



T. C

NİĞDE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

**BÖLGESEL KALKINMADA KÜMELENME:
TÜRKİYE’DE TURİZM KÜMELENMESİ
(2000-2012)**

(Yüksek Lisans Tezi)

Hazırlayan

Gökhan KARTAL

2013-NİĞDE

T. C
NİĞDE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

**BÖLGESEL KALKINMADA KÜMELENME:
TÜRKİYE’DE TURİZM KÜMELENMESİ
(2000-2012)**

(Yüksek Lisans Tezi)

Hazırlayan

Gökhan KARTAL

Danışman

Prof. Dr. Erdinç TUTAR

2013-NİĞDE

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**Bölgesel Kalkınmada Kümelenme: Türkiye’de Turizm Kümelenmesi (2000-2012)**” adlı çalışmanın bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 13/08/2013



Gökhan KARTAL

ONAY SAYFASI

Prof. Dr. ERDİNÇ TUTAR danışmanlığında **GÖKHAN KARTAL** tarafından hazırlanan “**Bölgesel Kalkınmada Kümelenme: Türkiye’de Turizm Kümelenmesi (2000-2012)**” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Tarih: 13/08/2013

JÜRİ:

Danışman: Prof. Dr. Erdinç TUTAR

Üye: Yrd. Doç. Dr. Ahmet TURGUT

Üye: Yrd. Doç. Dr. İbrahim YALÇIN

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu’nun Tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Tarih:

Doç. Dr. Mehmet ÖZEL

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Ekonomik gelişmelerle birlikte ülke ekonomilerinde bölgesel dengesizlikler artmaya başlamış, bölgesel dengesizlikler ülkelerin ekonomik yapılarında meydana getirdiği olumsuzluklarla birlikte sosyal, siyasal birçok olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Ülkemizde bu sorunlarla yıllardır mücadele etmektedir. Birçok turizm türü bakımından zengin potansiyele sahip olan ülkemizin, kümelenme stratejisini kullanarak bölgesel kalkınmada turizm kümelenmesinin etkili olup olamayacağını incelediğimiz bu çalışmanın konuya ilgi duyan herkes için yararlı bir kaynak olmasını dilerim.

Akademik kariyerimin ilk geniş kapsamlı çalışması olan bu çalışmada başta danışman hocam olmak üzere emeği geçen herkese teşekkürü borç bilirim. Bu çalışmayı fırsat bilerek benden desteğini ve her türlü fedakarlığı esirgemeyen değerli aileme saygı ve sevgilerimi sunarım.

Niğde, Ağustos 2013

Gökhan KARTAL

ÖZET

BÖLGESEL KALKINMADA KÜMELENME: TÜRKİYE'DE TURİZM KÜMELENMESİ (2000-2012)

Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler insanları ekonomik, sosyal ve siyasal birçok alanda etkilemiştir. Ekonomik gelişmelerle beraber insanların gelir düzeyleri artmış, buna paralel olarak insanoğlu daha fazla psikolojik baskıyla boğuşmak zorunda kalmıştır. İnsanların bu baskılardan biran olsun uzaklaşma isteği insanları daha fazla turistik faaliyetlere yöneltmiştir. Artan turizm talebi turizmin oluşturduğu ekonomik pastanın büyümesine ve turizmin ülke ekonomilerindeki öneminin artırmasına sebep olmuştur. Turizmin artan önemi karşısında daha fazla pay almak isteyen ekonomiler turizm gelirlerini kendine çekmek için çeşitli stratejiler ortaya atmışlardır.

Porter'in ünlü Elmas Modeli ile birlikte kümelenme kavramı çeşitli sektörlerde uygulanmaya başlanmıştır. Diğer sektörlerde olduğu gibi turizmde de kümelenme yaklaşımı uygulama alanı bulmuştur. Ülkemizde kümelenme stratejisinden kayıtsız kalmayarak çeşitli sektörlerle birlikte turizm sektöründe de kümelenme çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmada turizm kümelenmesi ve bölgesel kalkınmadaki etkisi Türkiye örneği çerçevesinde incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda birinci bölümde bölgesel kalkınma kavramı ve bölgesel kalkınma teorileri, bölgesel dengesizlik nedenleri ve sonuçları, bölgesel kalkınma politika araçları ile kümelenme kavramı incelenerek kümelenme kavramının bölgesel kalkınma üzerine etkileri üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde turizm kavramı, turizmin tarihsel gelişimi, yapısal özellikleri, turizm türleri, turizmin ekonomik etkileri ve turizm-bölgesel kalkınma ilişkisi ile turizm ve kümelenme ilişkisi, turizm kümelenmesinin amaçları ve dünyadaki turizm kümelenmesi örnekleri verilecektir. Üçüncü bölümde turizmin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri üzerinde durulduktan sonra Türkiye'deki belli başlı turizm kümelenmeleri incelenerek turizm kümelenmesinin bölgesel kalkınmaya etkisi incelenecektir.

Türkiye'de turizm kümelenmesi konusunda çalışmaların sınırlı olması ve yapılan çalışmaların çoğunun proje aşamasında olması, yeterince veri elde etmeyi kısıtlayıcı neden olmuştur. Bunun yanında mevcut veriler turizm kümelenmesinin

bölgesel kalkınmayı sağlamada etkili olabileceğini göstermektedir. Bu durum turizm kümelenmesi konusunda daha fazla çalışma yapılması, proje aşamasında olan çalışmaların ise uygulamaya geçirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bölgesel Kalkınma, Kümelenme, Turizm Ekonomisi, Turizm Kümelenmesi, Türkiye’de Turizm ve Kümelenme.

ABSTRACT

CLUSTERING IN REGIONAL DEVELOPMENT: IN TURKEY TOURISM CLUSTERING (2000-2012)

Globalization and technological developments have affected people in economical, social and political fields. With economical developments, income level of people has grown, concordantly humankind has been obliged to struggle with much more psychological pressure. People's desire for moving away from these pressures for a moment has directed people to more touristic activities. Increasing tourism demand was caused both the growth of the Economic pie which created by tourism and these countries increase to importance of tourism. Economies which more pie wanting to get in the face of increasing importance of Tourism have suggested a variety of strategies to attract tourism revenues.

Porter's Diamond Model in conjunction with the concept of clustering various sectors started to be implemented. Other sectors such as tourism, area of application has found that clustering approach. In our country remain indifferent clustering strategy with various sectors in tourism sector is made of clustering studies. In this study, it is purposed to analyze tourism clustering and its effects on regional development within the frame of Turkey example. In this direction, in the first part, the concept of regional development and regional development theories, reasons for regional imbalance and its results, regional development policy instruments and the concept of cluster will be researched and effects of the concept of cluster on regional development will be focus on. In the second part, the concept of tourism, historical development of tourism, its structural features, tourism types, economical effects of tourism and the relationship between tourism and regional development and the relationship between tourism and cluster, purposes of tourism clustering and examples of tourism clustering in the world will be given. In the third part, after dwelling on the effects of tourism on Turkey economy, the effect of tourism clustering on regional development will be researched by analyzing principal tourism clusterings in Turkey.

The fact that there are limited studies on tourism clustering and most of the studies made are in project stage restricts acquiring sufficient data. Beside this, present studies show that tourism clustering can be effective in providing regional development. This situation proves that more studies must be made on tourism clustering, studies in project stage must be put into practice.

Keywords: Regional Development, Clustering, Economy of Tourism, Tourism Clustering, Tourism and Clustering in Turkey.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vii
TABLO, GRAFİK VE ŞEKİLLER.....	xiv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvii
GİRİŞ	xviii

BİRİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMA KAVRAMI VE KÜMELENME

1.1.BÖLGESEL KALKINMA	1
1.1.1. Bölgesel Kalkınma Kavramının Literatür Özeti.....	2
1.1.2.Bölge Kavramı ve Bölge Çeşitleri	11
1.1.2.1.Ekonomik Yapı Açısından Bölge Kavramı	12
1.1.2.1.1. Homojen Bölge	12
1.1.2.1.2. Polarize Bölge	13
1.1.2.1.3. Plan Bölge	13
1.1.2.2.Ekonomik Gelişmişlik Düzeyleri Bakımından Bölgeler.....	14
1.1.2.2.1. Gelişmiş Bölge	14
1.1.2.2.2. Az Gelişmiş Bölge.....	14
1.1.2.2.3. Potansiyel Gelişme Bölgesi	15
1.1.2.2.4. Potansiyel Bakımından Az Gelişmiş Bölge.....	15
1.1.3.Bölgesel Kalkınma Teorileri.....	15
1.1.3.1. Dengeli Kalkınma Kuramları	16

1.1.3.1.1. <i>P.N. Rosenstein-Rodan ve Dengeli Kalkınma</i>	16
1.1.3.1.2. <i>Ragnar Nurkse: Fakirliğin Kısır Döngüsü</i>	17
1.1.3.2. Dengesiz Kalkınma Kuramları	18
1.1.3.2. 1. <i>F. Perroux'un Kalkınma Kutupları Teorisi</i>	18
1.1.3.2.2. <i>Dengesiz Kalkınma Hirschmann Modeli</i>	19
1.1.4. Eski ve Yeni Bölgesel Kalkınma Teorilerinin Karşılaştırılması	19
1.2.5. Bölgesel Dengesizlik, Nedenleri ve Yarattığı Sorunlar	24
1.2.6. Bölgesel Kalkınma Politikası Araçları	26
1.2.6.1. Teşvik Tedbirleri, Kamu Yatırımları, İdari Kararlar ve Düzenlemeler	27
1.2.6.2. Bölgesel Kalkınma Ajansları	29
1.2.6.3. Teknoparklar	30
1.2. KÜMELENME	32
1.2.1. Kümelenme Kavramının Literatür Özeti	32
1.2.2. Porter'ın Elmas Modeliyle Gelen Yeni Bir Yaklaşım: Kümelenme ...	43
1.2.2.1. Kümelenmenin Tanımı ve Özellikleri	43
1.2.2.3. Kümelenmenin Firmalara Sağladığı Avantajlar	47
1.2.3. Kümelenme Girişiminin Hedefleri	51
1.2.3.1. Araştırma ve Ağ Oluşturma	51
1.2.3.2. Politika Faaliyetleri	53
1.2.3.3. Ticari İşbirlikleri	53
1.2.3.4. İnovasyon	54
1.2.4. Kümelenme Politikaları	55
1.2.5. Bölgesel Kalkınma Aracı Olarak Kümelenme	58
1.2.6. Kümelenme ve Rekabet Edilebilirlik	61

1.2.7.Kümelenme ve İnovasyon	64
------------------------------------	----

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZM KÜMELENMESİ

2.1.TURİZM KAVRAMI	66
2.1.1.Turizmin Tanımı ve Özellikleri	66
2.1.2.Turizmin Dünyada Tarihsel Gelişimi.....	69
2.1.3.Turizmin Türleri	71
2.1.4.Turizmin Yapısal Özellikleri.....	72
2.1.4.1.Turizm Arzının Tanımı, Özellikleri ve Turizm Arzını Etkileyen Etmenler	72
2.1.4.2.Turizm Talebinin Tanımı, Özellikleri ve Turizm Arzını Etkileyen Etmenler	74
2.2.TURİZM SEKTÖRÜ.....	76
2.2.1.Milli Gelire ve Ekonomik Büyümeye Etkileri	77
2.2.2. Ödemeler Dengesine Etkisi.....	84
2.2.3.Turizm Harcamalarının Çarpan Etkisi	86
2.2.4. İstihdama Etkisi.....	87
2.2.5. Turizmin ve Bölgesel Kalkınma İlişkisi	90
2.3.TURİZM VE KÜMELENME.....	92
2.3.1.Turizm Kümelenmesindeki Küme Aktörleri.....	92
2.3.2.Turizmde Kümelenme Şekilleri	97
2.3.3.Turizm Kümelenmesinin Hedefleri	98
2.3.4.Dünyadaki Turizm Kümelenmesi Örnekleri	102

2.3.4.1.Tunus Turizm Kümelenmesi	102
2.3.4.2. Andalucía (Endülüs) Turizm Kümelenmesi	104

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TURİZM KÜMELENMESİ VE BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİSİ

3.1.TURİZMİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ	111
3.1.1.Türkiye’de Turizm Yatırımları	120
3.1.2. Türkiye’de Turizmin Ulusal Gelire Etkisi ve GSMH İçindeki Yeri.	122
3.1.3.Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesi ve İhracata Etkisi	129
3.1.4.Türkiye’de Turizmin İstihdama Etkisi	136
3.1.5.Türkiye’de Turizm Sektörünün SWOT Analizi	138
3.2.TÜRKİYE’DEKİ TURİZM KÜMELENMESİ ÖRNEKLERİ.....	140
3.2.1. Sultanahmet Turizm Kümelenmesi	143
3.2.2.MEVKA Bölgesi Turizm Kümelenmesi	147
3.2.3.Kapadokya Turizm Kümelenmesi.....	159
3.2.4.Antalya Bölgesi Turizm Kümelenmesi.....	169
3.2.5.Muğla Turizm Kümelenmesi.....	175
3.2.6.Mardin Turizm Kümelenmesi.....	185
3.2.7.Bolu Turizm Kümelenmesi.....	189
3.3.TURİZM KÜMELENMESİNİN BÖLGESEL KALKINMA ÜZERİNDE ETKİLERİ	191
3.3.1.Turizm Kümelenmesinin Kalkınma Kutbu Oluşturması.....	194
3.3.2.Turizm Kümelenmesiyle Bölgesel Gelirin Artması.....	196

3.3.3.Turizm Kümelenmesinin İstihdamı Artırması.....	197
3.3.4.Turizm Kümelenmesinin Rekabet Gücünü Artırması	198
3.3.5.Turizm Kümelenmesinin Sosyo-Kültürel ve Diğer Etkileri.....	199
SONUÇ.....	202
KAYNAKÇA	209
ÖZGEÇMİŞ.....	223

TABLÖLER

Tablo 1: Bölgesel Kalkınma Politikalarındaki Değişmeler	23
Tablo 2: Mutlak Üstünlükler Teorisi (Bir İşçinin Günlük Üretim Miktarı).....	33
Tablo 3: Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi (Emek Başına Çıktı Miktarı).....	34
Tablo 4: Ürün Dönemleri Teorisi Şematik Özeti	36
Tablo 5: Dünyadan ve Türkiye'den Kümelenme Örnekleri	45
Tablo 6: Kümelenme Politikası Hedefleri ve Öncelikleri.....	58
Tablo 7: Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi Üzerine Yapılan Ampirik Çalışmalara İlişkin Literatür Özeti.....	80
Tablo 8: Turizm Gelirlerinin Harcanma ve İstihdam Oluşturma Alanları	89
Tablo 9: Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla İçindeki Payı (Cari Alıcı Fiyatlarıyla)	125
Tablo 10: Turizm Gelirlerinin Yabancı ve Vatandaş Ayrımı Çerçevesinde Dağılımı	128
Tablo 11: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarına Oranı.....	130
Tablo 12: Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı.....	133
Tablo 13: Turizm Gelir - Gider Dengesi	135
Tablo 14: Dünya Geneli ve Türkiye Turizm Sektörü İstihdam Verileri	138
Tablo 15: Türkiye, TR52 Düzey 2 Bölgesi, Konya ve Karaman Turist Sayıları Tablosu (Kişi)	148
Tablo 16: Türkiye, TR52 Düzey 2 Bölgesi, Konya ve Karaman Turizm Gelirleri Tablosu (Milyon Dolar)	148
Tablo 17: Kapadokya Turizm Kümelenmesinin Muhtemel Etkileri	167
Tablo 18: Geleneksel Turizme Yönelik Makro Düzey Stratejiler	178

