

## Turizm Krizleri Sonrası Yeniden Şekillenen Konaklama İşletmeciliği ve İkinci Konut Turizminin Geleceği

### The Future of Reshaped Accommodation Management and Second Home Tourism After Tourism Crises

Caner GÜÇLÜ 

<sup>a</sup>Bitlis Eren Üniversitesi, Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bitlis, Türkiye. [cguclu@beu.edu.tr](mailto:cguclu@beu.edu.tr)

#### MAKALE BİLGİSİ

#### ÖZET

##### Anahtar Kelimeler:

Covid-19  
İkinci Konut  
Yerel Halkın Tutumu

**Amaç** – Bu araştırmanın amacı, Alanya’da ikinci konut turizminin artan önemini incelemek ve bu turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini anlamak, özellikle Covid-19 sonrası dönemdeki gelişmeleri vurgulamaktır. Aynı zamanda, yerel halkın ikinci konut sahiplerine yönelik tutumlarını, algılarını ve karşılıklı ilişkileri değerlendirmek, ikinci konut turizminin Alanya’nın ekonomik yapısı üzerindeki etkilerini analiz etmek, yerel halkın endişelerini ve beklentilerini belirlemek, ikinci konut turizminin kentsel planlama, çevre sürdürülebilirliği ve altyapı üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu çalışma, Alanya’da ikinci konut turizmi ile ilgili daha derinlemesine bir anlayış geliştirme ve gelecekteki kentsel gelişim ve turizm politikalarına katkıda bulunma amacını taşımaktadır.

Gönderilme Tarihi 16 Ağustos  
2023

Revizyon Tarihi 24 Eylül 2023

Kabul Tarihi 26 Eylül 2023

**Yöntem** – Araştırmanın verileri, ikincil veri analizi yöntemi kullanılarak, doküman incelemesi yoluyla elde edilmiştir. Araştırmanın verileri Alanya’daki ikinci konut turizmi ile ilgili yerel halkın görüşlerini incelemeyi amaçlayan 147 yorumdan elde edilmiştir. Bu yorumlar, [www.yenialanya.com](http://www.yenialanya.com) ve [www.gazetealanya.com](http://www.gazetealanya.com) gibi yerel haber sitelerinde yayınlanan haberlerin altındaki yorumlardan seçilmiştir. Bu şekilde, Covid-19 sonrası ikinci konut turizmi hakkındaki yerel halkın düşüncelerini analiz etmek için elde edilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak ana tema ve alt temalar oluşturulmuştur.

##### Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

**Bulgular** – Bulgular, altı ana tema etrafında toplanmıştır. Yabancıların konut kiralaması ve emlak satın alması, Alanya’da kültürel etkileşimi artırmıştır, ancak yerel halk için konut kiralardaki artış ve mülkiyet erişimini zorlaştırmıştır. İkinci konut turizmi, emlak fiyatlarını artırmış, işsizliği etkilemiş ve yerel iş dünyasına yabancı rekabetini getirmiştir. Ayrıca, çevre sorunları ve yerel halkın endişelerini de artırmıştır.

**Tartışma** – Araştırmanın bulguları, Alanya’da ikinci konut turizminin yerel ekonomi, emlak piyasası, iş gücü ve çevresel dinamikler üzerinde önemli etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Yabancıların artan konut talebi, yerel konut kiralalarını artırmış ve bu durum ekonomik zorluklarla mücadele eden yerel halk için önemli bir sorun haline gelmiştir. Emlak fiyatlarının yükselmesi, mülkiyet erişimini kısıtlamış ve yerel halkın ekonomik refahını etkilemiştir. İşsizlik ve iş kayıpları, özellikle emlak sektöründe, yerel iş gücünün karşılaştığı zorlukları vurgulamaktadır. Ayrıca, çevresel sorunlar ve yerel halkın endişeleri, ikinci konut turizminin sürdürülebilirlik ve toplumsal uyum açısından da ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, Alanya’daki ikinci konut turizmi yönetimi ve politika oluşturulabilmesi için bilgi sağlamakta ve gelecekteki araştırmalar için temel oluşturmaktadır.

#### ARTICLE INFO

#### ABSTRACT

##### Keywords:

Covid-19  
Second Home  
Local People's Attitudes

**Purpose** – The aim of this research is to examine the increasing importance of second home tourism in Alanya and to understand the impacts of this tourism on the local community, especially highlighting the developments in the post-Covid-19 period. It also aims to assess the attitudes, perceptions and interrelationships of local people towards second home owners, analyze the effects of second home tourism on the economic structure of Alanya, identify the concerns and expectations of local people, and examine the effects of second home tourism on urban planning, environmental sustainability and infrastructure. This study aims to develop a more in-depth understanding of second home tourism in Alanya and contribute to future urban development and tourism policies.

Received 16 August 2023

Revised 24 September 2023

Accepted 26 September 2023

**Design/methodology/approach** – The study was conducted using secondary data analysis method. The data of the study was obtained from 147 comments aiming to examine the views of the local community on second home tourism in Alanya. These comments were selected from the comments under the news published on local news websites such as [www.yenialanya.com](http://www.yenialanya.com) and [www.gazetealanya.com](http://www.gazetealanya.com). In this

##### Article Classification:

Research Article

#### Önerilen Atıf/Suggested Citation

Güçlü, C. (2023). Turizm Krizleri Sonrası Yeniden Şekillenen Konaklama İşletmeciliği ve İkinci Konut Turizminin Geleceği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15 (3), 2491-2504.

way, existing data was used as secondary to analyze the opinions of local people about second home tourism after Covid-19.

**Findings** – The findings are organized around six main themes. Foreigners renting housing and buying real estate has increased cultural interaction in Alanya, but it has also increased housing rents and made access to property more difficult for locals. Second home tourism has increased property prices, affected unemployment and brought foreign competition to the local business community. Environmental issues and concerns of local people are also addressed.

**Discussion** – The findings of the study show that second home tourism in Alanya has significant impacts on the local economy, real estate market, labor force and environmental dynamics. The increasing demand for housing by foreigners has increased local housing rents, which has become a major problem for locals struggling with economic difficulties. Rising real estate prices have restricted access to property and affected the economic well-being of local residents. Unemployment and job losses, especially in the real estate sector, highlight the challenges faced by the local workforce. Furthermore, environmental issues and concerns of local residents raise important issues that need to be addressed in terms of sustainability and social cohesion of second home tourism. These findings inform the management and policy making of second home tourism in Alanya and provide a basis for future research.

## 1. GİRİŞ

Turizm sektörü turizm hareketlerinin başladığı ilk zamanlardan itibaren, turistik bölge ve destinasyonlarda önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Turizmin özellikle ekonomik anlamda yapmış olduğu olumlu katkı gerek yerel halkın gerekse hükümetlerin turizme yönelik desteklerini arttıran önemli bir faktör olmuştur (Nugroho ve Numata, 2020). Devlet teşvikleriyle turizm sektörü hızla gelişmeye ve çeşitlenmeye başlamıştır. İlk dönemlerde daha çok ulusal ölçekte gerçekleşen turizm faaliyetleri kitle iletişim araçları ve ulaşım teknolojileri alanında yaşanan gelişmelerle uluslararası alana yayılmıştır. Bu büyüme turizmin etkilerinin hacmini de büyütürken, sektörü daha hassas bir pozisyona taşımıştır. Doğal afetler, ekonomik ve siyasi krizler, salgınlar, terör saldırıları gibi olumsuz durumların sektör üzerindeki etkisi artmıştır. Bir başka ifade ile büyümenin doğasında olan kontrolün zorlaşması, dış tehditlere daha açık olma durumu turizm sektörünün temel problemleri arasına girmiştir (Sheldon ve Dwyer, 2010).

Küresel çapta yaşanan krizler turizm sektörü üzerinde büyük çapta olumsuzluklar meydana getirebilmektedir. Çünkü turizm yer değiştirme esasına dayalı bir sektördür. Turizm faaliyetlerine katılan kişiler yakın destinasyonları tercih edebildiği gibi kıtalar ötesi destinasyonlara da gidebilmektedirler (Doğru, Sırakaya-Türk ve Crouch, 2017). Böyle bir durumda güvenlik seyahat edenler açısından önemli bir faktör haline gelmektedir. Bu nedenle turizm talepleri genellikle gelişmişlik ve güvenlik imajı yüksek olan destinasyonlarda yoğunlaşmaktadır (Ghaderi, Saboori ve Khoshkam, 2017).

