklı perakende ticaret hizmeti sunan işletmelerin yoğun olduğuna işaret etmiş ve bu şekilde gelişen ticaret sahalarını "*Rekreasyonel İş Alanı*" kavramı ile açıklamıştır. Bu kavram, Lavery (1971)'in İngiltere'nin bazı sayfiye yerleşmelerini, Pigram (1977)'in Avustralya'da Gold Coast'u ve Meyer Arendt (1990)'in Meksika körfezindeki bazı sayfiye yerleşmelerini ele aldıkları çalışmalarda da kullanılmıştır (Lavery, 1971; Pigram, 1977; Meyer Arendt, 1990). Stansfield, Central Ocean şehrini örnek vererek şehrin merkezi iş alanı ve rekreasyonel iş alanını harita üzerinde göstermiş, bu iki sahanın fiziksel olarak birbirinden ayrı olmalarına rağmen özellikle turizme yönelik hizmetler sunduğunu belirtmiştir. Alanya ve Manavgat şehirlerinin ele alındığı bu çalışmada ise, rekreasyonel iş alanlarına ait özelliklerin Side'de görüldüğü, Manavgat merkezi iş alanında turizm sektörüne yönelik eğilimlerin

oldukça yetersiz kaldığı, Alanya merkezi iş alanının ise iki ayrı ticaret sahası yerine turizm odaklı olan tek bir ticaret sahası şeklinde geliştiği belirlenmiştir. Dolayısı ile Rekreasyonel İş Alanı bakımından yukarıda belirtilen çalışmalarda ulaşılan sonuçlar ile Side'ye yönelik değerlendirmelerin benzer olduğu görülmektedir.

Mullins, 1990 yılında yaptığı bir çalışmada Avustralya'nın en önemli turizm şehirlerinden olan Gold Coast ve Sunshine Coast şehirlerini incelemiştir. Bu iki şehrin Avustralya'nın diğer büyük şehirlerinden farklı olan özelliklerini göstermek ve turizm sektörünün şehirleşme süreçlerine etkilerini açıklamak için çeşitli kriterler ileri sürmüştür. Mullins, Gold Coast ve Sunshine Coast şehirlerinin karşılaştırma yaptığı diğer Avustralya şehirlerinde olmayan yoğun bir turizm tesisi yapılaşmasına sahip olduklarını ve bu iki şehirde geleneksel merkezi iş alanlarının yer almadığını vurgulamıştır (Mullins, 1990; Işık ve Zoğal, 2017). Bu çalışmada, Side'de yoğunluk kazanan turizm faaliyetlerinin Manavgat şehir merkezinde oldukça yetersiz kaldığı ve bu nedenle şehrin merkezindeki iş ve ticaret alanının geleneksel bir merkezi iş alanı özelliği gösterdiği ortaya konulmuştur. Side'de yarımada üzerinde yer alan ticaret sahasının daha çok turizm ve turist odaklı hizmetler sunan rekreasyonel iş sahası özelliği gösterdiği belirlenmiştir. Alanya'da ise turizm sektöründen önce bir iş ve ticaret alanının var olduğu, turizmin gelişmesiyle birlikte bu alanda turizme yönelik faaliyetlerin zamanla arttığı ve işlevsel dönüşümlerin yaşandığı saptanmıştır.

Getz, 1993 yılında yapmış olduğu bir çalışmada ABD'nin Newyork şehri ile Kanada'nın Ontario şehirlerinde yer alan Niagara şelalelerinde turizme yönelik ticari faaliyetleri incelemiştir. Getz, bu çalışmasında turizm iş alanı teriminin, şehirlerin merkezi iş alanlarındaki fonksiyonlarla bağlantılı olarak, turist odaklı cazibe merkezlerini ve buralardaki hizmet yoğunluğunu tanımlamada kullanılabileceğini belirtmiş ve turizm iş alanlarının rekreasyonel iş alanlarından farklı olan özelliklerine işaret etmiştir. Turizm iş alanlarının sadece kıyı kesimlerindeki konaklama tesisleri ve ticarethanelerden oluşmadığını ve şehrin tamamı ile ilişkili olduğuna dikkat çekmiştir. Bu çalışmada ise Alanya'nın ticaret alanının geleneksel merkezi iş alanlarından farklı olarak turizm odaklı gelişme gösterdiği belirlenmiş, kıyı boyunca gelişen rekreasyonel iş alanlarından farklı olarak da merkezi iş alanının işlevsel bir dönüşüme uğradığı görülmüştür. Dolayısı ile Getz'in tespitleri ile Alanya