GRAFİKLER

Grafik 1: Turizm Sektörü ve Küresel GSYİH Büyüme Oranları	78
Grafik 2: Andalucía (Endülüs) Turizm Talebinin Segmentasyonu	109
Grafik 3: Türkiye’de Turizmin Dünya Turizmi Sıralamasında Yeri (Turizm Gelirleri ve Turist Sayıları Açısından).....	112
Grafik 4: Ziyaretçi Sayıları İçinde Türkiye’nin Payı	116
Grafik 5: Ziyaretçi Sayısı ve Ziyaretçi Başına Turizm Gelirleri.....	117
Grafik 6: Aylık Yabancı Ziyaretçi Sayısı.....	117
Grafik 7: Türkiye’ye Gelen Ziyaretçilerin Başlıca Turistik Merkezlere Göre Dağılımı	118
Grafik 8: Türkiye’ye Gelen Ziyaretçilerin Başlıca Turistik Merkezlere Göre % Dağılımı	119
Grafik 9: Bölge Bazında Otel Yatak Kapasitesi.....	119
Grafik 10: Turizm Gelir ve Giderlerin Yıllara Göre Dağılımı (Revize Edilmiş Rakamlarla).....	123
Grafik 11: Yıllara Göre GSMH ve Turizm Gelirleri (Dolar)	127
Grafik 12: Yıllara Göre Turizmin GSMH İçindeki Payı	127
Grafik 13: Turizmin İhracat Gelirlerine Oranı	131
Grafik 14: Turizmin İthalat Giderlerine Oranı	131
Grafik 15: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarına Oranı	132
Grafik 16: Yıllar İtibariyle Türkiye’de Turizmin İstihdam’a Katkısı	137

ŞEKİLLER

Şekil 1: Porter’ın Elmas Modeli	41
Şekil 2: Kümelenme Unsurları.....	47
Şekil 3: Kümelenmenin Beraberinde Getirdikleri.....	50
Şekil 4: Kümelenmede Ağlar.....	52
Şekil 5: Kümelenme Politikalarının Aşamaları.....	57
Şekil 6: Turizmde Kümelenme Modeli	96
Şekil 7: Endülüs Bölgesi Haritası	106
Şekil 8: Sultanahmet Turizm Kümelenmesi Analizi Haritası (2000)	144
Şekil 9: Sultanahmet Turizm Kümelenmesi Analizi Haritası (2005)	146
Şekil 10: Kapadokya Turizm Geliştirme Birliği (KTGA) Yapısal Modeli	164
Şekil 11: Turizm Kümelenmesi Kalkınma Modeli.....	194

KISALTMALAR LİSTESİ

Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği	AKTOB
Antalya Eğitim ve Araştırma Vakfı	ANTAV
Antalya Tanıtım Vakfı	ATAV
Antalya Ticaret ve Sanayi Odası	ATSO
Avrupa Birliği'nin Katılım Öncesi Yardım Aracı	IPA
Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü	UNWTO
Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü	UNESCO
Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı	UNDP
Competitive Advantage of Turkey	CAT
Dış Ticaret Açığı	DTA
Doğu Avrupa Sanayi Tröstü	DAST
Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization)	WTO
Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü	OECD
Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası	ETSO
İngiltere Teknoparklar Birliği	UKSPA
İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçısı Birlikleri	İTKİB
Kapadokya Turizm Geliştirme Ajansı	KTGA
Kayseri Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi	ABİGEM
Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler	KOBİ
Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiyi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başk.	KOSGEB
Mevlana Kalkınma Ajansı	MEVKA
Sergi-Fuar	EXPO
Tunus Ulusal Turizm Ofisi	ONTT
Türkiye İstatistik Kurumu	TÜİK
Türkiye Otelciler Federasyonu	TÜROFED
Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği	TURSAB
Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği	AIEST
Uluslararası Kongreler ve Toplantılar Birliği	ICCA
Uluslararası Rekabet Avantajları Kurumu	URAK

GİRİŞ

Sanayi devrimiyle birlikte insanlar tarımdan, topraktan gittikçe uzaklaşarak betonlaşan şehir hayatının içerisinde kendi doğasından uzaklaşmaya başlamıştır. Belki ekonomik açıdan insanlar geçmişe göre çok daha iyi bir konuma ulaşmışlar fakat bunun karşılığında birçok şeyden ödün vermek zorunda kalmıştır. Günümüz iş yaşamı insanların daha fazla stres yüklenmelerine neden olmuştur. Bunun yanında şehir hayatının getirdiği birçok olumsuz durum insanları psikolojik yönden yıpratmaya başlamıştır. İnsanlar bu baskılardan bir an olsun uzaklaşmak için daha fazla turistik faaliyetlere katılmaya başlayarak turizm sektörünün gelişmesine ortam sağlamıştır.

Turizm faaliyetlerine talebin artması turizm potansiyeli olan bölgelerde turizmin ekonomik etkisini artırmıştır. Çoğu yer için turizm, bölgenin en önemli gelir kaynağı olmuştur. Turizm potansiyeli olan bölgelerde ekonomik kalkınma için bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm sektörü önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Turizmin artan önemi karşısında daha fazla pay almak isteyen ekonomiler turizm gelirlerini kendine çekmek için çeşitli stratejiler ortaya atmışlardır.

Porter'in ünlü Elmas Modeli ile birlikte kümelenme kavramı çeşitli sektörlerde uygulanmaya başlanmıştır. Diğer sektörlerde olduğu gibi turizmde de kümelenme yaklaşımı uygulama alanı bulmuştur. Ülkemizde kümelenme stratejisinden kayıtsız kalmayarak çeşitli sektörlerle birlikte turizm sektöründe de kümelenme çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmada ülkemizdeki turizm kümelenme çalışmaları incelenerek bölgesel kalkınma açısından turizm kümelenmesinin araç olup olmayacağı konusunda inceleme yapmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda üç bölüm olarak oluşturulmuş bu çalışmada birinci bölümde bölgesel kalkınma kavramı ve kümelenme kavramı incelenmiştir. İkinci bölümde turizm sektörü ve turizm kümelenmesi incelenmiştir. Son bölümde turizmin Türkiye ekonomisindeki önemi ve Türkiye'deki turizm kümelenmesi örnekleri incelenerek bölgesel kalkınmaya etkileri incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMA KAVRAMI VE KÜMELENME

Bu bölümde öncelikle bölgesel kalkınma kavramı üzerinde durulacaktır. Bu kapsamda bölgesel kalkınma kavramına temel teşkil eden bazı teorik yaklaşımlar incelenecek olup daha sonra bölgesel kalkınma kavramı ve bölgesel kalkınma teorileri, bölgesel dengesizlik nedenleri ve sonuçları, bölgesel kalkınma politika araçları incelenecektir. Bölümün ikinci kısmında kümelenme kavramı üzerinde durulacaktır. Bu kapsamda kümelenme kavramına temel teşkil eden teoriler incelendikten sonra kümelenme kavramı incelenecektir. Son olarak kümelenme kavramının bölgesel kalkınma üzerine etkileri incelenecektir.

1.1.BÖLGESEL KALKINMA

Ekonomik kalkınma ve büyüme kavramları son yılların en dikkat çekici konularından birisidir. Kutuplaşmış dünya düzeninde, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ve nispeten geri kalmış ülkeler gibi çeşitli ekonomik kutuplar oluşmaktadır. Dünyanın bir bölümü refah içerisinde hayatını idame ettirirken bir kısmı ise açlıkla boğuşmaktadır. Böyle bir düzen içerisinde bu dengesizliklerin giderilmesi için çıkış yolları aramak insanlığın bir ihtiyacı haline gelmektedir. Bu sebeplerden dolayı ekonomik kalkınma kavramı literatürde oldukça yer kaplamaktadır.

Ekonomik dengesizlikler ülkeler arasında ortaya çıkabileceği gibi bir ülkenin bölgeleri arasında da ortaya çıkabilmektedir. Bu dengesizlikler gelişmekte olan ülkelerde görülebileceği gibi gelişmiş ülkelerde de görülebilir. Burada ekonomik kalkınma ve büyüme kavramları arasındaki farklılıkları da belirtmek gerekir. Buna göre ekonomik kalkınma az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeleri ilgilendirirken ekonomik büyüme gelişmiş ekonomileri ilgilendirmektedir. Buradan yola çıkarak bölgesel kalkınma kavramının kalkınma kavramı sınırları içerisinde yer alan gelişmekte olan ülkelere çıkıp büyüme kavramı içerisinde yer alan gelişmiş ülkeleri de içerisine

alabilmektedir. Ekonomik kalkınma ve ekonomik büyüme arasındaki farkları şu şekilde sıralayabiliriz¹:

- Büyüme daha fazla girdi daha fazla ürün demekken kalkınma girdi çeşitliliği ve ürün yelpazesinin çeşitlendirilmesi anlamına gelmektedir.
- Büyüme kantitatif (niceleyici) kalkınma kalitatif (niteleyici) değişimi ifade etmektedir.
- Kalkınma büyümeden farklı olarak sürdürülebilir büyüme, üretim ve tüketim kalıplarında yapısal değişim, teknolojik gelişme, sosyal, politik ve kurumsal modernizasyon ve beşeri konularda kalkınma gibi unsurları da içermektedir.

Bu bölümde bölgesel kalkınma kavramının tam olarak anlaşılabilmesi için bölgesel kalkınma literatür özeti verilecek, bölge kavramı üzerinde durulacak daha sonrasında bölgesel kalkınma ve bölgesel kalkınma teorileri incelenecek, bölgesel dengesizlikler, nedenleri ve sonuçları üzerinde durulacaktır. Son olarak, bölgesel kalkınma politika araçları incelenecektir.

1.1.1. Bölgesel Kalkınma Kavramının Literatür Özeti

Bölgesel kalkınma, sanayileşmenin belli bölgelerde toplanması sonucu oluşan dengesizliği ortadan kaldırmak amacıyla, geri kalmış bölgelerin sanayileşmesini ve ülke içinde eşit gelir dağılımının sağlanmasını ifade eder².

Ekonomik faaliyetlerin ülke genelinde eşit bir şekilde dağılmamış olması bölgeler arasında farklılıkların bulunmasına, buda bazı bölgelerin bazı bölgelere göre daha az gelişme göstermesine neden olmaktadır. Bölgesel kalkınma kavramı da bu geri kalmış bölgelerin kalkınması konusu üzerinde durmaktadır.

Ekonomik faaliyetlerin ülke genelinde bölgeler arasındaki dağılımı sadece piyasa ekonomisine bırakılmayıp ülke genelinde daha rasyonel dağılımı için kısmi müdahaleler özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hükümet programlarında yer

¹ Mustafa ILDIRAR (2004), Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, s.6.

² Saadettin PAKSOY ve Mustafa H. AYDOĞDU (2010), "Bölgesel Kalkınmada Girişimciliğin Geliştirilmesi: GAP-GİDEM Örnekleri", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, (5:1), s.114.

almaya başlamıştır³. Bu bölümde kalkınma kavramına dayanak oluşturan bazı teoriler özetlenmiştir. Buna göre bölgesel kalkınma kavramının temellerini oluşturan kalkınma teorilerini şu şekilde sıralayabiliriz:

1- Yapısal değişimi esas alan teoriler:

- Clark (1939) ve Fisher (1940):

Clark ve Fisher ekonomik etkinlikleri; tarım, ormancılık, madencilik gibi birincil, imalât, inşaat gibi üretim faaliyetlerini ikincil ve hizmetleri ise üçüncül faaliyetler olarak ayırarak bu paralelde ülkelerin gelişmişliklerini de birincil, ikincil ve üçüncül faaliyetlerin toplam ekonomi içindeki paylarına göre sınıflandırmıştır. Buna göre gelişmekte olan ülkeler kaynaklarını daha çok birincil faaliyetlere, gelişmiş olanlar ikincil faaliyetlere, son aşamada bulunan olgun gelişmiş ülkeler de üçüncül faaliyetlere olmak üzere sınıflandırmıştır. Clark, ekonomik büyüme devam ettiği sürece faaliyet yapısının değişeceğini, bunun sebebi olarak insanların geliri yükseldikçe gelirlerinden birincil ürünlere harcanan kısmın azalarak diğer ürünlere kayması olarak belirtmiştir. Bu kayma sonucunda ekonomide yapısal değişimin meydana geleceğini savunmuştur⁴.

- H. B. Chenery (1960) ve S. Kuznets (1973):

Yapısal değişme kavramı ekonomik olarak, tarım sektöründen sanayi sektörüne doğru bir kaymayı ve bu kaymanın sonuçlarını tanımlamaktadır. Buna göre H. E. Chenery, yapısal değişme veya dönüşümü “...fiziki ve beşeri sermaye birikimi ile talep, üretim, ticaret ve istihdamın kompozisyonlarında bir kayma...” olarak ifade ederek ekonomik dönüşümün esasını vurgulamaktadır. Ayrıca bu dönüşüm süreci kentleşme, demografik dönüşüm ve gelir dağılımındaki değişimler gibi sosyo-ekonomik süreçlerle de bağlantılıdır⁵. Chenery’ye göre ekonomik faaliyetlerde birincil üretimde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan bir ülke, sanayi payının yükselmemesine rağmen

³ ILDIRAR (2004), ss.13-16.

⁴ Leyla DOLUN ve A. Hakan ATİK (2006), Kalkınma Teorileri ve Modern Kalkınma Bankacılığı Uygulamaları, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara, ss.5-10.

⁵ Cengiz YAVİLİOĞLU (2002), “Geri Kalmışlık Olgusu ve Ekonomistik Kalkınma Teorileri (Eleştirel Bir Yaklaşım)”, Cumhuriyet Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:3, Sayı:2, s.67.

birincil üretimde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan ülkenin daha yüksek bir gelir seviyesine gelebileceğini savunmuştur. Chenery'ye göre sanayileşme, ekonomik yapıda ilk olarak, tüm sektörler içerisinde imalât sanayinin öneminde artış; ikinci olarak sanayi üretiminin kompozisyonunda değişim ve son olarak, her bir mal için üretim teknikleri ve arz kaynaklarında değişim olarak üç aşamada gerçekleşebilir. Chenery'ye göre, gelir arttıkça tüketim mallarının payı düşerken, yatırım mallarının payı artmaktadır⁶.