2019 yılı Aralık ayında Çin'in Vuhan şehrinde ortaya çıkan COVID-19 salgını, hızla tüm dünyaya yayılmıştır. 11 Mart'ta Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi ilan edilen salgının yayılma hızını düşürebilmek adına küresel çapta tedbirler alınmaya başlamıştır. Sokağa çıkma yasakları, seyahat kısıtlamaları, sektörel bazda faaliyetlerin durdurulması, maske ve mesafe zorunluluğu gibi alınan acil tedbirler sosyal ve ekonomik alanda işleyen tüm sistemleri durma noktasına getirmiştir (Jackson, Weiss, Schwarzenberg, ve Nelson, 2020). Özellikle seyahat kısıtlamaları ve ülkeler arası uçuşların durdurulması hem iç hem de dış turizm faaliyetlerinin tamamen askıya alınmasına yol açmıştır (Gössling, Scott ve Hall, 2020).

Pandemi sürecinde alınan tedbirler (Pillay ve Barnes, 2020) ve medya aracılığıyla yapılan haberler bireyleri zihinsel, ruhsal ve fizyolojik olarak etkilemiştir (Scopelliti, Pacilli, ve Aquino, 2021). Bunların sonucunda ise bireylerde bir takım davranışsal değişiklikler meydana gelmiştir. Sağlığı koruma temelli bu yeni davranış şekli eğitim, alış-veriş, yeme-içme alışkanlıkları, kişisel ilişkiler, iş hayatı, seyahat tercihi, tatil düşüncesi gibi birçok alanda kendisini göstermeye başlamıştır (Aydın ve Doğan, 2020).

Turizm ve tatil düşüncesi, bu süreçte bireylerin öncelikli olarak ertelediği veya tamamen vazgeçtiği planlarından birisi olmuştur. Pandeminin ortaya çıktığı ilk dönemde azalan turizm talebi, yayılma hızının arttığı dönemde alınan tedbirlerinde etkisiyle tamamen durmuştur. Söz konusu tedbirlerin gevşetilmeye başladığı dönemde yeniden canlanmaya başlayan turizm faaliyetlerine yönelik talepte artmaya başlamıştır (Kowalska ve Niezgoda, 2020). Ancak, turistlerin destinasyon ve tatil tipi tercihleri önemli ölçüde değişikliğe uğramıştır. Hijyen, temizlik, izolasyon, sosyal mesafe gibi kavramların hayata entegre olduğu ve yeni normal olarak adlandırılan süreçte, bu kavramlar davranışlara yön veren ana etkenler olarak ön plana çıkmıştır. Enfekte olma kaygısı taşıyan bireyler için kitle turizm faaliyetleri önemini yitirirken daha az kişiyle,

popülaritesi düşük alanlara olan talep artış göstermiştir. Pandemi önceki süreçte deniz ve sanatsal altyapısı bulunan destinasyonlara yönelik turizm talebi, pandemi sürecine doğa, yayla ve dağ gibi alanlara yönelmiştir (Osti ve Nava, 2020).

Covid-19 pandemisi ikinci konut turizmine olan talebin önemli oranda yükselmesinde önemli rol oynamıştır. Bireylerin enfekte olma riskinden uzak ve izole tatil talebi bu yükselişin ana etkenlerindedir (İnanır, 2021). İkinci konut turizmine yönelik mevcut talebin giderek artması ve gelecekte önemli turizm faaliyetlerinden birisi haline gelebilecek potansiyele sahip olması, bu alanda akademik çalışmalar yapılmasının önünü açmıştır (Zoğal, Domènech ve Emekli, 2020).

Bu çalışmada pandemi sürecinde değişen turist motivasyonu ve ikinci konutlara yönelik talebin değerlendirilmesi yapılacaktır. Turistlerin ikinci konutları neden tercih ettiği, bu tercihin geçici bir durum olup olmadığı, talebin devam edebilmesi için neler yapılması gerektiği üzerinde durulacak ve yapılan değerlendirme sonucunda önerilerde bulunulacaktır. İkinci konutların pandemi sonrası süreçte oynayacağı role ilişkin yapılacak çıkarımlar, başta turizm sektörü olmak üzere plan ve politika yapımcılar ve sektörün diğer paydaşları için bir yol haritası sunacaktır. Çalışmanın konusu itibarıyla pandemi sürecinde değişen turist davranışlarını anlama açısından literatüre de katkı sunması beklenmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Küresel Krizler, Turizm ve Değişen Turist Motivasyonu

Dünya tarihinde büyük ve küçük ölçekli krizler sürekli yaşanmaktadır. Ekonomi, siyaset/politika, sağlık, yönetim, doğa temelli yaşanan krizler insan hayatını ve var olan sistemleri doğrudan veya dolaylı yollarla etkilemektedir. Sistemlerin bu krizlerden etkilenme derecesi, krizlerin ölçeğine (ulusal, uluslararası, küresel) ve hacmine göre değişebilmektedir. Uluslararası veya küresel ölçekte faaliyet gösteren örgütler ve sistemler, genellikle bu krizlerden en fazla etkilenen taraflar olmaktadır. Turizm sektörü de bu sistemlerden birisidir.

Son 20 yılda yaşanan krizler ele alındığında ilk olarak 2001 yılındaki 11 Eylül terör saldırısı karşımıza çıkmaktadır. 2003 yılında ortaya çıkan SARS salgını, 2008/2009 yılında yaşanan küresel ekonomik kriz ve 2015 yılında meydana gelen MERS salgını yakın dönemde dünyayı etkisi alan ve turizm talebinde önemli düşümlere sebep olan küresel krizler olarak ön plana çıkmaktadır (Gössling, 2002; Hall, 2006). Bu tür kriz ortamları, uluslararası alanda seyahat eden kişilerin can güvenliklerini ön plana almalarına ve seyahat etmeme yönünde bir eğilim sergilemelerine neden olmaktadır (Gössling vd., 2020). Küresel kriz dönemlerinde turizme yönelik talebin düşüş göstermesi sektörün ve turizm talebinin hassasiyetini ortaya koymaktadır (Yenişehirlioğlu, Salha ve Şahin, 2016).

Yakın geçmişte yaşanan Covid-19 pandemisi, gerek etki alanı gerekse meydana getirdiği olumsuz etkiler açısından daha önce yaşanan krizlerden farklılaşmaktadır. Sağlıkla ilgili krizler başta olmak üzere, hiçbir kriz döneminde tüm sektörleri durma noktasına getiren ve tam kilitlenmeye neden olan bir sonuç ortaya çıkmamıştır. Covid-19'un olumsuz etkilerinin ulaşmış olduğu boyut, gerek iş dünyasını gerekse bireyleri farklı davranma mecburiyetinde bırakmıştır. İş yerleri ve kamu kurumları evden çalışmayı teşvik etmiş (Wang, Liu, Qian ve Parker, 2021), okullar evden eğitim modeline geçmiş (Daniel, 2020), lokanta ve restoranlar tamamen paket servis modeline geçmiş (Hassen, El Bilali ve Allahyari, 2020), bireysel ilişkilerde sosyal mesafe günlük hayata yerleşmiş (Romania, 2020) ve tüketici davranışlarında yeni rol kalıpları oluşmaya başlamıştır. "Yeni normal" olarak adlandırılan bu süreç, turistlerin tatil ve seyahat eğilimleri üzerinde de etkili olmuştur.

Uluslararası yapısı nedeniyle turizm sektörü, turistlerin güvenliği ön planda tutarak planlama yaptığı bir sektör konumundadır. Yapılan çalışmalarda da turistlerin güvenli alanları daha çok talep ettiğinin ortaya koyulmuştur (Ghaderi vd., 2017). Özellikle terör, doğal afetler ve salgın gibi tehditlerin söz konusu olduğu durumlarda güvenliğin ortadan kalkması, turistlerin tercihlerini doğrudan etkilemektedir. Covid-19 pandemisi de turistlerin tercihleri üzerinde son derece etkilidir. Jenkins, Andreu ve Bigne (2020) yapmış oldukları çalışmada, turistlerin tamamen hijyen ve sanitasyon ilkelerine göre tercih yaptığını açıkça ortaya koymuştur. Bununla birlikte turistlerin kalabalık destinasyonlar yerine bireysel tercihlere yöneldiği sonucuna ulaşılmıştır. Peric, Dramicanin ve Conic (2021), sağlık risklerinin söz konusu olduğu durumda turistlerin seyahat davranışını etkileyen beş faktör tespit etmiştir. Bunlar enfekte olma riski, finansal risk, psikolojik risk, varış noktası riski ve seyahat riskidir. Boto-Garcia ve Leoni (2021) ise pandemi sürecinde enfekte olmayan

kişilerin seyahat etmekten kaçındığı, pandeminin olumsuz etkilerine maruz kalan kişilerin ise nispeten seyahat eğiliminde olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Gürsoy ve arkadaşları (2021) tarafından yapılan çalışma sonuçları ise aşılama oranı arttıkça seyahat etmeye yönelik niyetinde arttığını göstermektedir. Bu sonuç, tatil planları içerisinde güvenliğin ne derece önemli olduğunu, güven ortamı oluştukça seyahat isteğinin de artış gösterebileceğini doğrulamaktadır. Turistlerin seyahat ve tatil tercihlerinde yaşanan değişim yeni turizm türlerinin oluşmasına da zemin hazırlamaktadır.