ve Side'ye yönelik bu çalışmada ulaşılan sonuçlar benzerdir.

Boniface ve Cooper, yapmış oldukları bir çalışmada tarihi merkezler söz konusu olduğunda, rekreasyonel iş alanlarının Avrupa şehirlerinin çoğunda bir kale, üniversite veya katedral üzerinde merkezlenen ve şehirlerin antik merkezine karşılık gelen sahalarda kurulup geliştiğini ileri sürmüşlerdir. Buna göre, koruma uzmanlarının çabalarının yoğunlaştığı yer burasıdır ve kostümlü rehberler veya tarihi olayların yeniden canlandırılması kullanılarak yapılan yorum, turistler için 'miras deneyimini' hayata geçirir (Boniface ve Cooper, 2005). Bu iki yazarın rekreasyonel iş alanlarının konumlarına yönelik tespitleri Alanya ve Manavgat örneğinde incelendiğinde, özellikle Side'nin benzer özellikler gösterdiği dikkati çeker. Nitekim rekreasyonel iş alanının tarihi yarımada üzerinde Antik Side'de gelişim göstermesi, Boniface ve Cooper'in tespitlerini destekler niteliktedir.

Ticaret sahalarında metrekare başına düşen arazi değerleri incelendiğinde gerek merkezi iş alanlarında gerekse rekreasyonel iş alanlarında arazi değerlerinin merkezden çevreye veya kıyıdan iç kesimlere doğru kademeli olarak azaldığı görülür. Murphy ve Vance, 1954 yılında ABD'nin dokuz şehrine yönelik yaptıkları çalışmada merkezi iş alanlarının, Boniface ve Cooper'ın 2005 yılında yaptıkları çalışmada ise rekreasyonel iş alanlarının en yüksek arazi değerlerine sahip alanlar olduğunu ve bu alanlardan uzaklaştıkça arazi değerlerinin düştüğünü belirtmişlerdir (Murphy ve Vance, 1954; Boniface ve Cooper, 2005). Alanya'da merkezi iş alanı, şehir genelinde rayiç bedelin en yüksek olduğu yerdir. Manavgat'ta ise, şehrin genelindeki en yüksek rayiç bedel, Side'nin üzerinde kurulduğu ve geliştiği tarihi yarımada ve batı kıyılarında olup, buradan iç kısımlara doğru gidildikçe arazi değerleri düşmektedir. Çevre yolunun kuzeyinde yine düşük olan rayiç bedel merkezi iş sahasında yeniden yükselmektedir. Bu araştırmadan rekreasyon iş alanlarındaki rayiç bedellerinin değişimi ile Murphy ve Vance ile Boniface ve Cooper'ın ulaştığı sonuçlara benzediği anlaşılmaktadır.

Öneriler

Kıyı turizmi ile iç kısımlardaki turizm türleri çeşitli organizasyonlar etrafında bütünleştirilmekte, kıyıları ve hinterlandı aynı anda kullanılmaktadır (Baykal vd, 2011). Ülkemizde, bu şekilde bazı