Kuznets, büyümenin erken aşamalarında ulusal gelirin eşitsiz bir şekilde dağıldığı ve daha sonra büyümenin sonraki aşamalarında bu eşitsizliğin giderildiği sonucuna varmıştır⁷. Kuznets ünlü Modern Ekonomik Büyüme adlı makalesine göre ekonomik kalkınmanın ilk aşamalarında gelir eşitsizliği kalkınma ile birlikte artar. Fakat ekonomik gelişme devam ettikçe önce gelir eşitsizliğinin artış hızı duracak daha sonra ise bu eşitsizliğin azalacağını savunmuştur. Kuznets'in bu teorisi daha sonraları "Kuznets eğrisi", "Kuznets Hipotezi" veya "Ters U Eğrisi" olarak adlandırılmıştır. Kuznets'e göre ekonomik gelişmenin ilk aşamalarında tarım sektörü ekonomide hakim sektör olup ekonomik dönüşüm sonucunda sanayi sektörü hakim konuma geçecek dolayısıyla toplumdaki gelirler birbirine yaklaşacak ve sonuçta gelir eşitsizliği azalacaktır⁸.

- Lewis (1966) “Sınırsız Emek Arzı”:

Lewis'in, “dual bir ekonomi” olarak tanımladığı az gelişmiş ülkelerdeki yapıyı, “kapitalist” ve “geleneksel” sektör diye ikiye ayırmıştır. Lewis, Adam Smith'in “üretken” (productive) ve “üretken olmayan” (unproductive) işgücü arasındaki ayırımından yararlanmamaktadır. Üretken işçi “kapitalist” işçi olarak ifade edilebilir. “Kapitalist” sektörde dışsal bir veri olarak reel ücret, “geleneksel” sektördeki mevcut alternatif kazançları aşmaktadır⁹. İkili yapıdan birincisi olan geleneksel, aşırı nüfusa sahip kırsal sektörde işgücünün marjinal verimliliğini sıfır olduğundan diğer sektöre

⁶ DOLUN ve ATİK (2006), s.6.

⁷ DOLUN ve ATİK (2006), ss.6-7.

⁸ İbrahim TOKATLIOĞLU ve Murat ATAN (2007), “Türkiye'de Bölgeler Arası Gelişmişlik Düzeyi ve Gelir Dağılımı Eşitsizliği: Kuznets Eğrisi Geçerli Mi?”, Ekonomik Yaklaşım, Cilt: 18, Sayı: 65, ss.26-27.

⁹ Ronald FİNDLAY (2010), “W. Arthur LEWIS'in Ekonomi Bilimine Katkısı Üzerine”, (Çev. Süleyman ÖZDEMİR), Çalışma ve Toplum Dergisi, Sayı:3, ss.74-75.

aktarılabak işgücü, Lewis'e göre üretim kaybına yol açmaz. Kalkınma, endüstriyel sektörün tarım sektöründeki gizli işsizleri kendine çekmesi ile başlar. Lewis'e göre emeğin ücreti sabit kalması durumunda endüstriyel sektör daha fazla işgücü istihdam edecek bunun yanında ulusal gelir içinde kârların oranı artacaktır. Bu durum ise yatırımları harekete geçirecektir. Böylece ekonominin yapısı değişerek, tarımsal geleneksel sektörden endüstriyel sektöre geçiş sağlanmış olacaktır. Lewis'e göre, endüstriyel kesimdeki büyüme kâr artışının yanında aynı zamanda yabancı sermaye, kredi ve enflasyon gibi unsurların etkisi de bulunmaktadır¹⁰. Kısaca tarımdan sanayiye aktarılan yoğun emek gücünün hızlanmasıyla kalkınma başlayacaktır.

2- Doğrusal büyüme aşamaları modellerini esas alan teoriler:

- *Rostow'un İktisadi Büyümenin Aşamaları Teorisi (1960):*

Rostow, toplumların ekonomik kademeli gelişmesini bir uçak yolcuğuna benzettiği çalışmasına göre geleneksel evrede uçak henüz yerdedir, sanayi-öncesi toplumlar bu evreye dâhildir, toplumsal hareketlilik yoktur ve tasarruf oranları düşüktür. Kalkışın ön şartları evresinde geleneksel toplum, dış etmenden etkilenerak Rostow'un ifadesiyle "kâr ve modernleşme peşinde risk almaya hazır, işletmeci insan tipi" ortaya çıkmaktadır¹¹. Rostow'a göre bir toplumun İktisadi Büyümenin Aşamaları'nı geçilebilmesinin şartı ülkenin tüketim malı değil sermaye malı üretmesidir. Rostow'a göre büyüme aşamaları şunlardır¹²:

- Geleneksel toplum aşaması: Ülkelerde tarım sektörü ağırlıklı olup modern bilim/teknik uygulamaları bulunmamaktadır. Teknolojik değişimin olmaması nedeniyle büyümenin durgun olduğu aşamadır. Bu aşamada ekonomi düşük gelir dengesine oturmuştur ve bu sebeple de tasarruflar yok denecek kadar azdır. Çok az miktarda yapılan tasarruflar ise sosyal verimliliğin çok düşük olduğu alanlara yapıldığından ekonomideki durgunluk süreklilik kazanmaktadır.

¹⁰ DOLUN ve ATİK (2006), s.7.

¹¹ Çağatay GÖKGÖZ ve diğerleri (2010), "Bölgesel Kalkınma ve Bölge Planlamada Yeni Dönem", s.1, http://www.ipuder.org/dosya-arivi/doc_download/64-boelgesel-kalknma-ve-boelge-planlamada-yeni-doenem.html, (E.T:02.12.2012).

¹² "Ekonomik Büyüme Nedir, Ekonomik Büyüme Modelleri ve Teorileri" <http://www.ekodialog.com/Konular/ekonomik-buyume-modelleri-teorileri.html>, (E.T:09.12.2012).

- Hazırlık aşaması (Geçiş aşaması): Eğitim, altyapı yatırımları artış göstermekte olup yeni girişimciler ortaya çıkmaktadır. Ekonominin temeli tarım sektörüne dayalıdır fakat artık modernleşme sürecine girilmiştir.
- Harekete geçiş aşaması: Harekete geçiş aşamasına gelindiğinde ülke GSMH'sı içinde tasarruflar belli bir paya sahip olmaktadır. Para yatırımı ve tasarruf hızı milli gelirin yüzde onuna ve daha fazlasına kadar yükselebilmektedir. Bu aşamada harekete geçişi sağlayan temel fakat tek olmayan itici güç teknolojidir. Bu dönem sanayi sektörünün canlandığı, tarımda yeni tekniklerin kullanıldığı bir dönemdir. Bu dönemde oluşan kâr tekrar yatırıma dönmekte ve teknoloji tüm sektörlerde etkin kullanılmaya başlamaktadır.
- İktisadi olgunluk aşaması: Toplumlar kaynaklarını modern teknolojinin bulunduğu alanlarda kullanmaktadır. Tasarrufların yatırıma dönüştürüldüğü aşamadır. Bu aşamada gelirdeki artış nüfus artışından fazladır. Gelirin önemli bir kısmı yatırıma aktarılmaktadır.
- Kitle tüketimi aşaması: Kişi başına gelir o kadar artmıştır ki, toplum üretmekten çok tüketmeye ağırlık vermektedir. Ülkenin büyümede sürekliliği sağladığı aşamadır.
- *Harrod (1939) – Domar (1940) Büyüme Modeli:*

İngiliz iktisatçı Harrod ile ABD'li iktisatçı Domar ayrı ayrı Kapitalist bir ekonomide iktisadi büyümenin dengeli olabilmesinin koşulları üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda benzer sonuçlara vardılar ve tezleri iktisat literatüründe Harrod-Domar modeli olarak adlandırılmıştır¹³. Bu modele göre Harrod ve Domar'a göre büyüme oranı sermaye hasıla katsayısı (k) ve tasarruf oranı (s) tarafından belirlenmekte olup ekonomik büyüme, tasarruf oranıyla pozitif, sermaye hasıla katsayısıyla negatif yönlü bir ilişki içerisinde olmaktadır. Yani Harrod ve Domar'a göre büyümeyi yatırımlar belirler. Yatırım arttıkça büyüme hızı da artar. Kısa dönem tüketimleri azaltıp yatırımları arttırdığımız takdirde veya dış borç alınıp mevcut tasarruflara eklenirse uzun dönem büyüme hızında artış sağlanacaktır. Ayrıca iç tasarrufların artmasıyla, dış

¹³ “Harrod-Domar Modeli”, http://www.ekodialog.com/konular/harrod_domar_modeli.html, (E.T:09.12.2012).

tasarruflara ihtiyaç kalmayacak ve borç servisi için gerekli finansman sağlanmış olacaktır¹⁴. Kısaca Harrod-Domar Modeli'nde yatırımlar büyümenin motorudur¹⁵.

- *Solow (1956) Dışsal Kalkınma Modeli:*

Solowyan büyüme modeli, Harrod-Domar modelinin karşı olarak Harrod-Domar modelindeki sürdürülmesi zor bıçak-sırtı denge şartlarına bağlı olmayan, devletin müdahalesine gerek olmayan ve emek faktörünü içselleştiren dengeli bir büyümeyi hedeflemiştir¹⁶. Harrod-Domar modelinde sabit olan Sermaye-hasıla ve sermaye-işgücü oranları, Solow Dışsal Kalkınma modelinde sabit değildir. Solow'a göre beşerî sermayenin büyümede herhangi katkısı yoktur. Ekonomideki toplam üretim (Y_t), toplam fizikî sermaye stoku (K_t), toplam işgücü miktarı (L_t) ve zamanın (t) bir fonksiyonu olmak üzere $Y_t=f(K_t, L_t, t)$ bağıntısı tanımlanmıştır. Solow Modeli, fizikî sermayenin azalan verimler kanununa tabi olduğunu ima etmekle birlikte büyüme, dışsal faktörler tarafından belirlenen toplam faktör verimliliği ile gerçekleşmektedir¹⁷.

Solow modeline göre bir ülkenin zengin diğerinin yoksul olmasının nedeni, zengin ülkenin daha çok yatırım yapması, daha az nüfus artış hızına sahip olması ve bu iki nedenin birlikte daha çok işçi başına sermaye birikimi yapmamıza olanak sağlaması ve bundan dolayı da işgücü verimliliğinin artmasıdır. Solow modelinde teknolojik gelişme sayesinde kalıcı büyüme sağlanır¹⁸.

3- Uluslararası bağımlılık teorileri:

Bağımlılık teorisyenleri azgelişmiş ülkelerde kapitalist gelişmenin zor ve bu kapitalist sistem içerisinde azgelişmiş ülkelerin kalkınamayacağını savunmuşlardır.

¹⁴ “Ekonomik Büyüme Nedir, Ekonomik Büyüme Modelleri ve Teorileri”

<http://www.ekodialog.com/Konular/ekonomik-buyume-modelleri-teorileri.html>, (E.T:09.12.2012).

¹⁵ DOLUN ve ATİK (2006), ss.8-9.

¹⁶ Osman DEMİR (2002), “Durgun Durum Büyümeden İçsel Büyümeye”, Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:3, Sayı:1, s.2.

¹⁷ DOLUN ve ATİK (2006), s.9.

¹⁸ Murat Ali DULUPÇU ve Gökhan ÖZKUL, “Neo-Klasik (Solow-Swan) Büyüme Modeli”, <http://www.iktisatfakultesi.com/wp-content/uploads/2011/10/Neoklasik.buyume.modeli.ppt>, (E.T:09.12.2012).

Kalkınmanın her ülkenin kendi iç dinamizmine ağırlık verilerek gerçekleşeceğini savunmuşlardır¹⁹.

Klasik Marksizm'den farklı olsa da bu teorilerin genel varsayımlarını şu şekilde özetleyebiliriz²⁰:

- Gelişmekte olan ülkeler, genel olarak hammadde üreticisi ve nihai endüstriyel mal tüketicisi olup küresel ekonomideki gelişmelerden etkilenmekte; küresel ölçekli firmalar da bu ülkelerin gelişme süreçlerini doğrudan etkilemektedir.
- Gelişmekte olan ülkeler, ekonomilerinin bağımlı olduğu diğer ülkelerdeki gelişmelerden etkilenmekte ve az gelişmişlik, sanayileşmiş kapitalist ülkelerin dünya çapında genişlemesine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır.
- Az gelişmişlik dışsal bir olgudur. Uluslararası sistemin yapısı, Üçüncü Dünya Ülkeleri'nin kalkınması ile ilgili fırsatları sınırlandırmaktadır.
- *Theotino Dos Santos'un Bağımlılık Teorisi:*

Dos Santos; koloni bağımlılığı, teknolojik bağımlılık ve finansal bağımlılık olmak üzere az gelişmiş ülkelerin bağımlılık biçimlerini üçe ayırmıştır. Birinci bağımlılık şekli uluslararası ticaretin (hammadde, işgücü ve ithalat/ihracatın) kontrol edilmesi yoluyla bağımlılık, ikincisi teknolojik mallara ithalat yoluyla bağımlılık ve son bağımlılık şekli ise bankacılık ve finansal düzen yoluyla tabi kılınan bağımlılıktır²¹. Azgelişmişlik uluslararası kapitalist sistemin ve kuralların sonucu olup uluslararası kuruluşlar çözüm konusunda yetersizdir. Tekelci kapitalizm hem ekonomik hem de siyasal açıdan azgelişmiş ülkeleri kontrol altında tutmayı hedeflemektedir. Azgelişmiş ülkelerin bu sistemde kaldıkları sürece bu kısaçtan kurtularak kendi güçleri ile uluslararası kapitalizm karşısında başarı elde etmesi zor görülmektedir²².

¹⁹ Rıdvan IŞIK (2006), "Azgelişmişlik Sorunu Demokrasi Krizi ve İnsani Kalkınma Endeksine Göre Azgelişmiş Demokrasiler", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, s.11.

²⁰ DOLUN ve ATİK (2006), s.10.

²¹ http://www.sosyalhizmetuzmani.org/kapitalizm_kriz3.htm, (E.T:09.12.2012).

²² IŞIK (2006), s.72.