## 2.2. Covid-19 ve İkinci Konutların Geleceği

### 2.2.1. İkinci Konut Turizmi

İkinci konut turizmi, temelinde göç olayını barındıran ve turizmi yaşam biçimi haline dönüştürmeyi anlatan bir turizm formudur (O'Reilly, 2007). İkinci konut turistleri, daha rahat ve kaliteli bir yaşam sürmek amacıyla iklim, sağlık ve ulaşım alt yapısı, turizm olanakları, kamu hizmetleri, ev fiyatları, sosyo-ekonomik durum gibi değişkenleri dikkate alarak destinasyon tercihi yaparlar. Tatil konutlarını satın alma veya kiralama yoluyla edinen ikinci konut turistleri, yılın belirli bir bölümünü bu konutlarında geçirirler (Back ve Marjavaaa, 2017). İkinci konut turistleri, gittikleri destinasyonlarda yerel halk ile aynı binalarda veya muhitlerde yaşamakta, aynı yerlerden alışveriş yapmakta ve aynı restaurantta yemek yemekte dirler. Böylece, ikinci konut sahipleriyle yerel halk arasında sıkı bir ilişki ve etkileşim meydana gelmektedir. Söz konusu ilişki sosyal, kültürel ve ekonomik etkileşimi de beraberinde getirmektedir (Baltacı ve Çevirgen, 2020). Bu, ikinci konut turistlerini kısa süreli tatile gelen ve konaklamasına otelleri tercih eden turistlerden ayıran önemli bir özelliktir.

Özellikle Kuzey Avrupa ülkelerinde fenomen olan ikinci konut turizmi (Müller, 2007), bu alanda yapılan yatırımların artmasıyla dünyanın değişik coğrafyalarında da kendisini göstermeye başlamıştır. Uluslararası ikinci konut turizmi hareketliliğine katılan kişiler genellikle yüksek gelir grubunda bulunmaktadır. Ekonomik anlamda az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler bu kapsamda hedef ülke konumundadır. Turizm ve ulaşım alt yapısı gelişmiş olan bu destinasyonlar ekonomik anlamda da cazip konumda bulunmaktadır. Para değişim oranları açısından da avantajlı olan destinasyonlar, öncelikli konuma yükseltmektedir. Malezya (Wong, Musa ve Taha, 2017), Türkiye (Baltacı ve Çevirgen, 2020), Afrika ülkeleri (Visser ve Hoogendoorn, 2015) ikinci konut turizminin en fazla gelişim gösterdiği bölgeler olarak ön plana çıkmaktadır.

### 2.2.2. Covid-19 ve İkinci Konut Turizmi

Covid-19 pandemisi bireylerde enfekte olmaktan kaçınma iç güdüsünü tetiklemiştir. Hayatın her alanında değişikliklere neden olan pandemi, kaçınma içgüdüğü temelinde tatil davranışlarında da kendisini göstermektedir. İnsanlar, her ne kadar bu süreçte kendilerini koruma amacıyla hareket etse de, tatile çıkma veya rahatlama isteklerini bastıramamaktadır. Bu durum, insanın doğasında da var olan bir içgüdüdür (Özlem, 2010). Özgür olma ihtiyacı, insanlar açısından değerler başmağının ilk sırasındadır (Coşkun, 2013). Uluslararası seyahat kısıtlamalarının olduğu dönemde turistlerin iç turizm pazarına yönelmeleri ve tatil isteğinden vazgeçmemeleri bunun önemli göstergelerindedir (Kourgiantakis, Apostolakis ve Dimou, 2020). Yine Rahmanov ve arkadaşları (2020), yapmış oldukları çalışmada yasaklar bittikten sonra tatile çıkma isteğinin devam edeceğini ortaya koymuştur. Ayrıca, turistik gezilerin yeniden başlaması durumunda katılımcı grubun yarısından fazlasının sakin yerleri, arkadaşlarının evlerini veya ikinci konutları tercih edeceği sonucuna ulaşmışlardır.

Turistler kalabalık turlar yerine daha az katılımlı veya kişiye özel hizmet sunan tercihlere yönelmektedir (Kaushal ve Srivastava, 2021). Fiyat faktörü tercihlerde önemini kaybederken; kalite olgusu, sanitasyon riskleri, hijyen ve enfekte olma riski tatil tercihlerinde öncelikli konuma gelmiştir (Pappas ve Glyptou, 2021). İkinci konut turizmi izole ve kişiye özel olanaklar çerçevesinde imkanlar sunmaya olanak sağladığından, pandemi sürecinde önemli korunma alanları olarak görülmeye başlanmıştır. Bir kaçış noktası olarak görülen ikinci konutlara dünyanın birçok bölgesinde yoğun talep gösterilmesinin altında yatan ana motivasyon budur (Naumov, Varadzhakova ve Naydenov, 2020). Virüsün ilk yayılım evresinde, kalabalık şehirlerden nüfus yoğunluğu daha az olan yerlere doğru başlayan hareketlilik, ikinci konutları turizm faaliyetlerinin merkezine yerleştirmiştir (Zoğal, Domenech ve Emekli, 2020). Karavanlar, çadırlar, kırsal alanlarda konuşlanmış olan ikinci konutlar, turizm pazarında değerli hale gelmiştir (Baum ve Hai, 2020).

Seraphin ve Dosquet (2020), Covid-19 sürecinde ikinci konutlara olan talebi plasebo etkisiyle açıklamıştır. Çünkü ikinci konutlar turistler tarafında rahatlatma, iyi hissetme, özgür olma ve mutluluk gibi kavramlarla ilişkilendirilmektedir. Pandeminin insanlar üzerinde meydana getirdiği baskı, ikinci konutların zihinlerdeki imajı nedeniyle talebi bir anda bu yöne çevirmiştir. Aslında bu alanlarda meydana gelen yoğunluk, hem yerel halkın hem de tatilcilerin enfekte olma riskini de önemli ölçüde arttırmıştır. Ancak çalışmada, ikinci konutlara olan talebin pandemi sonrasında da devam edeceği önemle vurgulanmış ve buna yönelik tedbirlerin alınması gerektiği belirtilmiştir. Vaishar ve St'astna (2020), pandemi sürecinde ikinci konutların geçici çözümler olarak görüldüğünü, ancak yoğun talebin pandemi sürecinden sonrada devam etmesinin beklendiği sonucuna ulaşmıştır.

İkinci konutlara olan talep sonucunda bölgede oluşan yoğunluğun yerel halkın sağlığını riske atması, alt yapının taşıma kapasitesinin üzerinde kullanımına yol açması ve yerel hizmetlerde aksamaya sebep olması, yerel halkın ve yerel yönetimlerin tepkisini çekmiştir. Özellikle Avrupa ülkelerinde kişilerin ikinci konutları kullanmalarına yönelik kurallar ve kısıtlamalar getirilmiş ve bunlar internet ve haber siteleri aracılığıyla ilan edilmiştir (telegraph.co.uk). İtalya'da özellikle pandemi oranının çok düşük olduğu bölgelerde bireylerin ikinci konutlarına erişimleri kısıtlanmıştır (thelocal.it). İngiltere de benzer bir uygulamaya giderek vatandaşlarını tatil parklarına ve ikinci konutlarına gitmemeleri konusunda sık sık uyarmıştır (islandecho.co.uk). Türkiye'de ise başta Bodrum ve Marmaris olmak üzere ikinci konutların yoğun olarak bulunduğu destinasyonlara kitleler halinde seyahatler gerçekleşmiştir (tr.sputniknews.com). Yaşanan yoğunluğun başta sağlık hizmetleri olmak üzere yerel hizmetleri de önemli ölçüde aksatacağını düşünen yerel yönetimler, konut sahiplerini gelmemeleri konusunda uyarmıştır (hürriyet.com.tr).

Covid-19 sürecinde ikinci konutları tercih edenler açısından konu ele alındığında daha başka sonuçlarla karşılaşmaktadır. Ulusal ve uluslararası konut kiralama sitelerinde yapılan yorumlara bakıldığında tatilcilerin farklı deneyimler yaşadığı görülmektedir.