yerleşmelerin (Dikili-Bergama ve Ayvalık-Midilli) turizm yaklaşımlarıyla bütünleştirilmesine yönelik öneriler getiren çalışmalar vardır (Baykal, 2010; Baykal, 2011). Manavgat ve Side, mekânsal açıdan birleşip bütünleşmelerine rağmen turizm faaliyetleri şehrin geneline dengeli bir şekilde dağılmamıştır. Başka bir deyişle Manavgat'ta turizm denilince akıllara Side gelmektedir. Bu durum ticari faaliyetleri de etkilemiştir. Nitekim Manavgat merkezi iş alanı büyük ölçüde yerel halka hizmet veren geleneksel merkezi iş alanlarının özelliklerini yansıtırken, Side'de ise otellerin turistlere yönelik her türlü ihtiyacı sunması, turistlerin şehir merkezine yönelmesini engellemektedir. Bu nedenle turizm aktivitelerinin Side'den şehir merkezine yönlendirilmesi, turistlerin şehir merkeziyle sürekli irtibat halinde bulunmaları, çarşı ve pazarlardan alışveriş yapmalarının sağlanması ve şehirde kültürel yayılmanın birer unsuru olan kafe ve restoranların hizmete açılması, şehrin ve merkezi iş alanının turizm sektörüyle bütünleşmesini sağlayacaktır. Bu bütünleşmeyi gerçekleştirebilmek için, Manavgat Belediyesi, "*Nehirden Denize*" adı altında bir projeyi hayata geçirerek Manavgatlıları denizle, Side'deki turistleri ise Manavgat şehir merkeziyle buluşturmayı amaçlamaktadır. Bu girişimler başarıya ulaşırsa, her şey dâhil otellerde konaklayan veya sadece Side rekreasyonel iş alanında vakit geçiren turistlerin Manavgat merkezi iş alanında da vakit geçirmesi mümkün olacak, bu alanda turizme yönelik eğilimler artacak ve turizm faaliyetleri Alanya'da olduğu gibi şehrin geneline yayılacaktır.

Alanya merkezi (turizm) iş alanında, Manavgat merkezi iş alanından farklı olarak turistlere yönelik hizmetler sunan ticari işletmelerin sayısı oldukça fazladır. Bu nedenle Alanya merkezi iş alanında turistlerin ihtiyaç duydukları belli başlı ürünlerin pazarlanmasının yanı sıra Alanya ve çevresinde yetiştirilen tarımsal ürünlerin, geleneksel el sanatlarının ve hatta coğrafi işaret niteliği kazanan ürünlerin ticaretinin yapılması daha fazla teşvik edilmelidir. Bu durum, bir yandan turistler ile esnafın daha fazla kaynaşmasına ortam hazırlayacak, diğer yandan yöresel ürünlerin daha iyi tanıtılması yoluyla ülkemiz ekonomisine katkı sağlayacaktır.