- *Paul Baran'ın Bağımlılık Teorisi:*

Ona göre az gelişmişliğin nedeni; az gelişmiş ülkelerdeki ekonomik artığın başka yerlere gitmesi veya verimsiz alanlarda kullanılması ya da yatırımları teşvik edecek ortamın sağlanamamasıdır. Gelişmiş ülkeler kapitalizmin gelişmesi, coğrafi konumun avantajlı olması ve doğal kaynakların yetersiz olması gibi nedenlerle az gelişmiş ekonomilerdeki ekonomik artığı elde ederek yatırım ve büyüme hızı artmaktadır. Bunun tersine az gelişmiş ülkeler gelişmiş ülkelerle rekabet edemeyecek düzeye gelmiş, sermaye artışı durmuş, bölgedeki sanayiler tahribata uğramıştır. Siyasi ve askeri ilişkilerde gelişmiş ülkelerin çıkarlarını sağlayan iktidar sahipleri ayakta kalmakta ticari iliksiler sonucu gelişmiş ülkelere ucuz hammadde aktarımı sağlayarak az gelişmiş ülkelerin çoğu gelişmiş ülkelerin nüfuzu altına girmiştir²³.

- *Frank'ın Bağımlılık Teorisi:*

Frank'a göre uydu olarak tanımladığı çevreye ait iktisadi yapılar artığa göz koyan metropoliten merkez tarafından kendi gelişme hedefleri doğrultusunda sürekli sömürülmektedir. Bu süreçte az gelişmiş uydu ülkenin endüstriyel gelişimi engellenerek devamlı ham madde ihraç eden ülke olarak kalırlar. Bu teoriye “Metropol-Uydu İlişkisi” denmektedir. Frank'a göre çoğunlukla tarımsal ürün üreten uydu değişim içinde üretmeye başladıkları anda kapital sisteme dahil olurlar. Metropol-Uydu ilişki eşitsiz bir ilişkidir. Burada dikkat çeken konu Frank'ın diğer Bağımlılık Teorilerinin aksine kalkınma iktisatçılarındaki olduğu gibi ikili yapı kullanmasıdır. Bunun nedeni bağımlılık teorilerine eleştirel bir şekilde yaklaşmasıdır. Buna rağmen aynı temelden beslenmektedir²⁴.

- *Samir Amin “Tıkanmış Kalkınma”:*

Frank'ın Metropol-Uydu İlişkisi'ne benze bir teori sunan Samir Amin'in “Tıkanmış Kalkınma” teorisine göre; kapitalist yayılmanın az gelişmiş denilen çevre

²³ IŞIK (2006), ss.60-72.

²⁴ Nevzat Evrim ÖNAL (2007), “1980 Sonrası Devlet Politikalarının Türkiye'nin Tarımsal Dönüşümüne Etkileri”, Basılmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.35.

lkelerde ve bu ülkelerin ekonomilerinde aşırı düzeyde çarpıtma, biçimsizleştirme, eklemsizleştirme meydana getirmekte; kapitalizmin bu ülkelere doğru genişlemesiyle birlikte iç yapıyı çarpıtarak içe dönük kendine ait iç bütünlüğü ve tutarlılığı olan ekonomik yapının gelişmesini engellemekte, iç bütünlüğü ve tutarlılığı olmayan ekonomik yapı oluşturarak gelişmenin önünü tıkamaktadır. Bağımlılık Teorisini Afrika ülkelerine uygulayan Amin “Uydunun geriliğı uydu ile merkez arasındaki eşitsiz mübadeleden kaynaklanmakta” sonucunu elde etmiştir²⁵.

- *Immanuel Wallerstein “Eşitsiz Mübadele”:*

Immanuel Wallerstein’e göre az gelişmişliğin nedeni eşit olmayan değişimdir. Sömürü ilişkileri özet olarak gelişmiş ülkelerin işçilerini de kapsayan bir bütün olarak az gelişmiş ülkelerin üzerinde kurdukları baskı sonucudur. Merkezle çevre arasındaki ücret farklılığı sonucunda ulusların ürettiğı değerler eşitsiz mübadele edilmektedir²⁶. Wallerstein’in bu görüşüne “Eşitsiz Mübadele” denmektedir.

4- Neo-klasik serbest piyasa teorileri:

Mevcut kalkınma teorilerinden istenilen sonuçları alamayınca yeni bir arayışa girilmiş ve Neo-Klasik Serbest Piyasa Teorileri ileri sürülmeye başlanmıştır. Peter Bauer, Ian Little, Deepak Lal, Bela Balassa, Julian Simon, Jagdish Bhagwati, Anne Krueger ve Harry G. Johnson gibi ekonomistler neo-liberal kalkınma teorisinin önde gelen temsilcilerindendir. Bu teorilere göre devlet müdahalesi kalkınmayı engelleyen bir olgu olup devletin ekonomideki rolünü terk ederek piyasayı kendi iç dinamiklerinin işleyişine bırakması beraberinde kalkınmayı da getirecektir. Çünkü devlet ve bürokrasi, özel sektörün gelişimini engellemektedir. Aynı zamanda bu teori küreselleşmeye olumlu bakmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler dünya ekonomisi ile daha fazla entegre olabilirse, devlet müdahalesinin en aza indirildiğı, rasyonel davranan iktisadî birimlerce

²⁵ Emine SONDL (2005), “Az Gelişmiş lkelerin Dünya Politikasındaki Rolü: Soğuk Savaş Dönemi ve Sonrasının Karılaştırmalı Analizi”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, ss.49-50.

²⁶ SONDL (2005), s.52.

piyasanın işlediği bu ortamda, dışa açık ekonomik yapı ile kalkınma süreci daha kolay gerçekleşecektir²⁷.

1.1.2.Bölge Kavramı ve Bölge Çeşitleri

Toplumlara ait nicel ve nitel değişikliklerin mikro bazda incelediğimizde bir bölgenin veya yörenin refah seviyesindeki artışa bölgesel kalkınma denir²⁸.Bölgesel kalkınma kavramını anlayabilmemiz için bu kavramı oluşturan bölge kavramını anlamamız gerekmektedir.

Sosyal bilimlerde bölge kavramının ekonomik, siyasal, sosyal, hukuki, kültürel gibi anlamları ve bu anlamlar üzerinden gelişen farklı tartışmalar vardır. Bölge ekonomik, toplumsal, siyasal, yönetsel mekânsal ve teknik temellere göre farklı tanımlanabilmektedir²⁹.

Latince “regio” yani çevre-alan kelimsinden türeyen bölge kavramı sınırları güç çizilebilen bir kavramdır. Bu çerçevede coğrafik, kültürel, etnik, kentsel ve yönetsel başlıca ölçütler vardır. Buna göre homojenlik kriterine göre bölge kavramı tanımlanırsa; coğrafi bölgeler (kıyı bölgeleri, dağlık bölgeler vb.), kültürel bölgeler (dil, din vb.), tarihsel bölgeler ve yerleşim yoğunluklarına göre bölgeler tanımlanırken ekonomik yapılanmalar ve ortak çıkarlar faktörüne göre tanımlanırsa; belirli sektörün hakim olduğu bölgeler (Tarım, sanayi, turizm vb.), komşu devletle komşu olan bölgeler, transit bölgeler, ortak yerleşim alanının ekonomik yapısından etkilenen bölgeler (Akdeniz Ülkeleri, Baltık Ülkeleri vb.) tanımlanabilir³⁰.

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde bölge ne kent kadar küçük ne de ülke kadar büyük bir yer anlaşılmaktadır. En genel anlamıyla ülkeden küçük kentten büyük, yan yana gelmiş birimlerin mekânsal bütünlüğü olan, ulus devletin denetiminde sınırları çizili yerlerdir.

²⁷ DOLUN ve ATİK (2006) , s.10.

²⁸ Hüseyin ÇEKEN (2008), “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir Çalışma”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt: X, Sayı: II, s.296.

²⁹Hülya KENDİR ÖZDİNÇ (2007), “Neoliberal Politikalar ve Bölge Yönetimi Sorunu: Türkiye Deneyimi”, Basılmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, s.10.

³⁰ ILDIRAR (2004), ss.8-9.

Bölge kavramı genel olarak ekonomik yapı açısından bölgeler ve ekonomik gelişmişlik düzeyi açısından bölgeler olmak üzere iki bölüme ayırmaktayız. Ekonomik yapı açısından bölgeler; homojen bölge, polarize bölge ve plan bölge olmak üzere üçe ayrılırken ekonomik gelişmişlik düzeyi açısından bölgeler; gelişmiş bölge, az gelişmiş bölge, gelişme halindeki az gelişmiş bölge olmak üzere üçe ayrılmaktadır³¹. Şimdi bu bölgeler incelenecektir:

1.1.2.1.Ekonomik Yapı Açısından Bölge Kavramı

Ekonomik yapı açısından bölgeleri homojen bölge, polarize bölge, plan bölge olmak üzere üç bölümde incelenecektir.

1.1.2.1.1.Homojen Bölge

Bütün öğeleri aynı yapıda ve nitelikte olan, kendi aralarında oldukça yakınlık gösteren birbirine bitişik veya komşu olan alanlara “Homojen Bölge” denir. Homojenlik ölçütleri ise kentli nüfus oranı, endüstriyel işletme sayısı, sanayileşme düzeyi, beslenme düzeyi, okur-yazar oranı, işsizlik oranı, eğitim düzeyi, fert başına düşen milli gelir gibi kıstaslar kullanılabilir³².

Homojen bölge sürekli homojen alan olarak birbirine yakın karakteristik özellikler gösteren alanlar olmakla birlikte bölgelerin öğeleri olan yerleşme birimleri arasında işlevsel bağımlık olmak zorunda değildir. Homojen bölge, belirli alanlarda kesin istatistiki benzerlikler gösteren birleşik bölgelerdir³³.

Homojen Bölge, bölgesel farklılıkları kolayca belirlemeye yani bölge muhasebesi yapmaya olanak tanıdığı için bölgeler arası gelişmişlik farklılıkları

³¹ ILDIRAR (2004), ss.10-12.

³² Zeynel DİNLER (2001), Bölgesel İktisat, Ekin Kitabevi, 6.Baskı, Bursa, ss.77-78.

³³ Nazım ÖZTÜRK (2006), Türkiye’de Bölgesel Kalkınma ve Güneydoğu Anadolu Projesi, Türkiye Ziraat Odaları Birliği, Yay. No:259, Ankara, s.118.

giderilmesinde kullanılan bölge türü olmuştur. Aynı gelişmişlik düzeyindeki komşu iller gelişmişlik düzeyi yönünden homojen bölgedirler³⁴.

1.1.2.1.2.Polarize Bölge

Homojen bölgenin aksine, çeşitli kısımları birbirine tamamlayan ve kendi aralarında ve özellikle hakim kutup ve kutuplarla, komşu bölgeye göre daha çok değişimde bulunan heterojen alanlara “Polarize Bölge” denir³⁵.

Polarize bölge otarşik değil, entegre edilmiş bir yapıya sahiptir. Örneğin, kasabalar genellikle kentlerin uydusudur. Kentler ise çevrelerindeki kasabalar üzerinde çeşitli bakımlardan etki alanına sahiptir. Böylece cazibe alanlarının gözlenmesinden polarize bölge kavramı doğmaktadır³⁶.

1.1.2.1.3. Plan Bölge

Plan bölge; kalkınma planlarının uygulanması kolaylaştırmak ve alınan ekonomik kararlarda bütünlük sağlamak, bölgesel kalkınma planlarının hazırlanmasında ve uygulanmasında kullanılması amacıyla oluşturulmuş demokratik-katılımcı bir yönetime sahip planlama ve yönetim birimidir³⁷.

Kalkınma planlarının uygulandığı ülkelerde ulusal planın bölgeselleşmesi için ülkenin bölgelere ayrılması sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu plan bölgelerin sayısı ülkelerin sayısı ve sosyo-ekonomik yapısına bağlıdır³⁸. Bölgesel planlamayı uygulamakta görevli yönetimin yetki alanı içinde kalan bölgelerin sorunları tüm ülkenin sorunlarını kapsayacağı gibi belirli bir bölgenin problemlerini de kapsayabilir³⁹.

³⁴ Ertuğrul Murat ÖZGÜR (2010), “Bölgesel Kalkınma, Ankara Üniversitesi Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi Coğrafya Bölümü Ders Notları”, http://www.geography.humanity.ankara.edu.tr/ders_notu/COG323.pdf, s.9 (E.T:11.10.2011).

³⁵ ÖZTÜRK (2006), s.119.

³⁶ Hasan ÖZYURT, “Trabzon Alt Bölgesi Girdi Çıktı Modeli”, s.10, <http://iibf.ktu.edu.tr/ozyurt/kitap.pdf>, (E.T:28.02.2011).

³⁷ ILDIRAR (2004), s11.

³⁸ ÖZTÜRK (2006), s.123.

³⁹ Ali Yılmaz GÜNÜDÜZ (2006),Bölgesel Kalkınma Politikası, Ekin Kitabevi, Bursa, s.7.

Plan bölgenin sınırları büyük ölçüde söz konusu bölgeden hazırlanacak olan planın amacına bağlıdır. Bu açıdan en önemli nokta ise siyasal muhalefeti asgariye indirecek bir düzenlemeye gitmektir. Bölge sayısı az dolayısıyla büyüklüğü fazla olursa bölge koordinatörlerinin merkezle olan ilişkileri de güçlü olur⁴⁰.

1.1.2.2.Ekonomik Gelişmişlik Düzeyleri Bakımından Bölgeler

Ekonomik gelişmişlik düzeyleri bakımından bölgeleri gelişmiş bölge, az gelişmiş bölge, potansiyel gelişme bölgesi, potansiyel bakımdan az gelişmiş bölge olmak üzere dört bölümde incelenecektir.

1.1.2.2.1.Gelişmiş Bölge

Gelir seviyesi ve gelir artış hızı ülke ortalamasının üstünde olan, sosyal ve kültürel göstergeler açısından gelişmişlik özelliği gösteren, eğitim ve sağlık hizmetleri açısından ülke ortalamasını üstünde olan aynı zamanda üretici yatırımlarında bulunduğu bölgelere gelişmiş bölge denir⁴¹.

Çekici bir alan olarak gelişmiş bölgeler, kendine doğru yönelen üretici güçleri ve bu güçleri besleyen nüfus akımı belli bir aşamaya kadar bölgeyi ekonomik açıdan besleyerek bölgeyi kutuplaşma sürecine yöneltmektedir⁴².

1.1.2.2.2. Az Gelişmiş Bölge

Belirli bir zamanda çeşitli sosyal ve ekonomik faktörler açısından diğer bölgelere göre iktisadi avantajları olmayan, diğer bölgeler arasında sosyal ve ekonomik dengesizliklerin bulunduğu bölgelere az gelişmiş bölge denir⁴³.

⁴⁰ DİNLER (2001), s.78.

⁴¹ GÜNDÜZ (2006), s.13; ILDIRAR (2004), s.12.