*"Daha önce tatillerimizde hep otelleri tercih ettik. Pandemi nedeniyle ilk kez villa tatili yaptık. Bizim için çok güzel bir deneyimdi. Bundan sonra kesinlikle villa tatili tercihlerimiz arasında olacak."*

*"Virüsten uzak, ailemle baş başa tatil yapma imkanı buldum. İçimiz gayet rahat bir şekilde tatilimizi yaptık."*

*"Corona bizi farklı bir tatil deneyimine itti. İyi ki konut tatilini tercih etmişiz. Artık kesinlikle otellere para ödemek yok."*

*"Tereddütler içinde geldiğimiz tatilimizden inanılmaz deneyimlerle ayrılıyoruz. Ev sahibimize farklı tatil deneyimi için teşekkür ediyoruz. Seneye ilk tercihimiz olacaklarından şüphem yok."*

*"Evi, bizim yanımızda dezenfekte ederek teslim ettiler. Her şey özenle hazırlanmış ve pırıl pırıl bir şekilde teslim edildi. Sitenin daireye özel havuzu bizim için çok önemli bir ayrıcalıktı. Çocuklarımı gönül rahatlığı ile havuza gönderdim. Havuz her gece dezenfekte edildi. Konutumuzda istediğimiz zaman dezenfeksiyon işlemi yapıldı. Böylesi bir dönemde bu hassasiyette hizmet almak, galiba kalabalık otel tatillerini gözden geçirmemize sebep olacak."*

*"Kaldığımız çiftlik evi bize fantastik deneyimler yaşattı. Yıllarca boşu boşuna otellere para ödemiş olmanın pişmanlığı içerisindeyim. Sabah taze ürünlerle kahvaltı yapmak, akşam üstü tarla turları, çiftlik hayvanları..... İnanılmazdı. Tatillerimde farklı yörelerin yerel yaşantısını onlarla birlikte yaşayıp deneyimlemek artık favori tercihim olacak."*

İkinci konut tatilini tercih eden turistlerin pandemi sürecinde yaşamış oldukları deneyimlere ilişkin yorumlar değerlendirildiğinde, ilk kez ikinci konut deneyimi yaşayanların hijyen, sosyal mesafe, izolasyon, kişisel deneyimler gibi faktörlerden oldukça etkilendiği ve gelecek planlarında bu tatil türüne yer verme eğiliminde oldukları anlaşılmaktadır.

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Evreni ve Veri Kaynakları

Araştırma verileri doküman incelemesi/doküman araştırması yöntemi ile toplanmış. Elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuş. Bu çalışma, Alanya'da Covid-19 sonrası ikinci konut turizmi ile ilgili yerel halkın görüşlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın verileri [www.yenialanya.com](http://www.yenialanya.com) ve [www.gazetealanya.com](http://www.gazetealanya.com) gibi yerel haber sitelerinde yayınlanan Alanya'daki ikinci konut turizmi ile ilgili haberlerin altındaki yorumlardan elde edilmiştir. 24 Aralık 2022 tarihi itibarıyla bu sitelerde yayınlanan haberlere yapılan 182 yorum incelenmiş, araştırma veri setine 147 yorum dahil edilmiştir.

### 3.2. Verilerin Analizi

Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. İçerik analizi, metin verilerini sistematik bir şekilde sınıflandırma, kodlama ve yorumlama sürecini içerir. Bu çalışmada, Alanya'daki ikinci konut turizmi ile ilgili yorumlar sırasıyla veri toplama, veri kodlama, veri analizi olarak analiz edilmiştir: a) Veri Toplama: İkinci konut turizmi ile ilgili haberlerin altındaki yorumlar belirlenen haber başlıklarına göre toplanmıştır. b) Veri Kodlama: Toplanan yorumlar içerik analizi için uygun bir şekilde kodlanmıştır. Yorumlarda sıkça geçen ana temalar ve alt temalar belirlenmiştir. c) Veri Analizi: Kodlanmış veriler, belirlenen temalar doğrultusunda analiz edilmiştir.

### 3.3. Araştırmanın kısıtlılıkları

Yorumların sadece belirli bir tarihte toplanmış olması ve verilerin sadece belirli haber kaynaklarından elde edilmiş olması araştırmanın kısıtlılıklarının başında gelmektedir. Gelecekteki çalışmalar, daha geniş bir veri kümesi üzerinde daha kapsamlı bir içerik analizi yapılarak bulgular genişletilebilir.

## 4. BULGULAR

Alanya'da ikinci konut turizminin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerini incelemiş tematik olarak düzenlenen bulguları sunmaktadır. Bu bulgular, ikinci konut turizminin yerel toplum ve çevre üzerindeki etkilerini anlama amacıyla analiz edilmiştir. İkinci konut turizminin Alanya'daki yerel dinamikler üzerindeki etkileri, altı ana tema altında incelenmiştir. Her tema, bu turizm türünün özellikle yerel halk, ekonomi, iş gücü ve çevre üzerindeki etkilerini ele almaktadır.

### Tema 1: Yabancılar ve Konut Kiralama

Yabancılar ve konut kiralaması Alanya'da önemli bir sosyal ve ekonomik dinamiği temsil etmektedir. Bu temanın altında yer alan alt temalar, bu konunun farklı yönlerini ele almaktadır.

*Yabancıların Alanya'da Konut Kiralaması:* Alanya, turistik bir cazibe merkezi olarak yabancı turistlerin ve ikinci konut sahiplerinin ilgisini çekmektedir. Yabancıların Alanya'da konut kiralaması Alanya'nın kültürel çeşitliliğini artırırken aynı zamanda kültürel bir etkileşim ortamı oluşturmaktadır.

“Yorum 1: Alanya'da yabancılar konut satışının bir yasa veya yönetmeliğe bağlanması lazım. Biz onlarla birlikte yaşamaktan şikayetçi değiliz. Sonuçta yeni kültürler tanıyoruz, birçok farklı milliyetten insanların burada olması bir çeşitlilikte oluşturuyor.”

“Yorum 2: Zaten her yıl milyonlarca yabancı tatil için buraya geliyor. Parası çok olan, evde alabiliyor. Bizim apartmanda 2 yabancı uyruklu aile var. Kültürel olarak yaşıntılarımız farklı olsa da birbirimizden yeni şeyler öğrenmek güzel.”

*Konut Kiralarının Artışı:* Yabancıların konut taleplerinin artması, Alanya'da konut kiralarının yükselmesine yol açmıştır. Bu durum, yerel halk için konut kiralamasının maliyetini artırmış ve uygun fiyatlı konut bulma zorluğunu tetiklemiştir. Ayrıca konut kiralardaki bu artış, yerel halkın ekonomik refahını olumsuz etkilemektedir.

“Yorum 3: Ben bir memur olarak kira ödeyemediğim bir yerde nasıl çalışırım. Bence satışlar kısıtlanmalı Bir daire alan yabancıya sözüm yok ama 3-5-10 daire alan yabancılar hem yatırım yapıp para kazanıyorlar hemde kiraya verip kiralaları yükseltiyorlar.”

*Yerli Halkın Konut Kiralama Sorunları:* Alanya'da yaşayan yerel halk, artan konut kiralaları nedeniyle ekonomik baskı altında hissedebilir. Uygun fiyatlı konutlara erişimde zorluklar yaşayan yerel halk, kira maliyetlerinin gelirleri üzerindeki olumsuz etkisinden endişe duymakta ve bu durum ise yerel halkın konut sorunlarını ve ekonomik güvencesizliği daha fazla vurgulayabilir.

“Yorum 4: Kiralayacak ev bulmak samanlıkta iğne bulmak gibi, bu yüzden hiçbir şart koşmadan emlakçı ne derse kabul etmek zorunda kalıyoruz. Bence noter sözleşmesi en güzeli. Sözleşme iki tarafı da koruyan bir şey olmalı, yalnız ev sahiplerini değil.”

*Yabancıların Emlak Piyasasına Etkisi:* Yabancıların Alanya'da konut kiralaması ve satın alması, emlak piyasasına büyük bir canlılık getirmiştir. Yabancıların konut yatırımları, yeni inşaat projelerinin başlamasına ve yerel

ekonominin büyümesine katkıda bulunmuştur. Ancak bu yatırımların yerel halka etkileri karmaşık olabilir. Özellikle emlak fiyatlarının yükselmesi, yerel halkın bazı kesimleri için mülkiyet erişimini zorlaştırmıştır.

“Yorum 5: Yabancıların konut alması emlak piyasasına bir hareketlilik getiriyor. Alanya'nın ekonomisi ne yazık ki sadece turizme dayalı. Anlayacağınız turist olmazsa iş olmaz, kalite olmaz çarşı olmaz, alışveriş düşer, esnaf sinek avlar gerisini siz düşünün”.