REFERANSLAR

- Akengin, H. Dinç, Y. 2018. Şehirlerin yatay gelişimlerinde coğrafi faktörlerin etkisi: Manavgat örneği. *TUCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 532-550, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Akengin, H. Dinç, Y. 2020. Turizm sektörünün şehirleşmeye etkileri: Manavgat örneği. *International Journal of Geography and Geography Education*, 41, 199-220.
- Alanya Belediyesi, 2020. Arsa Metrekare Birim Değeri Sorgulama Sonuçları <https://www.turkiye.gov.tr/alanya-belediyesi-arsa-rayic-degeri-sorgulama>, (Erişim Tarihi: 10.10.2020).
- Arınç, K. 2006. *Türkiye'nin Coğrafi Bölgeleri (Kıyı Bölgeleri)*. Mega Ofset Matbaacılık, Erzurum.
- Arvidson, E. 1999. Remapping Los Angeles or taking the risk of class in postmodern urban theory, *Economic Geography*, 75 (2), 134-156.
- Barrett, J. 1958. *The seaside resort towns of England and Wales*. PhD Thesis, University of London.
- Battino, S. Borruso, G. Donato, C. 2015. Recreation tourist areas, an exam on recreational business districts in Olbia (Sardinia). *Computational Science and Its Applications*, Proceeding Part II, Canada.
- Baykal, F. 2010. *Ayvalık ve Midilli: Bir kültürel turizm projesine doğru*. Basılmamış Araştırma Raporu, Ege Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri, Proje No: 2007 EDB 003.
- Baykal, F. Emekli, G. Ataberk, E. (2011). Dikili ve Bergama turizmini bütünleştirmede coğrafi faktörlerin rolü. *Ege Coğrafya Dergisi*, 20 (1), 1-16.
- Boniface, B. Cooper, C. 2005. *Worldwide Destinations: The Geography Of Travel And Tourism*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Brent, M.T. 1997. *Coastal resort morphology as a response to transportation technology*. Unpublished Doctoral Thesis, Waterloo Üniversitesi.
- Cambridge Dictionary, 2020. Honky-Tonk, <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6z%C3%BCk/ingilizce/honky-tonk>, (Erişim Tarihi: 09.11.2020).
- Cimrin, H. 2017. Alanya turizminde ilk adımlar, <https://www.sabah.com.tr/akdeniz/2017/12/04/alanya-turizminde-ilk-adimlar>, Erişim Tarihi: 08.06.2018.
- Demir, E. Emekli, G. 2019. Geographical distribution of modern and postmodern accommodation supply: A case study of İzmir (Turkey). *Ege Coğrafya Dergisi*, 28 (1), 33-50.
- Dinç, Y. 2017. Antakya (Hatay) merkezi iş alanının (MİA) mekânsal gelişimi ve fonksiyonel yapısı. *Akademik Bakış Dergisi*, 61, 912-936.
- Dinç, Y. 2020. *Karşılaştırmalı bir şehir coğrafyası: Alanya ve Manavgat örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi.
- Doğan, H. Üngüren, E. Yelgen, E. 2010. Alanya turist profiline yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (3), 79-100.
- Doğaner, S. 2001. *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Çantay Kitapevi, İstanbul.
- Doğanay, H. Özdemir, Ü. Şahin, İ.F. 2013. *Genel Beşeri ve Ekonomik Coğrafya (5.Baskı)*. Pegem Akademi, Ankara.
- Doğanay, H. Zaman, S. 2013. *Türkiye Turizm Coğrafyası (4.Baskı)*. Pegem Yayınevi, Ankara.
- Doğanay, H. 2014. *Türkiye Beşeri Coğrafyası (4.Baskı)*. Pegem Akademi, Ankara.
- Emekli, G. 1998. *Bergama'da turizm ve sosyo-ekonomik etkileri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ege Üniversitesi.
- Emekli, G. 2018. Kent turizminde kültür ve yaratıcılık. *TUCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 469-489, İstanbul.
- Getz, D. 1993. Planning for tourism business districts. *Annals of Tourism Research*, 20 (3), 583-600.
- Giriwati, N. Homma, R. Iki, K. 2013. Urban tourism: Designing a tourism space in a city context for social sustainability. *The Sustainable City*, 1, 165-176.