⁴² Nazım ÖZTÜRK ve Meral UZUN (2010), “Bölgesel Kalkınma Dinamikleri: Bölgesel Dengesizliklerin Ortaya Çıkmasında Rol Oynayan İktisadi Etmenler”, Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:11, Sayı:2, s.93.

⁴³ GÜNDÜZ (2006), s.11; ILDIRAR (2004), s.12.

Az gelişmiş bölge kavramına yönelik ilk tanımlama 1968 Yılı Programının Uygulanması, Koordinasyonu ve İzlenmesine Dair Bakanlar Kurulu Kararında Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde yer alan 22 il gelişmemiş bölge olarak yer almıştır⁴⁴.

1.1.2.2.3. Potansiyel Gelişme Bölgesi

Bölgesel kalkınma seviyesi açısından ülke ortalamasının altında olmasına rağmen gelişme hızı ülke ortalamasının üstünde olan bölgelerdir. Kaynaklarını yeterince değerlendirememesi, bölgeye özgü yatırımların çekilememesi ve iş gücü potansiyelini tam olarak kullanamamasına rağmen gelişme hızını sürdüren bölgelerdir⁴⁵.

1.1.2.2.4. Potansiyel Bakımdan Az Gelişmiş Bölge

Geleneksel endüstri faaliyetlerinin çöküşü, sanayi faaliyetlerini sürdürecekleri fiziki altyapının yetersizliği, hammadde kaynaklarının yetersizliği gibi nedenlerle gelişme potansiyelini kaybetmiş, kişi başına düşen ortalama gelir seviyesi belirli bir bölgenin üstünde olmasına rağmen gelişme hızı ülke ortalamasının altında olduğu için bölgenin refah düzeyindeki düşüş nedeniyle az gelişmiş bölgeler arasında girecek ya da girmeleri muhtemel bölgelerdir⁴⁶.

1.1.3.Bölgesel Kalkınma Teorileri

Bu bölümde bölgesel kalkınma teorilerinin en önemli olanlarından dengeli kalkınma modelleri ile dengesiz kalkınma modelleri incelenecektir.

⁴⁴ Ahmet ÖZTÜRK (2009), “Homojen ve Fonksiyonel Bölgelerin Tespiti ve Türkiye İçin İstatistikî Bölge Birimleri Önerisi”,(Uzmanlık Tezi), DPT, Yay. No: DPT:2802,Ankara, s.13.

⁴⁵Seyhun DOĞAN ve Zafer YILDIZ (2007), “Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi ve Göller Bölgesinin Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2007/2 Sayı:6, s.151.

⁴⁶ ILDIRAR (2004), s.13; DOĞAN ve YILDIZ (2007), s.151.

1.1.3.1. Dengeli Kalkınma Kuramları

Az gelişmiş ülkelerdeki talep yetersizliği söz konusudur ve pazar alanı sınırlı olması, yatırımların azar azar ve yavaş yavaş artması içsel ve dışsal ekonomilerden yararlanmayı imkansız hale getirmesi, tasarrufların yetersizliği, ihracat ürünlerinin talebinin elastik olmaması ve devamlılık göstermemesi, uzun vadeli kalkınma yönünden ihracata güvenilmemesi sorununu doğurması gibi nedenlerden dolayı ortaya çıkan List, Nurkse, Rosestein-Rodan, Myrdall, Lewis ve Chenery gibi iktisatçıların savunduğu dengeli kalkınma; ekonomide bütün sektörlerin aynı anda ve birlikte kalkınması olarak tanımlanmaktadır⁴⁷.

Dengeli kalkınma modelinin hareket noktası az gelişmiş ekonomilerde piyasa mekanizmasının kaynak dağılımını yeterince sağlayamadığı düşüncesidir⁴⁸. Dengeli Kalkınma Kuramları genel olarak sektörler arası tamamlanmayı savunarak sektörler arası eksik ya da fazla kapasitenin meydana gelmemesi ve tamamlanmanın zorunluluğunu savunurlar⁴⁹. Bu bölümde dengeli kalkınma kuramlarından Rosenstein-Rodan ve R. Nurkse'nin ortaya attığı teoriler incelenecektir.

1.1.3.1.1. P.N. Rosenstein-Rodan ve Dengeli Kalkınma

Rosenstein-Rodan az gelişmiş ülkelerin sorunları arasında gelir düzeyinin düşük olmasından dolayı talep yetersizliğinin olması; bölge, nüfus ve alan olarak geniş olmakla birlikte arz (üretim) yönüyle de dar olması; sermaye miktarı oldukça düşük olması gibi sorunları belirtmiştir. Rodan'ın sanayileşme ismini verdiği iki yolla kalkınmanın sağlanabileceğini belirtmiştir. Buna göre birinci yol emek fazlasının olduğu geri kalmış bölgeden, sermaye fazlasının olduğu gelişmiş bölgeye emek göçüyle bölgenin kalkınması, ikinci yol ise sermayenin geri kalmış bölgeye gelmesidir⁵⁰. Yani Rodan burada iki tür sanayileşme stratejisi sunmuştur. İlk strateji bölgeye herhangi bir yatırım olmaksızın otarşik bir sanayileşme stratejisi içinde “dikey bir sanayileşme”

⁴⁷ http://www.metinberber.com/kullanici_dosyaları/file/Kteo2.ppt, (E.T:10.10.2012).

⁴⁸ DİNLER (2001), s.404.

⁴⁹ Ergül HAN ve Ayten Aysen KAYA (2004), “İktisadi Kalkınma ve Büyüme”, (Ed: Erol KUTLU, İktisadi Kalkınma ve Büyüme), Anadolu Üniv. Yay. No: 1575, AÖF Yay. No:831, Eskişehir, s.196.

⁵⁰ YAVİLIOĞLU (2002), 56.

modeliyle bölgenin kendi olanaklarıyla kalkınmasıdır. Fakat iç piyasanın sınırlı olması ve piyasa dinamizminden yoksun olması gibi nedenlerle o zaman ki koşullarda bu stratejinin başarılı olma şansı düşüktür. İkinci strateji ise; bölgeye dış kaynağın, diğer bir deyişle özel dış yatırımların gelmesini sağlayarak bölgede daha az özveri ile daha hızlı kalkınma, dünya kaynak dağılımının daha etkin olmasını sağlama, gelişmiş dünya ekonomilerindeki ağır sanayiler geri kalmış bölgelere ağır sanayi satma olanağına kavuşması gibi ekonomik faydalar sağlanmasıdır⁵¹.

Rodan, sanayileşme yöntemi açısından dış özel sermayenin dolaylı ve dolaysız yatırımlarının kullanımının daha avantajlı olduğunu belirterek bölgeye gelecek sermayenin nasıl kullanılması gerektiği üzerinde durmaktadır⁵². Önerdiği sanayileşme stratejisini gerçekleştirmek için oluşturulacak bütün bir endüstrinin tek bir dev firma veya tröst olarak ele alınarak planlanması gerektiğini savunarak bu işlevi yerine getirebilecek Doğu Avrupa Sanayi Tröstü (DAST) adını verdiği bir kuruluşun kurulmasını önermiştir⁵³.

1.1.3.1.2. Ragnar Nurkse: Fakirliğin Kısır Döngüsü

R. Nurkse, düşük tasarruf, düşük yatırım ve tekrar düşük gelir seviyesi gibi nedenlerle ekonomilerin geri kaldığını belirterek bu ülkelerin bir kısır döngü içinde denge olduğunu ileri sürmüştür. Nurkse'ye göre, bir ülke fakir olduğu için fakirdir. Bu ülkelerin kalkınma açısından çok önemli problemleri vardır. Bu ülkelerde piyasa koşulları geçerli olmadığı gibi pazarlar dar, talep düzeyi düşük ve yatırım kaynaklarıyla birlikte yatırımları teşvik edecek faktörler de zayıftır. Bu durumdan çıkış için farklı endüstrilere aynı dönemde yatırım yaparak piyasa bütünüyle genişleyecek ve kısır döngüden kurtulmak mümkün olacaktır. Ayrıca bu durumu cephedeki hücumla benzeten Nurkse'ye göre planlama, geri kalmış bir ekonominin gelişebilmesi için önemli bir

⁵¹ Ahmet SARAÇ (2006), “Bölgesel Kalkınma Modelleri ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP)” Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, , Aydın, ss.15-17.

⁵² YAVILIOĞLU (2002), s.56.

⁵³ SARAÇ (2006), s.17.

araçtır. Çünkü planlama ile beraber birkaç sanayi dalında birbirini tamamlar ve destekler nitelikte yatırımlar meydana gelir⁵⁴.

1.1.3.2.Dengesiz Kalkınma Kuramları

P. Streeten, J. Schumpeter, A. Hirschman, T. Scitovsky gibi iktisatçıların savunduğu orijinali karşılaştırmalı üstünlüklere dayanan dengesiz kalkınma kısaca; ekonomide kısa sürede gelişme sağlanabilmesi için belli üretim alanlarına öncelik verip yatırımları bu alanlara kaydırmayı öngörmektedir⁵⁵. Bu bölümde dengesiz kalkınma kuramlarından Hirschmann Modeli ve F. Perroux'un Kalkınma Kutupları Teorisi incelenecektir.

1.1.3.2.1. F. Perroux'un Kalkınma Kutupları Teorisi

Kalkınma kutbu teorisi Perroux tarafından 1949 yılına ekonomi literatürüne sokulmuştur. Perroux'un bu yaklaşımı eşitsizlik problemini ulusal seviye yerine bölge seviyesinde inceleyen, gelişme için başlıca bölge merkezlerinin önemine değinen, şehirleşme ile gelişme arasındaki ilişkiyi inceleyen, bölgeler arasında gelir dağılımını eşitleyecek politikalar arayan bir yaklaşımdır⁵⁶.

Yatırımların ülke geneline serpiştirilmesi şeklinde bir politika ile ekonomik kalkınma sağlanamayacağından dolayı kalkınmanın daha başında olan ülkeler, ekonomik faaliyetleri gelişme potansiyeline sahip yerlere doğru kaydırarak kalkınma gerçekleşecektir. Perroux belirttiği gibi ekonomik gelişme her yerde birden görülmez, farklı oranlarda çeşitli nokta veya kutuplarda oluşarak çeşitli yollarla tüm ekonomiye yayılır. Kısaca belirtmek gerekirse kalkınmada dengesizlik bir anlamda ekonomik kalkınmada kalkınmanın motorudur⁵⁷.

Pazarın büyüklüğü, altyapı, kaynakların dağılımı, yan sanayi, işgücü ve sosyal tesisler kalkınma kutuplarının oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Kısaca belirtmek

⁵⁴ YAVİLIOĞLU (2002), ss.56-57.

⁵⁵ http://www.metinberber.com/kullanici_dosyalari/file/Kteo2.ppt, (E.T:10.10.2012).

⁵⁶ Sema BÜYÜKDAVRAS (1972), "Büyüme Kutupları Kuramı ve Türkiye'de Uygulanmasına İlişkin Çalışmalar", Amme İdaresi Dergisi, Cilt:5, Sayı:4, s.60.

⁵⁷ DİNLER (2001), s.411.

gerekirse ulaşım sorununun çözüldüğü, yol, su, elektrik gibi altyapı yatırımlarının bulunduğu, ara malların kolayca ve ucuz şekilde bulunduğu, yeterli işgücünün sağlanabildiği, sağlık, eğitim tesislerinin bulunduğu yerlerde kalkınma kutupları oluşturulmalıdır. Kalkınma kutbunun oluşturulmasıyla belli bölgelerde hızlı bir gelişme süreci yaşanmakta ve bu etki tüm ekonomiye yayılmaktadır. Kalkınma kutbu oluşturulmasının ardından ekonomik kalkınmanın başlamasıyla kutuplar gelişecek daha sonra diğer bölgeleri kendine çekerek kalkınmadaki farklılıkların yoğunluğu da artacaktır. Belirli düzeye ulasan kalkınma süreci içerisinde kalkınma çevre bölgelere de yayılarak gelişmişlik farklarının yoğunluğunda azalma görülecektir⁵⁸.

1.1.3.2.2. Dengesiz Kalkınma Hirschmann Modeli

Hirschmann'a göre az gelişmiş ülkelerdeki iç piyasanın sınırlılığı bu ülkelerde çok sayıda sektörün birlikte gelişmesine olanak vermez. Bir ekonomide bazı sektörlerde daha fazla gelişme potansiyeli vardır. Ekonomiye bir dinamizm getirmek ve tüm ekonomiyi hızla geliştirmek için başlangıçta, sürükleyici güce sahip olan sektörün gelişmesine öncelik verilmelidir. Bu tezini açıklarken dışsal ekonomilerden yararlanmışır. Buna göre, bir ekonomide dışsal ekonomi meydana getirecek şekilde bir endüstriye yapılan yatırımlar yeni yatırımları uyaracak, uyarılmış olan yeni yatırımların yanında ekonomide yeni dışsallıklar meydana gelecek ve dışsallıklar stratejik bir yatırım politikasını, hızlı bir gelişmeyi harekete geçirecektir. Kısaca az gelişmiş ekonomilerde bazı sektörler vardır ki, bu sektörlerle dengesiz bir biçimde de olsa ağırlık verilmesi durumunda bu ekonomilerde bir sıçrama, büyük bir itiş gerçekleştirilerek hızlı bir kalkınma sağlanabilir⁵⁹.

1.1.4.Eski ve Yeni Bölgesel Kalkınma Teorilerinin Karşılaştırılması

Bölgesel kalkınma literatürü incelendiğinde; V.Thünnen, A.Weber ve A.Lösch'ün geliştirdikleri kuruluş yeri kuramı; Meltzer, Goodwin, Chipman'ın formüle ettikleri ülkeler ve bölgelerarası çoğaltan kuramı; V.Leontief'in geliştirdiği endüstriler

⁵⁸ IŞIK (2006), ss.52-53.

⁵⁹ SARAÇ (2006), s.20.

arası girdi-çıkı kuramı ve matematiksel programlama çalışmaları bölgesel iktisadın genel iktisadın 1940'lı yıllardaki kuramlarından hareketle oluşturulmuş kendi amaç ve gereksinimlerine uyarlanmış biçimi olduğu görülmektedir. Bölgesel kalkınma kuramı bölge kalkınmasında rol oynayan etmenlerle etkileşim sürecini açıklayan iki yaklaşım vardır. Bölgenin kendi içindeki gelişme nedeni ve oluşumunu açıklayan bölge içinden yaklaşımı, ekonomik kalkınmanın mekan içindeki yayılımı üzerinde duran bölge dışı yaklaşımı aynı zamanda bölgeler arası gelişme farklılıklarının oluşumunu açıklamaya yardım etmektedir⁶⁰.