“Yorum 6: Yabancıların ekonomik gücüyle bizimki bir değil. Euro ile ev alıyorlar. Döviz kuru yerinde durmuyor. Maalesef yerel halk olarak bizlerin daire satın alması şu anda çok zor.”

## **Tema 2: Emlak Fiyatları ve Piyasa Değerleri**

Emlak fiyatları ve piyasa değerleri, Alanya'daki ikinci konut turizminin dinamiklerini anlamak açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu tema, emlak sektöründeki değişiklikleri ve bunun yerel halka ve yabancılarla etkilerini göstermektedir.

*Emlak Fiyatlarının Yükselmesi:* Alanya'da emlak fiyatlarının artması, özellikle son yıllarda gözle görülür bir ivme yakalamıştır. Bu artışın arkasında yabancıların yatırım yapma isteği, konut kiralama ve satın alma talepleri gibi faktörler bulunmaktadır. Emlak fiyatlarının yükselmesi, yerel halk için mülk sahibi olmayı veya uygun kiralama seçenekleri bulmayı zorlaştırmaktadır.

“Yorum 7: Ekonomik kriz fiyatları zaten yükseltti. Savaş sonrası Alanya'ya yabancıların gelmesiyle fiyatlar bizim için erişilmez boyutlara ulaştı. Ev sahipleri evleri boş olsa dahi yabancıya satma peşine düştü.”

*Emlak Piyasasının Durumu:* Alanya'da emlak piyasası, yabancıların ve yerel halkın talepleri doğrultusunda şekillenmektedir. İkinci konut talebi, yeni inşaat projelerinin başlamasına yol açmış ve emlak piyasasını canlandırmıştır. Ancak, piyasanın dengesi ve sürdürülebilirliği hala bir soru işareti olabilir. Piyasanın geleceği, emlak fiyatlarının seyri ve talep üzerinde önemli bir etkiye sahip olacaktır.

“Yorum 8: Alanya'da yerel halkın konut talebiyle birçok yerde yeni imar alanları için açılmıştır. Buna yabancı talebi de eklenince konut yapım süreci iyice hızlandı. Ama görünen o ki talep arzdan fazla ve satışlar yabancı para cinsinden yapılıyor. Ayrıca, birçok yabancı konutunu satıp ülkesine dönme derdine düşmüş durumda. Hem fiyat, hem de arz konusunda önümüzdeki yıllarda sıkıntılar kaçınılmaz gibi duruyor. Piyasa sadece yabancı ile dönmez.”

*Yabancıların Emlak Satın Alma Eğilimi:* Yabancılar, Alanya'da emlak satın alma eğiliminde belirleyici bir faktördür. Türkiye'nin sunduğu cazip koşullar ve güzel sahil manzaraları, yabancıların burada emlak satın almasına neden olmaktadır. Bu, yeni inşaat projelerinin başlatılmasına ve yerel ekonominin büyümesine katkı sağlar. Ancak, yabancıların bu eğilimi, bazı yerel halk üyeleri için mülk sahibi olma veya uygun konut kiralama konusundaki zorlukları da beraberinde getirmektedir.

“Yorum 9: Alanya zaten yıllardır turist çeken bir ilçe. Ruslar, Ukraynalılar her yaz burada. Şavaş başlayınca ilk geldikleri yerde burası oldu. Emlakçılar ve müteahhitler ekonomik krizden çıkış yolu olarak yabancıya satış işini fırsat olarak gördü. Deniz, güneş, kum, şehrin imkanları.....yabancılar için bulunmaz nimet. Tamam, esnafa da faydaları var. Ama memurlar, asgari ücretli çalışanlar, çoluk çocuk okutanlar ne yapsın?”

*Yerel Halkın Emlak Fiyatlarındaki Değişiklikler:* Yerel halk, emlak fiyatlarındaki değişikliklerden etkilenmektedir. Emlak fiyatlarının yükselmesi, bazı yerel halk üyeleri için mülk sahibi olma hayalini zorlaştırabilirken, diğerleri için yatırım fırsatları sunabilir. Bu değişiklikler, yerel halkın ekonomik durumunu ve geleceğe yönelik beklentilerini şekillendirebilir. Ayrıca, yerel halkın emlak piyasasındaki değişikliklere nasıl tepki verdiği önemli bir araştırma konusudur.

“Yorum 10: Yıllardır yaşadığımız şehrimiz parası olanlar için cennet oldu. Birikimi olanlar konuta yatırım yaptı. Emekli, memur ve ücretli çalışanlar kirasını ödeyebilme hatta kiralık evinde kalabilme peşine düştü. Böyle giderse benim gibi memur olan birçok kişi haklı olarak ilk fırsatta buradan uzaklaşmanın yollarını arayacaktır.”

### Tema 3: İşsizlik ve İş Kayıpları

İşsizlik ve iş kayıpları, Alanya'da ikinci konut turizminin yerel ekonomiye ve iş gücüne olan etkisini değerlendirmek için kritik bir odak noktasıdır. Bu tema, emlak sektöründeki değişikliklerin işsizlik oranlarına nasıl yansındığını incelemektedir.

İş Kayıpları ve İşsizlik: Alanya'daki ikinci konut turizmi, yerel iş pazarında önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle emlak sektöründeki dalgalanmalar, inşaat projelerinin başlaması veya durması gibi faktörler iş kayıplarına neden olabilir. İş kayıpları, yerel halkın ekonomik güvenliğini ve yaşam standartlarını ciddi şekilde etkileyebilir.

“Yorum 11: Emlak piyasasında yabancı nüfusu gittikçe artıyor. Onlarda kendi vatandaşlarını istihdam ediyor. Hatta yabancılar sadece kendi ülkesinin vatandaşı olan emlakçılardan konut almaya çalışıyor. Son 5 yılda kaç tane yerli emlakçının kepenk indirdiği açıkça ortada.”

“Yorum 12: Talep var ama fiyatların sürekli değişmesi bizide zor durumda bırakıyor. İnşaata başlıyoruz, demirin, toprağın, kiremitin fiyatı değişiyor. Piyasa otursun diye inşaatı durduruyoruz, bu sefer işçilerin parasını ödeyemiyoruz.”

*Emlakçıların Durumu:* Emlakçılar, Alanya'daki ikinci konut turizmi ile doğrudan ilişkilidir. Bu tema, emlakçıların iş kayıpları ve gelir kaybı ile nasıl başa çıktığını ve sektördeki değişikliklere nasıl uyum sağladığını inceler. Emlakçılar için kriz dönemleri, yeni iş fırsatları yaratma veya alternatif gelir kaynaklarına yönelme zamanı olabilir.

“Yorum 13: Fiyatlar anlık değişiyor. Yerli halkın krediye erişimi zor. Sadece yabancıya satış yapabiliyoruz. O da zaten eskisi kadar hızlı değil. Birçoğu dairesini satıp ülkesine gitmek istiyor artık. Otel fiyatları yüksek olunca ek gelir için günlük kiralama işlerine girmek zorunda kaldık. Birçok arkadaşımız profesyonel site yöneticiliği şirketleri kurdu. Çarkını o şekilde döndürüyor.”

*İşsizlik ve Kiralama Piyasası:* İşsizlik, kiralama piyasasını da etkileyebilir. İşsiz kalan veya gelir kaybına uğrayan bireyler, konut kiralamak veya kira ödemelerini sürdürmek konusunda zorluklar yaşayabilirler. Bu, kiralama piyasasında talep ve arz üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir.

“Yabancı uyruklu bireylerin yurtdışından edindikleri konut veya mülkleri kiraya verirken, bu kira geliri genellikle ülke sınırları içerisine girmemekte, bu durum da önemli ölçüde vergi kaybına ve işgücü kaybına neden olmaktadır.”

### Tema 4: Yabancıların İş Yeri Açma Eğilimi ve Sundukları Hizmetler

Alanya'daki ikinci konut turizminin yabancılar tarafından yerel iş dünyasına ve hizmet sektörüne etkilerini incelemektedir. Yabancıların iş kurma eğilimleri, çeşitli hizmetler sunma kapasiteleri ve yerel iş dünyasına olan etkileri bu tema altında ele alınmaktadır.

*Yabancıların İş Kurma Eğilimi:* Alanya'da ikinci konut sahipleri arasında iş kurma eğilimi nasıldır? Yabancılar, yerel iş dünyasına giriş yapma konusunda ne tür fırsatlar aramaktadır? Bu tema, yabancıların yerel iş sahibi olma veya yeni işletmeler başlatma konusundaki niyetlerini ve motivasyonlarını incelemektedir.