- Göğünç, N. 1979. Hane değimi hakkında. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Dergisi*. 32, 331-348.
- Göney, S. 2017. *Şehir Coğrafyası I*. Beta Basımevi, İstanbul.
- Göney, S. 2017. *Şehir Coğrafyası II*. Beta Basımevi, İstanbul.
- Griffin, T. Hayllar, B. Edwards, D. 2008. Precinct Planning and Design, Management and Marketing: An Overview, In *City Spaces Tourist Places* (Eds, Griffin, T., Hayllar, B. and Edwards, D.) Elsevier, London.
- Gürbüz, A. 2001. XVI ve XVII. yüzyıllarda Alaiye kalesi. *Selçuklu Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 10, 207-226.
- Harvey, D. 2010. *Postmodernliğin durumu*. (Çev. S. Savran), Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Işık, Ş. 2005. Türkiye’de kentleşme ve kentleşme modelleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 57-71.
- Işık, Ş. Zoğal, V. 2017. Turizm kentleşmesi kavramı: Antalya örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*. 26 (2), 71-94.
- Kapan, K. 2018. *Turizm faaliyetlerinin şehirselleşmeye etkileri: Antalya örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Karaboran, H. 1989. Şehir coğrafyası ve şehirselleşme fonksiyonları. *Fırat Üniversitesi Dergisi*, 3 (1), 81-118.
- Karaca, B. 2009. *XV. ve XVI. Yüzyıllarda Manavgat Kazası*. Fakülte Kitapevi, Isparta.
- Karadağ, A. İncedere, L. (2020). Kentsel belleğin sürdürülebilirliği açısından İzmir’deki endüstri miras alanlarının önemi: Alsancak liman ardı bölgesi örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29 (1), 57-71.
- Karagedik, N. 2007. XIX. Yüzyıl Ortalarında Alaiye Merkezde İskân-Nüfus ve Mesleki Yaşam. *Alanya Tarih ve Kültür Seminerleri IV*. (Ed. Koçak) içinde, s. 232-250, Hür Ofset Yayıncılık, Alanya.
- Kaygalak, İ. Işık, Ş. 2007. Kentleşmenin yeni ekonomik boyutları. *Ege Coğrafya Dergisi*, 16, 17-35.
- Keleş, R. 2015. *Kentleşme Politikası (14.Baskı)*. İmge Kitapevi Yayınları, Ankara.
- Kongar, E. 2003. *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Li, L. Tao W. 2003. Spatial structure evolution of system of recreation business district. *Chinese Geographical Science*, 13 (4), 370-377.
- Liu, Y. 2014. Study on recreation function of urban recreational business district-A case study in Guangzhou, China, *Research on Humanities and Social Sciences*, 24 (4), 87-92.
- Lloyd, S. Rice, D.S. 1989. *Alanya (Alaiyye)*. (Çev. N. Sinemoğlu), Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, (Orijinal Basım Tarihi 1964).
- Maguire, J. 1995. *Using GIS to analyze leisure business districts in the Myrtle beach area of South Carolina*. Unpublished MA Thesis, University of South Carolina, United States.
- Manavgat Belediyesi, 2020. Sokak Rayiç Bedelleri Sorgulama Sonuçları, <https://ebelediye.manavgat.bel.tr/webportal/index.php> (Erişim Tarihi: 10.10.2020).
- Meyer-Arendt, K. J. 1990. Recreational business districts in Gulf of Mexico seaside resorts. *Journal of Cultural Geography*, 11(1), 39-55.
- Mowforth, M. Munt, I. 1998. *Tourism and Sustainability: New Tourism In The Third World*. Routledge, London.
- Mullins, P. 1990. Tourist cities as new cities: Australia’s Gold Coast and Sunshine Coast. *Australian Planner*, 28 (3), 37-41.
- Murphy, R.E. Vance, J.E. 1954. Delimiting the CBD. *Economic Geography*, 30 (3), 189-222.
- Murphy, R.E. Vance, J.E. Epstein, B.J. 1955. Internal structure of the CBD. *Economic Geography* 30, 21-46.
- Murphy, R.E. 2017. *The Central Business District*. Routledge, London-Newyork.
- Mutluer, M. Südaş, İ. 2005. Yabancıların Türkiye’de mülk edinimi: coğrafi bir yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*. 14, 45-55.
- Özgüç, N. 1977. Sayfiye yerleşmeleri: Gelişme ve başlıca özellikleri. *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, 22, 142-162.