Bölgesel kalkınma sorunun yönelik ilk analizler makro ekonomik modellerin bölgesel iktisada uygulanmasıyla ortaya çıkmıştır. Bölgesel İhracat Modelleri ve Bölgesel Yatırım Modelleri bu analizlere örnek olup Keynezigil Eşitliklerden yola çıkarak oluşturulmuştur. Bunun yanında Harrod-Domar Tipi modeller ve Neo-Klasik Büyüme Modelleri, Bölgesel Büyüme Modellerine uyarlanmıştır. Bu saydığımız modeller Denge Modelleri olarak bilinmektedir. Denge Modelleri bölgesel gelişmeyi açıklamakta yetersiz kalmış ve bu yüzden Merkez-Çevre ilişkilerine, yenilikçi merkezlere, yenilikçi girişimlere ve ulaşım kanallarına bağılı olarak açıklanan Sektörel ve Mekansal Kutuplaşma Modelleri oluşturulmuştur. Son yıllardaki analizlerde ise yığılma ekonomilerini ele alan şehirleşme modellerine dönülmüştür. Bölgesel Kalkınma ile alakalı bu analizler bölgesel kalkınmanın belirli yanlarını alıp diğeryanlarını analiz dışı bırakmıştır. Jochimsen'in Entegre Bölgesel Gelişme Yaklaşımı adında yazdığı denemesinde yer alan Altyapı Teorisi, bölgesel gelişmeye sosyo-politik kültürel boyutları da dikkate alarak bu eksikliği gidermeye çalışmıştır. Bu teoride doğal altyapı (ekonomin doğal verileri), maddi altyapı (yol, su elektrik gibi unsurların yer aldığı sosyal sabit sermaye), personel altyapı (sosyal, politik ve kültürel unsurların yer aldığı beşeri sermaye) gibi altyapı koşulları ekonomik faaliyetlerin çevre ve önkoşullarını oluşturmaktadır. Kar ve fayda oluşumu için yapılan ekonomik faaliyetlerin bütünü ise üstyapıyı oluşturmaktadır⁶¹.

⁶⁰ ILDIRAR (2004), ss.13-16.

⁶¹ Hüsnü ERKAN (1995), "Bölgesel Gelişme Stratejileri ve Türkiye'nin Bölgesel Kalkınma Politikası", (Ed: Tamer İŞGÜDEN ve Fuat ERCAN ve Mehmet TÜRKAY, Gelişme İktisadı, Kuram, Eleştiri, Yorum), Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, ss.28-29.

Klasik teoriler, merkezden bölgeye sermaye akışları ve bölgeden merkeze kaynak akışının olduğunu savunan merkez-bölge yaklaşımı üzerinde durur. Buna göre;

- Kalkınma birkaç dinamik sektörde veya bölgede başlar ve diğer sektörlerle ve alanlara yayılır.
- Şehirleşme, sanayileşme, sermaye-yoğun kalkınma, ileri teknolojilerin kullanımı, dışsal ve ölçek ekonomilerinin maksimum düzeye çıkarılması üzerinde durulur.
- Genellikle, büyük ölçekli yatırım projelerini, artan fonksiyonel ve bölgesel entegrasyon faaliyetlerini ve bunu sağlayacak olan büyük ölçekli özel ve kamu kurumlarını, büyük ölçekli dağıtım mekanizmalarını ve bu birimlere veya bu birimler arasındaki akışı engelleyen ekonomik, sosyal, kültürel ve kurumsal engellerin azaltılması kalkınmanın kapsamı içerisinde yer alır⁶².

Bu politikaların, pek çok bölgede bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde başarılı olmuşsa da yapısal sorunların çözümü konusunda istenilen etki sağlanamamıştır. Stohr bu konuda İtalya'yı örnek gösterdiği araştırmasında 1960'larda merkezi yönetimin büyük finansal kaynakları klasik teoriye uygun olarak kalkınma kutupları oluşturmak amacıyla bölgesel politikalara ayırdığına işaret ederek, Klasik Kalkınma Teorisinin geçen otuz yılda merkezden dayatılan kalkınma stratejileri, yaşam standartlarındaki dengesizliklerin azaltılmasında başarılı olamadığını tam tersine bu dengesizliklerin daha da arttığını vurgulamıştır. Bu durum hem sosyal sınıflar arasındaki dengesizlikler hem de coğrafi alanlar arasındaki dengesizlikler için geçerlidir⁶³.

Bölgesel kalkınmaya yönelik en önemli teorilerden birisi de ülkenin çeşitli bölgelerinde yapılacak yatırımların birbirleriyle bütünlük içinde olmasını savunan Dengeli Kalkınma Modeli'dir. Perroux'un ortaya attığı Dengesiz Kalkınma modeli ise

⁶² Nihal KARGI (2009), "Bölgesel Kalkınma Yaklaşımlarındaki Gelişmeler ve AB Perspektifi Altında Türkiye'nin Bölgesel Politika Analizi", Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Cilt:1, Sayı:3, ss.21-22.

⁶³ KARGI (2009), ss.21-22.

bölgeler arasındaki farklılıkları doğal karşılayarak ekonomik gelişmenin dengesizlik ve eşitsizlik içinde gerçekleştirilebileceğini ileri sürmüştür⁶⁴.

Özetle bölgesel kalkınma teorileri; geleneksel büyüme modellerinin bölgeye uyarlanması olarak ortaya çıkan ilk çalışmalarda bölgesel gelişme stratejileri “homojen bölge” yaklaşımına uygun olarak, büyümeye dayalı denge modellerinden hareketle oluşturuluyordu. Son yıllarda ise kuruluş yeri, rekabet stratejileri, dışsallıklar, işbirliği, kurumsallaşma gibi ortaya çıkan firma teorilerindeki değişmelerinde etkisiyle büyüme modellerinin yanında bölgesel çalışmalarda da değişimler meydana gelmiştir. Neoklasik iktisadın denge modellerine yapılan eleştirilerle birlikte içsel büyüme teorileri, evrimci iktisat, yeni yapısalcı iktisat, kurumsal iktisat, ağ teorileri, sanayi bölgeleri ve ileri teknoloji bölgeleri teorileri gibi ekonomi yazınındaki gelişmeler bölgesel kalkınma çalışmaları için güçlü analitik araçlar sağlamıştır⁶⁵.

Aşağıdaki Tablo 1’de bölgesel kalkınma politikalarındaki değişme ile klasik ve modern bölgesel kalkınma politikalarının karşılaştırılması verilmiştir.

⁶⁴ Mustafa E. ERKAL (1978), “Bölge Gelişmesi ve Bölgelerarası Dengesizlik”, Sosyoloji Konferansları Dergisi, Sayı:16, ss.41-45.

⁶⁵ Uğur ESER ve Seyit KÖSE (2005), “Endüstriyel Yerleşme ve Yoğunlaşma Açısından Türkiye Sanayii; İl İmalat Sanayilerinin Analizi”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt:60, Sayı:2, s.102.

Tablo 1: Bölgesel Kalkınma Politikalarındaki Değişmeler

Kriterleri	Klasik	Modern
KAVRAMSAL ESASLAR	Endüstriyel Yerleşim Teorileri; anahtar faktörler bölgesel niteliklidir. Örneğin; Üretim	Bölgesel Eğitim teorileri; anahtar faktörler bölgesel yetenekleri geliştirmektir.
POLİTİKA ÖZELLİKLERİ		
Amaç (lar)	Özkaynak veya verimlilik	Eşitlik ve verimlilik
Amacı	İstihdam yaratma Artan yatırım	Rekabet gücünün artırılması (Örneğin, girişimcilik,
Eylem alanında	Dar (endüstriyel / ekonomik)	Geniş (multi-sektörel)
Çalışma modu	Tabanlı reaktif, proje	Pro-aktif, planlı, stratejik
POLİTİKA YAPISI		
Mekansal odak	Sorunlu alanlar	Tüm bölgeler
Analitik baz	Tanım göstergeleri	Bölgesel SWOT analizi
Anahtar enstrüman	Teşvik şeması	Kalkınma programı
Yardım	İş yardım	İş Ortamı
ORGANİZASYON		
Politika geliştirme	En aşağı / merkezi	Toplu Uzlaşımçı
Organizasyon	Merkezi hükümet	Bölgesel yetkililer
Ortaklar	Yok	Yerel idare, gönüllü sektör,
Yönetim	Rasyonel / Basit	Bürokratik/Kompleksi
Proje seçimi	İçselleştirilmiş	Katılımcı
Zaman ölçeği	Açık	Çok yıllık planlama dönemleri
DEĞERLENDİRME		
Durum (lar)	Ex post	Ön, ara, ex post
Çıktıları	Ölçülebilir	Ölçülmesi zor

Kaynak: John BACHTLER ve Douglas YUILL (2001), Policies And Strategies For Regional Development: A Shift In Paradigm?, University of Strathclyde, European Policies Research Centre, Regional and Industrial Policy Research Paper, Number:46, s.12, http://www.eprc.strath.ac.uk/eprc/documents/PDF_files/R46PoliciesandStrategiesforRegionalDevelopment.pdf, (E.T:20.12.2011).

1.2.5.Bölgesel Dengesizlik, Nedenleri ve Yarattığı Sorunlar

Ülkenin farklı bölgeleri arasında görülen eşitsizlikler bölgesel dengesizlik olarak tanımlanır⁶⁶. Kalkınma sürecinde uygulanan kalkınma politikaları ülkenin tümünde aynı anda başlamayıp kalkınmanın belirli ayrıcalıklı noktalarda yoğunlaşması sonucunda bölgeler arasında dengesizlikler oluşmaktadır. Kalkınma Kutbu çevresinde oluşan yoğun ekonomik faaliyetlilerin yoğunluğun giderek artması bölgesel dengesizliğe yol açmakla birlikte dengesiz kalkınma kuramında da belirtildiği gibi ekonomik kalkınmanın da koşuludur⁶⁷.

Bölgesel dengesizlik üç grupta incelenmektedir. Buna göre birinci grupta doğal ya da coğrafi dengesizlik yer alır. Bu tür dengesizlikler doğal kaynakları ve fiziki koşulların doğrudan sonucu olan dengesizliklerdir. Örneğin kıyı ve liman bölgeleri, zengin maden yataklarına sahip bölgeler diğer bölgelere göre bu avantajlarından dolayı daha gelişmiş olduklarından bölgesel dengesizliğe neden olur. İkinci grupta iktisadi ve fonksiyonel dengesizlik yer alır. Bu tür dengesizlikler aynı üretim faktörleri, farklı pazarlar nedeni ile farklı bölgelerde değişik kazançlar elde ederler. İş gücünün tarım sektöründen sanayi sektörüne aktarılması halinde kazançlarda da farklılıklar ortaya çıkabilir. Üçüncü grupta ise sosyal ve kültürel dengesizlik yer alır. İnsanların davranışları ve değer yargıları arasındaki farklılıkları da kapsayan bir dengesizlik türüdür⁶⁸.

Bölgeler arası dengesizliğin ortaya çıkmasında kuruluş yeri üstünlükleri, ulaşım kolaylıkları, yerel girişim ruhu, teknolojik gelişme ve buluşların mekânsal dağılımından doğan karşılaştırmalı üstünlükler, içsel ekonomiler, dışsal ekonomiler (yığışım ekonomileri ve kentleşme ekonomileri), altyapı yatırımları, organize sanayi bölgeleri, teknokentler ve teşvikler sayılabilir⁶⁹. Kalkınma kutbu oluşturan bölgelerin gittikçe

⁶⁶ GÜNDÜZ (2006), s.15.

⁶⁷ Mehmet KIRMİÇ, “Türkiye’de Bölgesel Farklılıkların Nedenleri ve Bu Farklılıkların Azaltılmasına Yönelik Politika Önerileri”, <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/mehmetkirmic.pdf>, s.2, (E.T:28.02.2011).

⁶⁸ GÜNDÜZ (2006), ss.15-16.

⁶⁹ ÖZTÜRK ve UZUN (2010), s.94.

gelişerek diğer bölgelerdeki yatırımları çekmesi zaten geri kalmış bölgelerin ilerlemesini de engellemekte ve dengesizliğin artmasına sebep olmaktadır.

Bölgesel dengesizlikler demografik, sosyal ve ekonomik sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sorunları şu şekilde sıralayabiliriz⁷⁰:

- Gelişmiş bölgelere yapılan göçler dolayısıyla göç edilen bölgelerin fiziki ve ekonomik dengesini bozarak nitelikli işgücü gereksiniminin artması,
- Gizli ve açık işsizliğin ortaya çıkması,
- Efektif talebin yetersiz olmasından dolayı bölgeye sınaî faaliyetlerinin gelmemesi,
- Geri kalmış bölgelerdeki göç sonucunda gelişmiş bölgelerde yüksek nüfus artışı, göç veren bölgede ise altyapı yatırımlarının maliyetinin yüksek olmasından dolayı yatırımın ekonomik olmayacağı düşüncesiyle bu yatırımların yapılmamasına sebep olmakta buda kalan nüfusun göç eğilimini artırması,
- Geri kalmış bölgelerdeki gelir düşüklüğü nedeniyle sosyal hizmetlerin gelişmemesine, sağlık ve eğitim hizmetlerinin ve kültürel etkinliklerin gelişmemesi,
- Bölgelerarası gelir dağılımındaki dengesizliklerin oluşmasıyla toplumsal huzursuzlukların ve çatışmaların yaşanması,
- İşsizlik nedeniyle kişilerin cinayet, hırsızlık, intihar gibi yollara başvurması,
- Gelişmiş bölgelere doğru yaşanan göçler dolayısıyla kırsal dengesinin bozulması, çarpık kentleşme, arsa spekülasyonu ve gecekondulaşma, çevre kirliliği, trafik, altyapı giderlerinin artması, optimal kent büyüklüğünün aşılması bu sorunlardan bazılarıdır.

Bölgesel kalkınma politikaları sonucunda oluşan olumlu sonuçları ise kısaca şöyle sıralayabiliriz⁷¹:

- Ülkenin çeşitli bölgelerinde bulunan kaynakların iktisadi faaliyet içerisinde değerlendirilerek yüksek kalkınma hızının gerçekleştirilmesi,
- Ülkede nüfus-kaynak dengesinin kurulması,

⁷⁰ ÖZTÜRK (2006), ss.67-89.

⁷¹ Ahmet TEKİN (2011), “Küreselleşen Dünyada Bölgesel Kalkınma Dinamikleri Kamu Politikaları ve Bölgesel Kalkınma Ajansları”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:29, s.38.

- D  alist özelliğe sahip ekonomik yapının b  t  nleŐ mesi,
- İktisadi mekanın ve Ő ehirleŐ menin iktisadi geliŐ meye en elveriŐ li biçimde düzenlenmesi,
- Bölgelerarası refah seviyesi farklılıklarının giderilmesi.