“Yorum 14: Yabancılar evlerinde kuaförlük yapıyor. Birçoğu emlakçılığa el atmış durumda. Rus, Arap, Ukraynalı nüfusu artınca kendi vatandaşlarına satış yapmak için iş yeri açmaya da başladılar. Yabancılarda kendi vatandaşlarını tercih ediyor.”

“Yorum 15: Yabancılar sadece konut almıyor ki, iş yeri de açıyorlar. Yanlarında da bizim vatandaşlarımızı değil kendi vatandaşları çalıştırıyorlar. Çünkü çok fazla yabancı var. Bunu fırsata çevirip para kazanmak istiyorlar. Bizim esnafımıza faydaları her gün azalıyor.”

*Yabancıların Çeşitli Hizmetler Sunması:* Yabancılar, Alanya'da hangi tür hizmetleri sunma eğilimindedir? Restoranlar, konaklama, turistik turlar, emlak danışmanlığı gibi sektörlerde yabancı işletmelerin sayısı ve çeşitliliği nedir? Bu tema, yabancıların sunduğu hizmetlerin türlerini ve yerel pazar üzerindeki etkilerini ele almaktadır.



“Yorum 16: Birçok mahallede yabancıların işlettiği kuaförler var artık. Emlakçılar söylemeye gerek yok zaten. Eskiden beri Alman ekmeğ fırını vardı. Şimdi başkaları da açılıyor. Yerel esnafta yabancılara satış yapabilmek için Alanyalı gençler yerine yabancıları işe alıyor.”

“Yorum 17: Yabancılar otellerle yarışıyor artık. O kadar çok daire alıyorlar ki bunları tatilcilere kiralıyorlar. AIRBNB’ye, sahibinden.com a bakın ne demek istediğimi daha açık görürsünüz.”

“Yorum 18: Sahil şeridinde yabancıların işlettiği lokanta sayısı ne kadar artmış! Kendimi başka bir ülkede geziyormuş gibi hissettim.”

“Yorum 19: Yabancılar aldıkları evleri devremülk gibi memleketlerinden buraya tatile gelecek olanlara kiraya veriyorlar. Sonuç itibari ile otellere rakip oluyorlar.”  
Yabancıların İş Dünyasına Etkisi: Yabancıların yerel iş dünyasına etkisi nasıldır? Yerel işletmeler yabancı rekabetle nasıl başa çıkmaktadır? Bu tema, yerel iş dünyasındaki dinamikler ile yabancı işletmelerin etkileşimini ve rekabeti değerlendirmektedir.

“Yorum 20: Bizde işletmeyi kapattık. Site yöneticiliği işine girdik. Çok konut yapıldı. Para kazanmak isteyenlere fırsat çok.”

“Yorum 21: Herkes pahalılıktan yakınıyor. Durum bu. Yakınmakla geçinilmiyor. Ben işimi genişlettim. Bir sürü inşaat var. Birçoğu havuzlu. Bende havuz malzemeleri getirip satıyorum.”

“Yorum 22: Yabancıya fazla sayıda konut satışı her şeyi etkiledi. Bizi de sarstı. Artık iş yeride açıyorlar, durduk yere rakibimiz oluyor.”

*İş Kurma ve Rekabet:* Alanya’da ikinci konut sahiplerinin iş kurma süreçleri nasıl işlemektedir? Yerel halkla olan ilişkileri nasıldır? Yabancı işletmeler, yerel işletmelerle rekabet ederken hangi stratejileri kullanmaktadır? Bu tema, iş kurma süreçlerini ve rekabeti anlamamıza yardımcı olmaktadır.

“Yorum 23: Yabancıların sayısının artması Alanya esnası için iyi olacak derken, iş piyasasına da el attılar. Kendi ülkeleri ilede iletişim halindeler, vatandaşları daha buraya gelmeden onlara ev satıyorlar, pazarlama yapıyorlar. Bizde böylece kalıyoruz.”

“Yorum 24: İkamet izni alan iş kurmaya çalışıyor. Çalışacak adamları da çok. Zaten yerli dükkân sahipleri yabancıya kiraya vermeye dünden razı.”

“Yorum 25: Bu işler nereye kadar gider bilmiyorum. Savaştan sonra inanılmaz Rus geldi Alanya’ya. Emlakçılık işi yapan Ruslar vatandaşları daha buraya gelmeden evi satıyorlar onlara. Buna mutlaka önlem alınmalı.”

### **Tema 5: İmar ve Çevre Sorunları**

Bu tema, Alanya’daki ikinci konut turizmi ile ilgili imar ve çevre sorunlarını ele almaktadır. Yabancıların yoğun ilgisi nedeniyle oluşan imar sorunları, doğal alanların zarar görmesi, çevre sorunları ve kent planlaması bu tema altında incelenmektedir.

*İmar Sorunları ve İnşaat Faaliyetleri:* Alanya’da ikinci konut turizmi için yapılan inşaat faaliyetleri, imar planlarına uygun mu? İnşaat projeleri nelerdir ve bu projelerin çevresel etkileri nelerdir? Bu tema, kentteki inşaat faaliyetlerinin yönetimi ve izlenmesi ile ilgili sorunları ele almaktadır.

“Yorum 26: Hergün bir yer imara açılıyor. Yani inanılmaz bir hız var emlak piyasasında. Dün muz bahçesi olan yer 1 ay sonra konutla doluyor. Mahmutları zaten kaybettik. Kestel de gitti. Kargıcak’ta yakında beton dolar.”

“Yorum 27: 2000’li yıllarda her yerde bahçe ve sera vardı. Gözü gibi bakardı insanlarımız toprağına. Şimdi ne oldu da heryer beton doldu? Deniz içine kadar girdi evler. Şehri kaybediyoruz galiba!”  
Doğal Alanların Zarar Görmesi: İkinci konut turizmi, doğal alanları nasıl etkilemektedir? Ormanlar, sahiller ve diğer doğal alanlar üzerindeki baskılar nelerdir? Bu tema, doğal alanların korunması ve sürdürülebilir turizm ile uyumlu hale getirilmesi gereken konuları tartışmaktadır.

“Yorum 28: Alanya deyince deniz ve kale manzarası bir başka gelirdi aklımıza. Şimdi seyir terasına çıkında bir bakın aşağıya doğru. Yeşil alan kalmamış şehrin içinde.”

“Yorum 29: Nasreddin hocanın dediği gibi bindiği dali kesmek bu olsa gerek. Alanya artık bir beton ve tüketim şehri, acı olan, artık büyük marketlerde, restoranlarda Türk görmek zorlaştı. Bir de konutlara feda edilen orman-makilik alanlar var tabi. Ne diyelim gelecek nesillere çok iyi günler bırakıyoruz çok...”

*Çevre Sorunları ve Orman Yangınları:* Alanya'da ikinci konut turizmi, çevre sorunlarına nasıl katkıda bulunmaktadır? Orman yangınları ve diğer çevresel sorunlar nasıl önlenmektedir veya nasıl ele alınmaktadır? Bu tema, çevre sorunlarının nedenlerini ve çözüm yollarını incelemektedir.

“Yorum 30: Heryere yabancıya satmak için konut yapıyorda, hiç kazılıp alt yapı yapılan yerler görmüyorum. Yağmur yağınca sel basıyor bu şehri. Bu kadar konutun lağım giderini nasıl karşılayacak acaba?”

“Yorum 31: Daha orman yangınlarının üzerinden çok geçmedi, bir sürü ağacımız yangında kül oldu. Şimdi bizler ellerimizle beton dökmek için seralarımızı yıkıyoruz.”

“Yorum 32: Bu iş olumsuz yorum yapmakla olmaz. Devam eden bir süreç var. Yapılan konutlar var. Madem yapılmaya devam edilecek, çevreyi nasıl koruyacağız onu tartışalım.”

### **Tema 6: Vatandaşların Endişeleri ve Eleştirileri**

Bu tema, Alanya'daki ikinci konut turizmi ile ilgili olarak yerel halkın ifade ettiği endişeleri ve eleştirileri ele almaktadır. Yerel halkın, turistik ikinci konut turizminin yarattığı değişikliklere ve etkilere yönelik düşünceleri ve eleştirileri bu tema altında incelenmektedir.

*Vatandaşların Kiralama Fiyatlarına Tepkileri:* Alanya'da konut kiralalarının artışı yerel halkı nasıl etkiliyor? Kiralama fiyatlarındaki yükselişe karşı vatandaşların tepkileri nelerdir? Bu tema, yerel halkın ekonomik zorluklarla başa çıkma çabalarını ve kirala fiyatlarının yaşam standartlarına etkisini değerlendirmektedir.

“Yorum 33: Konut satın almak zaten hayal artık. Kiralarda gerçekten çok yüksek. Kiraya para ayırmaktan ay sonunu zor getiriyorum.”