- Özgüç, N. 2007. *Turizm Coğrafyası, Özellikler ve Bölgeler*. Çantay Kitapevi, İstanbul.
- Pigram, J. 1977. Beach resort and morphology. *Habitat International*, 2, 525-541.
- Redford, S. 2008. *Anadolu Selçuklu bahçeleri (Alaiyye / Alanya)*. (Çev. S. Alper), Eren Yayıncılık, İstanbul, (Orijinal Basım Tarihi 2008)
- Smith, R.A. 1991. Beach resorts: A model of development evolution. *Landscape and Urban Planning*, 21, 189-210.
- Soja, E. 2015. *Postmodern coğrafyalar*. (Çev. Y. Çetin), Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Stansfield, C.A. 1969. Recreational land use patterns within an American seaside resort, *The Tourist Review*, 24 (4), 128-136.
- Stansfield, C. A. Rickert, J. E. 1970. The recreational business district. *Journal of Leisure Research*, 4, 213-225.
- Südaş, İ. 2005. Türkiye'ye yönelik göçler ve Türkiye'de yaşayan yabancılar: Alanya örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi.
- Texier, C. 2002. *Küçük Asya (Coğrafyası, Tarihi ve Arkeolojisi)*. (Çev. A. Suat), Enformasyon ve Dökümantasyon Hizmetleri Vakfı Yayınları, Ankara, (Orijinal Basım Tarihi 2002)
- Timor, A. 2004. *Ayvalık: Bir Sayfiye Yerleşmesinin Gelişme Süreci*. Çantay Kitapevi, İstanbul.
- Tolun Denker, B. 1976. *Şehir İçi Arazi Kullanılışı*. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları No: 2054, İstanbul.
- Tunçdemir, O. 1973. *Manavgat: Tarih ve Turizm*. Manavgat Matbaası, Manavgat.
- Turan, A. Yılmaz, A. Yetgin, D. 2018. Bin Yıllık Uykusundan Uyanan Kent: Side. *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm, Kurumlar, Kuruluşlar, Turizm Bölgeleri ve Meslekler*. (Ed. Kozak) içinde, s. 237-262, Yıkılmazlar Yayınevi, İstanbul.
- Turut, H. Özgür, E.M. 2018. Klasik kent kuramlarından eleştirel kent kuramlarına geçiş bağlamında kentleri yeniden okumak, *Ege Coğrafya Dergisi*, 27 (1), 1-19.
- Tümertekin, E. 1967. İstanbul'un merkezi iş sahaları. *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, 8 (17), 18-37.
- Tümertekin, E. 1973. *Türkiye'de Şehirleşme ve Şehirsel Fonksiyonlar*. İstanbul Üniversitesi Yayınları (No:1840), Coğrafya Enstitüsü Yayınları (No:72).
- Uğur, A. ve Aliağaoğlu, A. 2018. *Şehir Coğrafyası*. Nobel Yayınevi, Ankara.
- Uzunçarşılı, İ. H. 1969. *Anadolu Beylikleri ve Akkoyunlu, Karakoyunlu Devletleri*. Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- Uzuneminoğlu, H. 1992. *Bir uygulamalı şehir coğrafyası: Samsun*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Wolfe, R. 1952. Wasaga beach-The divorce from the geographic environment. *Canadian Geographer*, 2, 57-66.
- Yaguang, S. 2011. Development and characteristics of central business district under the philosophy of health. *Procedia Engineering*, 21, 258-266.
- Yetkin, H. 2002. *Alanya: Dünden Bugüne Alanya'da Yaşam*. Çali Grafik Matbaacılık, İstanbul.
- Yücel, T. 1960. Türkiye'de şehirleşme hareketleri. *Türk Coğrafya Dergisi*, 20, 23-35.
- Zhang, R. Xi, J. Zhang, N. 2017. Study on the landscape pattern of Dalian Jinshitan national holiday resort in the context of tourism urbanization, *Chinese Journal of Urban and Environmental Studies*, 5 (3).
- Zhu H, Liu J. M. Chen C. 2015. A spatial-temporal analysis of urban recreational business districts: A case study in Beijing, China. *Journal of Geographical Sciences*, 25 (12), 1521-1536.
- Zhu, H., Liu, J., Liu, H., Wang, X., Ma, Y. 2017. Recreational business district boundary identifying and spatial structure influence in historic area development: A case study of Qianmen area, China. *Habitat International*, 63, 11-20.
- Zoğal, V. Emekli, G. 2017. Yaratıcı turizme kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26 (1), 21-34.