1.2.6.Bölgesel Kalkınma Politikası Araçları

Bölgesel dengesizlikleri yok etmek için hemen hemen bütün ülkelerde devlet politika   retmiŐ , ulusal ve uluslararası kuruluŐ lar vasıtasıyla öneriler ve politikalar geliŐ tirmiŐ lerdir. Kalkınma planları ve hükümet programlarıyla devlet bölgesel dengesizliği giderici yönde dolaylı ve dolaysız müdahalelerde bulunmuŐ  aynı zamanda bölgesel dengesizliklerin derinleŐ memesinde kamu politikaları ayrıcalıklı bir konuma sahip olmuŐ tur⁷².

Bölgesel dengesizlikleri ortadan kaldırmak için kurumsal nitelikli bölgesel geliŐ me araçları (kalkınma ajansları, yatırım destek ofisi, bölgesel kalkınma planları, operasyonel planlar), ekonomik nitelikli bölgesel geliŐ me araçları (organize sanayi bölgeleri, bölgesel yardım uygulamaları, giriŐ im sermayesi, m  Ő terek bölgesel kalkınma uygulamaları), kültürel nitelikli bölgesel kalkınma araçları (konferans, sergi, fuar merkezleri, rekreasyon, eğ lence parkları, alternatif turizm, bölgesel doğ a parkları, kültür merkezleri), sosyal ağı nitelikli bölgesel kalkınma araçları (sistem temelleri, iŐ birliĐ i temelleri, giriŐ imcilik temelleri) gibi bölgesel kalkınma politikası araçları geliŐ tirilmiŐ tir⁷³.

Bölgesel kalkınma planları uygulanmadan önce Ő u hususlara dikkat edilmelidir⁷⁴:

- Uygulanacak bölgesel kalkınma planına uygun araçlar seçilirken o bölgenin dokusu iyi incelenmelidir.

⁷² Erdinç TATAR ve Nazım ÖZTÜRK (2003), ‘‘Türkiye’de Ger  ekleŐ tirilen Bölgesel Planlama   alıŐ maları’’, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:17, Sayı:1-2, s.3.

⁷³ DPT Bölgesel GeliŐ mede Temel Araçlar ve Koordinasyon Alt Komisyon Raporu (2006), ss.16-38.

⁷⁴ DPT Bölgesel GeliŐ mede Temel Araçlar ve Koordinasyon Alt Komisyon Raporu (2008), Bölgesel GeliŐ me   zel İhtisas Komisyonu, Yay. No: DPT:2766   İK:702, Ankara, ss.16-17.

- Bölgenin üretim biçimleri ve teknolojileri iyi etüt edilerek ona göre araç kullanılmalıdır.
- Bölgesel politika araçları sadece firmalar arasında değil firmalar, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve diğer bölgesel kuruluşlar arasındaki işbirliği iyi şekillendirilmelidir.

Bu bölümde yukarda belirttiğimiz bölgesel kalkınma politikası araçlarından bazılarına değineceğiz.

1.2.6.1. Teşvik Tedbirleri, Kamu Yatırımları, İdari Kararlar ve Düzenlemeler

Belirli ekonomik faaliyetlerin gelişmesi için kamu tarafından çeşitli yöntemlerle verilen maddi ve maddi olmayan destek, yardım ve özendirme yapılmaları teşvik olarak tanımlanır⁷⁵. Uygulanan teşvik tedbirlerinden en önemlisi vergi ve tarifeler yoluyla yapılan teşviklerdir. Doğrudan veya dolaylı olarak uygulanan bu teşvikler yardımıyla yatırımların uyarılması amaçlanmıştır. Yatırımların uyarılması için verilen kredi ve sübvansiyonlarla düşük faizli kredi sağlanmakta, sermaye birikimi ve artırımı teşvik edilmekte veya organize sanayi bölgeleri kurularak özel birimlere uygun koşullar hazırlanarak bölgesel kalkınma sağlanmaya çalışılmaktadır. Bunun yanında devlet geri kalmış bölgelere yönelik alt yapı hizmetlerini geliştirerek bölgedeki firmaların olumlu dışsalılıklardan faydalanmasını sağlayabilir. Ayrıca işgücü eğitimi, yeni meslek eğitimi ve mesleki uzmanlaşma alanlarında yapılan teşviklerle bölgedeki firmaların nitelikli eleman ihtiyacını temin edebilir⁷⁶.

Bölgesel kalkınma politikası aracı olarak teşvik tedbirlerinden amaçlananları şöyle sıralayabiliriz⁷⁷:

- Özel sektör yatırımlarının öncelikli sektörlerle akmasını sağlamak,
- Özel sektör yatırımlarının bölgeler arası dengeyi sağlamak amacıyla kalkınmada öncelikli yörelere aktarılmasını sağlamak,
- Sanayileşmede özel sektör yatırımlarının payının artmasını sağlamak,

⁷⁵ ILDIRAR (2004), s.37.

⁷⁶ ERKAN (1995), s.237.

⁷⁷ GÜNDÜZ (2006), s.156.

- Sanayinin uluslararası rekabet gücüne sahip ve buna ulaşacak güçte olmasına imkan vermek,
- Ülke içine yeni teknoloji getirilmesini sağlamak,
- Döviz gelirlerinin ve dış satımın artırılmasını sağlamak,
- İşsizlik sorunun çözümünü sağlamak,
- Yatırımların finansmanında özkaynakların kullanımına imkan sağlamak.

Türkiye’de uygulanan teşvik tedbirlerini şu şekilde özetleyebiliriz⁷⁸:

1- Doğrudan teşvik tedbirleri:

- Yatırım indirimleri,
- Yatırım finansman fonundan yararlanma,
- Gümrük vergisi bağışıklığı ve çeşitli vergi istisnaları ve ertelemeleri,
- Döviz tahsisi ve kaynak kullanımını destekleme primi,
- Düşük maliyetli yatırım kredisi sağlanması,
- Teşvik primi ve teşvik kredisi.

2- Dolaylı teşvik tedbirleri:

- Koruyucu gümrük vergileri, fonlar ve ithal kotaları, yeni kurulmakta veya gelişme aşamasında olan sanayileri dış rekabete karşı korumak amacıyla alınan tedbirler,
- Altyapı yatırımlarının kamu tarafından gerçekleştirilmesi,
- Ucuz girdi sağlanması,
- İç alımlarda yerli malının tercih edilmesi,
- Sanayinin ihtiyaç duyduğu işgücü eğitiminin devletçe sağlanması,
- Yatırım bankaları sayesinde orta ve uzun vadeli kredi ve teknik yardım sağlanması,
- Proje hazırlanması, fizibilite etütleri konusunda girişimcilere yardım, yol gösterici araştırma ve inceleme çalışması yapılması,
- Finansal kiralama,
- Bankaların özel kredi limitlerinden yararlanılması.

⁷⁸ GÜNDÜZ (2006), ss.156-163.

1.2.6.2. Bölgesel Kalkınma Ajansları

Bölgesel Kalkınma Ajansları, merkezi hükümetten bağımsız bir idari yapıda, sınırları çizilmiş bir bölgenin sosyo-ekonomik yapısını geliştirmek amacıyla kurulmuş ve kısmen kamunun finanse ettiği kuruluşlardır. Bölgesel Kalkınma Ajansları'nın temel kuruluş nedenleri; bölgesel stratejilerin uygulanması, yerel ve bölgesel girişimciliği destekleme, alt yapı hizmetlerinin sunulmasına yardımcı olma, özel sektörün yakın geleceği için yerel-bölgesel çözümler araştırma ve bölgesel talepleri karşılayacak yeni ürün ve hizmet üretimi için finansal garantiler ve çözümler arama şeklinde özetlenmektedir⁷⁹. Bu kurumlar üst kurul olarak bilinen düzenleme ve denetleme benzeri kamu karar gücünü kamu kurumlarından alıp özel sektör ve STK'lardan oluşan kuruluşlara paylaştıran kuruluşlardır. Bölgesel Kalkınma Ajanslarının kurulmasında etkili olan faktörleri bölgesel stratejileri belirleme, yerel ve bölgesel girişimciliği destekleme, altyapı hizmetlerinin sunulmasına yardımcı olma, özel sektör girişimcileri için yerel-bölgesel çözümler araştırma, bölgesel talepleri karşılayacak yeni ürün ve hizmet üretimi için finansal kaynaklar arama olarak sıralayabiliriz⁸⁰.

Merkezi hükümetlerin ayırım gözetmeyen yeniden dağıtım programının aksine bölgesel kalkınma ajansları bölgesel hedefli ve bölgesel gelişmeyi yönlendirici özellik taşımasından dolayı daha seçici olması gerekmektedir. Bunun için bölgesel kalkınma ajanslarının işlevsel olabilmesi için; yeterli nüfus, girişim ve girişimcilik altyapısı, hünserli işgücü, bölgesel gelişme stratejileri üzerinde fikir birliği ve gelişmeye elverişli sektörlerin belirli bölgede varlığı gibi değişkenlerin varlığı gereklidir⁸¹. Kalkınma ajanslarının etkin bir şekilde faaliyet göstermeleri için kalkınma ajanslarının yaptırım gücü olan, gerekli müdahale araç ve imkanlarıyla donatılmış, katılımcı ve şeffaf

⁷⁹ Nazlı MAÇ (2006), “Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye”, Konya Ticaret Odası Etüt Araştırma Servisi, Sayı:2006-117/76, s.1.

⁸⁰ Mürtaza HASANOĞLU ve Ziya ALİYEV (2006), “Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Ajansları”, Sayıştay Dergisi, Sayı:60, s.80.

⁸¹ Serap KAYASÜ ve Diğerleri (2003), Yerel/Bölgesel Ekonomik Kalkınma ve Rekabet Gücünün Artırılması: Bölgesel Kalkınma Ajansları, Akser Matbaacılık-Yayıncılık, İTO Yay. No:2003-8, İstanbul, s.9.

nitelikte olan, yerli veya yerel unsurları ağır basan, gerçek bir kurumsal yapı bütünü olarak yapılanması gerekliliği vardır⁸².

Planlı dönemde Kalkınma Ajansları, Türkiye’de uygulanan bölgesel kalkınma politikaları bölgelerarasındaki eşitsizlikleri gidermeye yönelik kurulmuştur. AB’deki kalkınma ajansları ise bölgelerarası rekabet üzerine kurulmuştur. Bu yönden de AB’deki uygulamalardan farklılık gösterir. AB süreciyle birlikte artık bölgesel rekabet önceliği kabul edilmiştir. Bölgesel gelişmedeki bu yenilik bölgelerdeki planlama ve gelişme sorunlarının özel sektöre devri ve bölgelerin ekonomik anlamda yabancı sermaye çekme, finansman sağlama ve yatırım yapma konularında daha fazla serbestliğe kavuşma gibi iki yenilik getirmiştir⁸³. Buradan da anlaşılabacağı gibi bölgesel kalkınmanın günümüzdeki amaçlarından biriside bölgesel rekabettir. Kalkınma ajansları da bu amaca yönelmiştir.

Bölgesel kalkınma ajanslarının finansmanı genel bütçeden ve fonlarından karşılanmakta olup ilk kuruluş aşamasında nakdi ve emlak şeklinde aynı sermaye tahsisi edilmektedir. Bunun yanında çeşitli projeler karşılığında genel bütçeden ve fonlardan kredi kullanabilmektedir⁸⁴.

1.2.6.3.Teknoparklar

Teknoparklar, üniversiteler, araştırma kurumları ve sanayi kuruluşlarının aynı ortam içerisinde araştırma, geliştirme ve inovasyon çalışmalarını yaptıkları; birbirleri arasında bilgi ve teknoloji transferi gerçekleştirdikleri; akademik, ekonomik ve sosyal yapının bütünleştiği organize araştırma ve iş merkezleridir. İngiltere Teknoparklar Birliği (UKSPA)’ne göre teknopark “Bir üniversite ya da yüksek öğrenim kurumu ya da bir araştırma merkezi ile resmi ilişkiler kurmuş, içinde, teknoloji kökenli firma ve işletmelerin oluşmasını özendirecek ve büyüyüp gelişmelerine destek verecek biçimde tasarımlanmış, yönetiminin, ilgili firmalara teknoloji ve işletmecilik becerilerinin transferi konusunda etkin uğraş verdiği bir girişim” olarak tanımlanmıştır.

⁸² Fuat ERCAN (2006), “Bölgesel Kalkınmadan Bölgesel Birikime”, (Der: Aylan ARI, Bölgesel Kalkınma Politikalar ve Yeni Dinamikler), Derin Yayıncılık, İstanbul, s.41.

⁸³ HASANOĞLU ve ALİYEV (2006), ss.99-100.

⁸⁴ HASANOĞLU ve ALİYEV (2006), s.93.

Teknoparkların temel hedefleri arasında üniversite ve araştırma merkezlerindeki akademik bilgi ve araştırma potansiyelinin teknolojik ürünlere dönüştürülüp ticarileştirilmesi ve teknoloji transferi için uygun ortam yaratmak, teknoloji odaklı firmaların oluşmasını ve gelişmesini teşvik etmek, firmalar ve kurumlar arası sinerji ve işbirliği fırsatlarını arttırmak, nitelikli kişilere iş ve girişimcilik imkanları yaratarak beyin göçünü önlemek sayılabilir. Bu bağlamda teknoparklar bölgesel ve ekonomik kalkınmada önemli rol oynamaktadır⁸⁵.

Teknoloji Parkları üniversite veya fakültelerle bağlantılı kuruluşlar olabilirler. Fakat bu kuruluşlarda teknoloji geliştirme ve uygulama (ticarileşme) daha fazla önem ve öncelik taşır. Teknoparkların kurulmasındaki amaç uluslararası rekabet olanaklarının artırılması için ürün kalitesinin iyileştirilmesi, yeni ürün ve üretim süreçlerinin geliştirilmesidir⁸⁶.

Teknoparkların getirdiklerini şu şekilde özetleyebiliriz⁸⁷:

- Üniversite-sanayi işbirliği ile araştırmaya dayalı teknoloji üretimi ve geliştirilmesi,
- Bölgesel kalkınma,
- Nitelikli işgücüne istihdam,
- KOBİ'lere rekabetçi üstünlük ve sinerjiye dayalı teknoloji transferi,
- Ortak amacı, hedefleri ve sorunları olan kurumlar arası işbirliği,
- İnovasyona dayalı girişimciliği teşvik,
- Şirketlere prestij ve güven.

Bu bölümde saydığımız teşvik tedbirleri, kamu yatırımları, idari kararlar ve düzenlemeler, bölgesel kalkınma ajansları, teknoparkların yanında turizm kümelenmesi de yerel kalkınmada kullanılan araçlardan birisidir. İlerleyen bölümlerde turizm kümelenmesi ve bölgesel kalkınma ilişkisi üzerinde durulacaktır.

⁸⁵ "Teknopark Tanımı", <http://www.tgbd.org.tr/tr/teknopark-tanimi-16.html>, (E.T: 10.12.2012).