“Yorum 34: Turizme çalışanlara Allah sabır versin. Kış sezonunda sözleşmeyi askıya alırlar, iş arar durursun. Hele bu pahalılıkta bakalım nasıl geçineceğiz?”

*Alanya'daki Sosyal ve Ekonomik Değişikliklere İlişkin Endişeler:* Yerel halk, Alanya'da ikinci konut turizminin oluşturduğu sosyal ve ekonomik değişiklikler hakkında ne düşünüyor? Yabancıların artan nüfusu ve kültürel etkileri yerel halkın yaşam tarzını nasıl etkiliyor? Bu tema, Alanya'daki toplumsal ve ekonomik dinamiklere yönelik endişeleri değerlendirmektedir.

“Yorum 35: Alanya öyle bir hal aldı ki artık sitelerde söz sahibi yabancılar! Kendi memleketimizde evsiz barksız kaldık. Kiraya girmek istediğimizde öncelikli tercih yabancılar oluyor ve bunun kararını ise sitede oturan yabancılar veriyor!”

“Yorum 36: Yabancıya konut satışı yasaklanmalı, yabancıya otel dışında konaklama, ev kiralama hakkı da yasaklanmalı ve maaşı ev kiralamaya yetmeyen Türk Halkı başını sokacak bir konut bulabilmeli.”

“Yorum 37: Asgari ücretle çalışan, çoluk çocuk sahibi insanlar ne yapacak ve nasıl geçinecek? Bütün her yerde personel eksikliği boy göstermeye başladı bile. Kiralar bir yerden, elektrik faturasını hiç saymıyorum. Bu olayı bu hale getirenler, diğer şehirlerden çalışmak için buraya gelenler memlektlerine gittiklerinde ne yapacaklar?”

“Yorum 38: Yabancılar semt pazarlarından yerel esnaftan ve köylüden alışveriş yapıyor. Biraz mantıklı düşünmek lazım. Kuru kuruya yabancılar gitsin demekle olmaz. Ben yüzde 90 Danimarkalı'nın olduğu bir siteden emekli oldum. Yerleşik yabancı demek döviz demek.”

*Vatandaşların Hükümet ve Belediye Yetkililerine Eleştirileri:* Yerel halk, hükümet ve belediye yetkililerinin ikinci konut turizmiyle ilgili olarak aldıkları politikaları nasıl eleştiriyor? Vatandaşlar, yöneticilere karşı ne tür eleştirilerde bulunuyor? Bu tema, yerel halkın yöneticilere yönelik talep ve eleştirilerini incelemektedir.

“Yorum 39: Bence her yabancıya sadece bir ev satılabilir ve yabancıların emlak işi yapmaları yasaklanmalı. Vatandaşlığı olmayanlar bile burada ticaret yapıp piyasayı felç ediyorlar.”

“Yorum 40: Yabancıya konut satışı, sadece kullanım hakkı satılmalı. Hele hele konutu olan yabancı uyruklu kişilere vatandaşlık uygulaması hiç olmamalı.”

“Yorum 41: Alanyada konut kiralarna da kısıtlama gelmeli. Kendimi yurtdışında gibi hissediyorum. Sanki ben yabancı onlar yerli.”

“Yorum 42: Turist gelsin otelde tatilini yapsın ama benim toprağımı almasın ben zor şartlarda yaşarken kirami zor öderken ve ödeyemez hale gelmişsem o adam en güzel yerlerde oturmamalı biran önce kira düzenlemesi gelmeli sınır konulmalı.”

“Yorum 43: Dünyanın her yerinde döviz çekmek için çeşitli yasa düzenlemesi yapılıyor Arazi alımı yabancılar için yasaklanabilir. Ancak ev alımı satımı veya kiralama için yasaklama getirmek ülkeye döviz girişini ciddi anlamda düşürür. Bununla birlikte ne motorlu araç alınır ne de pazar alışverişleri olur. Bazı şeylere geniş pencereden bakmak lazım Bazı bölgelerde yerli vatandaş ev satın alamaz veya kiralayamaz iken gelen turistlerin yerleşmesiyle hareketlilik ve kalite olmuştur. Turistik bölgelerde dünyada her yerde fiyatlar yüksek olur yerli halk kendi yerleşim alanı içinde yaşadığında sorun olmuyor. Ancak turistik bölgelerde haliyle fiyat yüksek olur.”

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma, Alanya'da ikinci konut turizminin yerel halk ve yabancı sakinler arasındaki etkileşimleri, bu etkileşimlerin yerel ekonomi, emlak piyasası, iş gücü ve çevre üzerindeki sonuçlarını incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bulgular, bu iki grup arasındaki ilişkilerin karmaşıklığını ve ikinci konut turizminin Alanya'daki sosyal ve ekonomik dokuya olan derin etkilerini ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, Alanya'da ikinci konut turizminin yerel ekonomi ve emlak piyasası üzerindeki belirgin etkilerini ortaya koymuştur. İkinci konut talebinin artması, yeni inşaat projelerinin başlamasına ve emlak piyasasının canlanmasına yol açmıştır. Yabancıların konut satın alma ve kiralama eğilimleri, yerel ekonomiye önemli bir katkı sağlamıştır. Ancak, bu olumlu etkilerin yanı sıra bazı olumsuz sonuçlar da görülmüştür. Emlak fiyatlarının yükselmesi, özellikle son yıllarda gözle görülür bir eğilim haline gelmiştir. Bu durum, yerel halk için konut sahibi olmayı veya uygun kiralama seçenekleri bulmayı zorlaştırmıştır. Yerel halk, artan konut kiralaları nedeniyle ekonomik baskı altında hissetmektedir. Bu da yerel halk arasında konut sorunlarının ve ekonomik güvencesizliğin artmasına neden olmuştur.

Alanya'da ikinci konut turizminin iş gücü ve işsizlik üzerindeki etkileri, bu çalışmanın dikkat çeken bir başka bulgusudur. İnşaat sektöründeki dalgalanmalar, iş kayıplarına yol açmıştır. Emlak sektörü, Alanya'da önemli bir istihdam kaynağı olmasına rağmen, emlak fiyatlarındaki dalgalanmalar ve talepteki değişiklikler, sektörde işsizlik riskini artırmıştır. Emlakçılar, inşaat işçileri ve diğer ilgili sektörlerde çalışanlar, iş kaybı tehdidi altındadır. İşsizlik oranlarının artması, yerel halkın ekonomik güvencesizliğini daha da artırmıştır. İşsiz kalan veya gelir kaybına uğrayan bireyler, konut kiralamak veya kira ödemelerini sürdürmek konusunda zorluklar yaşayabilirler. Bu durum, kiralama piyasasında talep ve arz üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir.

Yabancıların Alanya'da iş kurma eğilimi, çeşitli hizmetler sunma kapasiteleri ve yerel iş dünyasına olan etkileri de bu çalışmanın odak noktalarından biridir. Yabancılar, Alanya'da çeşitli sektörlerde işletmeler açmış ve hizmetler sunmaktadır. Bu, yerel iş dünyasına rekabet getirmiş ve tüketici seçeneklerini çeşitlendirmiştir. Ancak, bu rekabetin yerel işletmeler üzerindeki etkileri karmaşıktır. Yerel işletmeler, yabancı rekabetle başa çıkma stratejileri geliştirmekte ve yeni iş fırsatları aramaktadır.

Alanya'da ikinci konut turizminin çevresel ve imar sorunları üzerindeki etkileri de ele alınmıştır. Yabancıların yoğun ilgisi nedeniyle oluşan imar sorunları, doğal alanların zarar görmesine neden olmuştur. Orman yangınları ve diğer çevresel sorunlar, çevre koruma önlemlerinin daha fazla vurgulanması gerektiğini göstermektedir. Kent planlaması ve sürdürülebilirlik ilkeleri, ikinci konut turizminin çevresel etkilerini minimize etmek için daha fazla dikkat gerektirmektedir.

Son olarak, yerel halkın ikinci konut turizmi ile ilgili endişeleri ve eleştirileri, bu çalışmanın önemli bir bulgusudur. Yerel halk, Alanya'da ikinci konut turizminin yarattığı sosyal ve ekonomik değişikliklerden kaynaklanan endişelerini ifade etmektedir. Yabancıların artan nüfusu ve kültürel etkileri, yerel halkın yaşam tarzını etkilemektedir. Yerel halk, emlak piyasasının işleyişi, şeffaflığı ve adaleti konusunda eleştirilerde bulunmaktadır. Ayrıca, yerel halk, hükümet ve belediye yetkililerinin ikinci konut turizmi ile ilgili olarak uyguladıkları politikaları eleştirmektedir.

Bu çalışma, Alanya'da ikinci konut turizminin karmaşıklığını ve etkilerini derinlemesine incelemiştir. Bulgular, bu konunun yerel ekonomi, emlak piyasası, iş gücü, çevre ve toplum üzerindeki geniş yelpazedeki etkilerini vurgulamaktadır. Bu çalışma, ikinci konut turizmi ile ilgili daha fazla araştırmanın gerekliliğini ve yerel yönetimlerin bu karmaşıklıkla yönetmek için politika geliştirmeleri gerektiğini öne sürmektedir.

#### KAYNAKÇA

- Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (COVID-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Back, A., & Marjavaara, R. (2017). Mapping an invisible population: the uneven geography of second-home tourism. *Tourism Geographies*, 19(4), 595-611.
- Baltacı, F., Çevirgen, A. (2020), The impacts of second home tourism on socio-cultural and economic life: The residents' perspectives, *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SAS*, 70(3), 273-288.
- Baum, T. ve Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Boto-García, D. ve Leoni, V. (2021). Exposure to COVID-19 and travel intentions: Evidence from Spain. *Tourism Economics*, <https://doi.org/10.1177/1354816621996554>.
- Coşkun, V. (2013). Güvenliği özgürlükte aramak. *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 8(8-9-10-11), 1-10.
- Daniel, J. (2020). Education and the COVID-19 pandemic. *Prospects*, 49(1), 91-96.
- Dogru, T., Sirakaya-Turk, E., & Crouch, G. I. (2017). Remodeling international tourism demand: Old theory and new evidence. *Tourism Management*, 60, 47-55.
- Ghaderi, Z., Saboori, B. ve Khoshkam, M. (2017). Does security matter in tourism demand?. *Current Issues in Tourism*, 20(6), 552-565.
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283-302.
- Gössling, S., Scott, D. ve Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Gursoy, D., Can, A. S., Williams, N., & Ekinci, Y. (2021). Evolving impacts of COVID-19 vaccination intentions on travel intentions. *The Service Industries Journal*, 41(11-12), 719-733.
- Hall, C. M. (2006). Tourism, biodiversity and global environmental change. In S. Gössling & C. M. Hall (Eds.), *Tourism and global environmental change: Ecological, economic, social and political interrelationships* (pp. 142-156). Routledge.
- Hassen, T. B., El Bilali, H., ve Allahyari, M. S. (2020). Impact of Covid-19 on food behavior and consumption in Qatar. *Sustainability*, 12(17), 6973.
- Inanir, A. (2021). Second home tourism during COVID-19: The Case of Turkey. In *Socio-Economic Effects and Recovery Efforts for the Rental Industry: Post-COVID-19 Strategies* (pp. 73-92). IGI Global.
- Jackson, J. K., Weiss, M. A., Schwarzenberg, A. B. ve Nelson, R. M. (2020). Global economic effects of COVID-19. *Congressional Research Services*, [https://www.everycrsreport.com/files/20200515\\_R46270\\_2b7dfd186cd4cda938446025db05fb767563efe4.pdf](https://www.everycrsreport.com/files/20200515_R46270_2b7dfd186cd4cda938446025db05fb767563efe4.pdf)
- Jenkins, C., Andreu, L., & Bigne, E. (2020, December). Airbnb in America during the COVID-19 pandemic: The Guest Perspective. In *Consumer Behavior in Tourism Symposium-CBTS, 2020*, online. ZPID (Leibniz Institute for Psychology).

- Kaushal, V. ve Srivastava, S. (2021). Hospitality and tourism industry amid COVID-19 pandemic: Perspectives on challenges and learnings from India. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102707.
- Kourgiantakis, M., Apostolakis, A. ve Dimou, I. (2020). COVID-19 and holiday intentions: The Case of Crete, Greece. *Anatolia*, 1-4.
- Kowalska, K. ve Niezgodna, A. (2020). COVID-19 as a tourist activity inhibitor as evidenced by poles' holiday plans. *Studia Periegetica*, 32, 9-24.
- Müller, D. K. (2007). Second homes in the Nordic countries: Between common heritage and exclusive commodity. *Scandinavian journal of Hospitality and Tourism*, 7(3), 193-201.
- Naumov, N., Varadzhakova, D., & Naydenov, A. (2021). Sanitation and hygiene as factors for choosing a place to stay: perceptions of the Bulgarian tourists. *Anatolia*, 32(1), 144-147.
- Nugroho, P., & Numata, S. (2022). Resident support of community-based tourism development: Evidence from Gunung Ciremai National Park, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(11), 2510-2525.
- O'Reilly, K., (2007). Emerging tourism futures: residential tourism and its implications. IN: Georoy, C. And Sibley, R. (eds.). *Going Abroad: Travel, Tourism, and Migration. Cross-Cultural Perspectives on Mobility*. New castle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, pp.144-157.
- Osti, L. ve Nava, C. R. (2020). Loyal: To what extent? A shift in destination preference due to the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 1(1), 100004.
- Özlem, D. (2010). *Etik-ahlak felsefesi*. İstanbul: Notos Kitap Yayıncılık.
- Pappas, N. ve Glyptou, K. (2021). Accommodation decision-making during the COVID-19 pandemic: Complexity insights from Greece. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102767.
- Perić, G., Dramićanin, S., & Conić, M. (2021). The impact of Serbian tourists' risk perception on their travel intentions during the COVID-19 pandemic. *European Journal of Tourism Research*, 27, 2705-2705.
- Pillay, A. L., & Barnes, B. R. (2020). Psychology and COVID-19: Impacts, themes and way forward. *South African Journal of Psychology*, 50(2), 148-153.
- Rahmanov, F., Aliyeva, R., Rosokhata, A. ve Letunovska, N. (2020). Tourism management in Azerbaijan under sustainable development: Impact of COVID-19. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 195-207.
- Romania, V. (2020). Interactional anomie? Imaging social distance after COVID-19: a Goffmanian perspective. *Sociologica*, 14(1), 51-66.
- Scopelliti, M., Pacilli, M. G., & Aquino, A. (2021). TV news and COVID-19: Media influence on healthy behavior in public spaces. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1879.
- Seraphin, H., & Dosquet, F. (2020). Mountain tourism and second home tourism as post COVID-19 lockdown placebo? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12 (4), 485-500.
- Sheldon, P., & Dwyer, L. (2010). The global financial crisis and tourism: Perspectives of the academy. *Journal of Travel Research*, 49(1), 3-4.
- Wang, B., Liu, Y., Qian, J., & Parker, S. K. (2021). Achieving effective remote working during the COVID-19 pandemic: A work design perspective. *Applied psychology*, 70(1), 16-59.
- Vaishar, A., & Šťastná, M. (2022). Impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism in Czechia Preliminary considerations. *Current Issues in Tourism*, 25(2), 187-191.
- Visser, G., & Hoogendoorn, G. (2015). A decade of second home tourism research in South Africa: research prospects for the developing world?. *South African Geographical Journal= Suid-Afrikaanse Geografiese Tydskrif*, 97(2), 111-122.
- Wong, B. K. M., Musa, G., & Taha, A. Z. (2017). Malaysia my second home: The influence of push and pull motivations on satisfaction. *Tourism Management*, 61, 394-410.

- Yenişehirlioğlu, E., Salha, H. ve Şahin, S. (2016). Politik krizlerin turizm talebi üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma: Rusyanın değişen yüzü ve bu değişimin Türkiye turizmine etkileri. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(03), 74-83.
- Zoğal, V., & Emekli, G. (2020). Türkiye’de Covid-19 salgını sürecinde ikinci konutların değişen anlamları. *International Journal Of Geography And Geography Education*, (42), 168-181.
- Zoğal, V., Domènech, A. ve Emekli, G. (2020), Stay at (which) home: secondhomesduringandafterthe COVID-19 pandemic, *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JTF-06-2020-0090>
- <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/belediye-baskani-gelmeyin-dedi-ama-25-gunde-125-bin-arac-41485891>(Erişim: 18.06.2021; 10:28)
- <https://www.islandecho.co.uk/dont-travel-to-second-homes-or-holidays-parks-says-government/> (Erişim: 18.06.2021; 10:22)
- <https://tr.sputniknews.com/turkiye/202004041041756255-buyuksehirlerden-bodrum-ve-marmarise-yigilma-yasandi/> (Erişim: 18.06.2021; 10:27)
- <https://www.telegraph.co.uk/luxury/travel/can-visit-second-home-when-2021-lockdown-roadmap/> (Erişim: 18.06.2021; 10:14)
- <https://www.thelocal.it/20210318/dont-come-italian-regions-seek-to-stop-second-home-owners-visiting/> (Erişim: 18.06.2021; 10:18)