⁸⁶ Melih TÖRELİ, "Dünyada ve Türkiye'de Teknoparklar", <http://arsiv.mmo.org.tr/pdf/10684.pdf>, s.237 (E.T: 10.12.2012).

⁸⁷ Canan ÇİLİNGİR (2011), "Bölgesel Kalkınmada Teknoloji Geliştirme Bölgeleri", TEPAV 5. Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu, http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1296461603-8.Canan_Cilingir.pdf, (E.T:10.12.2012).

1.2. KÜMELENME

Bu bölümde kümelenme kavramı üzerinde durulacaktır. Kümelenme kavramına geçmeden önce kümelenme kavramına temel teşkil eden teoriler özetlenecektir. Daha sonra kümelenme kavramının ortaya çıkışı, tanımı, özellikleri ve kümelenmenin bölgesel kalkınma üzerine etkileri incelenecektir.

1.2.1. Kümelenme Kavramının Literatür Özeti

Kümelenmenin teorik temelini uluslararası iktisadın nedenleri oluşturmaktadır. Literatürde kümelenme, A. Marshall'ın "Bölgesel Yoğunlaşma" teorisine dayandırılmakla birlikte A. Smith'in "Mutlak Üstünlükler Teorisi" ve D. Ricardo'nun "Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi" kümelenme teorisinin oluşumunda çok önemli bir yere sahiptir. Smith ve Ricardo'nun teorilerinin özü ülkelerin mutlak ya da karşılaştırılmalı olarak üstün olduğu endüstrilerde yoğunlaşmalarının ülkelerin kendi lehine olacağını belirtmektedir. Uluslararası iktisadın ve küme teorisinin temelini yoğunlaşma oluşturmaktadır. Kümelenme, tedarikçi, müşteri, satıcı firmalar ile talep ve faktör koşulları, firma stratejisi ve ilgili destekleyici kurumlar gibi faktörler sonucunda oluşmakla birlikte bölgesel endüstrilerin yoğunlaşması, kümelenme teorisinin temelini oluşturmaktadır⁸⁸.

Kümelenme teorisini incelemeyen önce bu bölümde kümelenme teorisini daha iyi anlamamız için kümelenme teorisinin ortaya çıkmasını sağlayan Klasik Dış Ticaret Teorileri, Yeni Dış Ticaret Teorileri, Endüstriyel Bölge Kavramı ve Kümelenmenin temeli olarak kabul edilen Rekabetçi Üstünlükler Teorisi ve Elmas Modeli üzerinde durulacaktır.

⁸⁸ H. Bayram ORHAN (2010), "Kümelenmenin Teorik Temelleri ve İktisadi Etkileri", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 2010/2, s.84.

1- Klasik Dış Ticaret Teorileri ve Rekabet Gücü

- *Mutlak Üstünlükler Teorisi:*

Mutlak Üstünlükler Teorisi olarak bilinen teoriyle Adam Smith uluslararası uzmanlaşmanın yararlarını açıklamaya çalışmıştır. Mutlak Üstünlükler Teorisi'ne göre bir ticari ilişkide bulunduğu diğer ülkeye göre hangi malları daha düşük maliyetle üretiyorsa o malda uzmanlaşarak bu malları ihraç etmeli, pahalıya ürettiği malların üretiminden uzaklaşarak bu malları dış ülkelere ithal etmelidir. Bu teoride homojen faktör olarak sadece emek içermektedir⁸⁹. Bu teori emek-değer teorisinden türetilmiştir.

Tablo 2: Mutlak Üstünlükler Teorisi (Bir İşçinin Günlük Üretim Miktarı)

	X Malı	Y Malı
Türkiye	12	6
Almanya	24	36

Kaynak: Halil SEYİDOĞLU (2001), Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama, Güzem Yayınları, Geliştirilmiş 14. Baskı, İstanbul, s.17.

Tablo 2 incelendiğinde tablodaki rakamların emeğin verimliliğini yansıttığı görülmektedir. Maliyetler ise tabloda verilen rakamların tam tersini yansıtmaktadır. Yani bu durumda Türkiye X malını daha ucuza ürettiğinde Almanya'da Y malını ucuza ürettiğinden Türkiye X, Almanya Y malında uzmanlaşmalıdır. Buradan çıkartılacak başka bir sonuç ise emeğin Türkiye'nin X malının üretiminde, Almanya'nın Y malının üretiminde daha verimli olduğudur. Bu iki ülke mutlak üstün olduğu malları üretip diğer malları birbirinden ithal ederse iki ülkenin de avantajına olacaktır. Bunun yanında bu teori uluslararası ticaretin sınırlı bir bölümünü açıklamaktadır. Teori gelişmiş ülkelerin birbiriyle olan ticari ilişkilerini açıklamakta yetersizdir⁹⁰. Tablo incelendiğinde

⁸⁹ Halil SEYİDOĞLU (2001), Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama, Güzem Yayınları, Geliştirilmiş 14. Baskı, İstanbul, s.17.

⁹⁰ SEYİDOĞLU (2001), ss.17-18.

Almanya hem X hem Y malını Türkiye'ye göre daha verimli üretim yapmakta ve ikisinde de maliyet avantajına sahiptir. O halde Almanya iki malı da kendisi üreteceğinden dış ticaret tıkanacaktır. Bu durum ülkelerin dış ticaret yapmalarının sebebini açıklayamamaktadır.

- *Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi:*

David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi o kadar güçlü bir yapıya sahiptir ki günümüzde de uluslararası ticaretin temelini oluşturmaktadır. Ricardo Mutlak Üstünlükler Teorisine karşı çıkmış mutlak üstünlüklerin karşılaştırmalı üstünlüğün özel bir durumu olduğunu belirtmiştir. Ona göre karşılaştırmalı üstünlüğün gerçekleştiği her durumda mutlak üstünlük bulunmayabilir. Ricardo'nun Teorisi'nde ön planda olan üretimdeki üstünlüklerin derecesidir. Bir ülke hangi malın üretiminde daha yüksek oranda üstünlüğe sahipse o malın üretiminde uzmanlaşmalıdır. Görece daha üstün olduğu malda üretim yaparak daha az üstün olduğu malda üretim yapmayarak kaynak israfını önleyecek, karşılaştırmalı üstünlüğün bulunduğu alanda uzmanlaşarak bu malları ihraç edecek, üretimi kestiği malları da ithal edecektir. Böylece kıt kaynaklar en ekonomik şekilde kullanılmış olacaktır⁹¹.

Tablo 3: Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi (Emek Başına Çıktı Miktarı)

	Kumaş	Şarap
İngiltere	80	40
Portekiz	10	20

Kaynak: Halil SEYİDOĞLU (2001), Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama, Güzem Yayınları, Geliştirilmiş 14. Baskı, İstanbul, s.19.

Yukarda Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükleri anlatırken vermiş olduğu örnek tablo halinde belirtilmiştir. Buna göre İngiltere her iki malda da üstünlüğe sahiptir.

⁹¹ SEYİDOĞLU (2001), ss.17-18.

Mutlak Üstünlük Teorisi'ne göre bu durumda ticaret yapılmamalıdır. Oysa Ricardo'ya göre bu durumda dış ticaret yapılması her iki ülke içinde olumlu bir durumdur. Çünkü İngiltere her iki malda da üstün olmasına rağmen üstünlük dereceleri farklıdır. Üstünlüklerin derecesine bakıldığında İngiltere kumaşta 8 şarapta 2 derece üstündür. Bu durumda İngiltere şarap üretiminden çekilerek kaynakları kumaş üretimine aktarmalı ve burada uzmanlaşarak kaynak israfının önüne geçilecektir. Şarabı ise Portekiz'den ithal etmelidir⁹².

- *Faktör Donatımı (Heckscher-Ohlin) Teorisi:*

Klasikler dış ticaretin nedenlerini ülkeler arasındaki üretim maliyetlerinin farklılığına bağlamaktadır. Maliyetler değiştiğinde mübadele karlı olur. Heckscher ve öğrencisi Ohlin bu maliyetlerin farklılığını araştırmaya çalışmışlardır. Buna göre bir ülke hangi üretim faktöründe zenginse üretimi o faktörü yoğun olarak gerektiren malları daha ucuza üretmektedir. Dolayısıyla bu alanda uzmanlaşarak bu malları ihraç eder Ülkede emek yoğun bir ülke emek yoğun mallar üretir. Sermaye yoğun olan bir ülke sermaye yoğun mallar üretir. Kısaca bu teoriye göre her ülke zengin olarak sahip olduğu faktörü yoğun biçimde kullandığı malların üretiminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Örneğin Türkiye'nin tekstil, gıda, işlenmiş tarım ürünleri üretmesi Almanya'nın ise makine, elektronik malları üretmesi gibi⁹³.

2- Yeni Dış Ticaret Teorileri ve Rekabet Gücü

- *Teknoloji Açığı Teorisi:*

Posner, Shumpeter'in geliştirdiği teoriye göre sanayi ülkeleri arasındaki ticaretin büyük bir bölümü nitelikli işgücü farklılıkları ile açıklanmaktadır. Belirli türlerdeki mesleki veya nitelikli işgücü bakımından zengin ülkeler, üretimi büyük ölçüde bu

⁹² SEYİDOĞLU (2001), ss.17-18.

⁹³ Dilek SEYMEN, "Klasik ve Neo-klasik Dış Ticaret Teorileri", <http://www.deu.edu.tr/userweb/dilek.seymen/dosyalar/Heckscher-Ohlin%20Teoremi.pdf>, (E.T:10.12.2012).

faktörlere bağılı olan mallarda uzmanlaşmalı, niteliksiz emeğe sahip ülkeler ise yoğun olarak niteliksiz emeği içeren malları üretmelidir⁹⁴.

- *Ürün Dönemleri Teorisi:*

Bir mal yeni mal durumundan eski mal biçimindeki yaşam dönemine geçerken üretimin coğrafi yeri de değişir. Teknolojik yenilikler ve yeni malların geliştirilmesi ileri sanayileşmiş ülkelerde gerçekleşir. Bu yüksek derecede eğitilmiş işgücünün ve AR-GE'ye yapılan nispeten yüksek harcamaların bir sonucudur⁹⁵.

Tablo 4: Ürün Dönemleri Teorisi Şematik Özeti

I. Dönem	İlk aşamada az miktarda ve yurt içi piyasaya yönelik ve pazara yakın üretilir. Ürünün geliştirilmesi temel amaçtır.
II. Dönem	Ürün olgunlaşır, üretim artar, ihracat başlar, üretim teknolojisi hala tek üretici firmanın elindedir.
III. Dönem	Üretim teknolojisi standartlaşır. Firma yurt içinde ve dışında teknoloji lisansı vermeyi karlı bulur. Malın lisansını alan düşük maliyetli yeni üreticilerin ihracat piyasalarını ele geçirmeleri ile yenilikçi ülkenin ihracat hızı azalır.
IV. Dönem	Yenilikçi ülke yerli üretimden vazgeçer, ithalat yapar. Üretimi sınırlandıran lisanslar kalkar, mal ve teknolojisi serbest mal halini alır. Yenilikçi ülke üretimi azalır.
V. Dönem	Yenilikçi ülke tamamen bu malın üretiminden çekilir. Tüketim ithalat ile karşılanır. Yeni teknolojik buluşlar devreye girer.

Kaynak: Dilek SEYMEN, “Yeni Dış Ticaret Teorileri”,
<http://www.deu.edu.tr/userweb/dilek.seymen/dosyalar/Yeni%20Dis%20Ticaret%20Teorileri.pdf>,
(E.T:10.12.2012).

⁹⁴ Dilek SEYMEN, “Yeni Dış Ticaret Teorileri”,
<http://www.deu.edu.tr/userweb/dilek.seymen/dosyalar/Yeni%20Dis%20Ticaret%20Teorileri.pdf>,
(E.T:10.12.2012).

⁹⁵ Dilek SEYMEN, “Yeni Dış Ticaret Teorileri”,
<http://www.deu.edu.tr/userweb/dilek.seymen/dosyalar/Yeni%20Dis%20Ticaret%20Teorileri.pdf>,
(E.T:10.12.2012).

- *Ölçek Ekonomileri Teorisi:*

Firmanın tesis ölçeğinin büyümesi sonucunda; emekte işbölümü ve uzmanlaşma, teknolojik avantajlar, stok avantajları, satış ve pazarlama avantajları, yönetsel avantajlar, taşıma ve depolama maliyetlerinin azalması, satın alınan hammadde fiyatlarında indirim sağlanması, daha düşük faizli kredi, daha ucuza reklam, düşük tarifeli taşıma gibi maliyetleri düşürücü olumlu etkiler ya da yönetim etkinliğinin kaybedilmesi ve aşırı uzmanlaşmanın verdiği zararlar gibi maliyetleri artmasına neden olan olumsuz etkiler ölçek ekonomiler (içsel ekonomiler) olarak adlandırılır⁹⁶.

3- Endüstriyel Bölge Kavramı

Adam Smith'in Sanayi Devrimi öncesi tespitlerine dayanarak kümelenmeye ilişkin ilk bulgular elde edilmiştir. Smith'in tespitleri şu şekildedir; ticaret hacminin artmasıyla birlikte pazarın yapısını genişletecektir. Bu süreç "endüstriyel bölgenin" gelişmesini beraberinde getirecektir. Çünkü genişleyen pazar yapısı; üreticiler arasında iş bölümünün oluşması, ölçeğe göre artan getirinin sağlanması ve dışsallıkların meydana gelmesi gibi olumlu faktörleri beraberinde getirmektedir⁹⁷.

Alfred Marshall (1890), "Ekonominin Prensipleri" adlı çalışmasında dışsal ekonomileri ifade ederken endüstriyel bölgelerin, firmalara sağladığı olanakları belirten çalışmasıyla endüstriyel bölge kavramının temellerini atmıştır⁹⁸. Marshall'dan sonra gelen sonraki teorisyenlerin de katkısıyla endüstriyel bölge kavramı oluşmuştur.

Marshall'ın 1900'lerin başlarında ortaya koymuş olduğu teori daha sonraları İtalya'da yeniden keşfedilmiştir. Sforzi, ekonomi işleyişini açıklarken, işleyişin meydana geldiği mekânla birlikte ele almanın ve yerelle ilişkilendirmenin ekonomik faaliyetleri açıklamadan çok önemli bir nokta olduğunu dile getirmiştir. Harrison'da endüstriyel bölgelerin teorik dayanaklarına, özellikle İtalya'da bu konu hakkında

⁹⁶ Zeynel DİNLER (2007), Mikro Ekonomi, Ekin Kitabevi, Gözden Geçirilmiş Onsekizinci Basım, Bursa, ss.199-202.

⁹⁷ Kıvanç Halil ARIÇ (2011), "Ulusal ve Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesinde Kümelenme Politikası: Kayseri Mobilya Sektöründe Bir Uygulama", Basılmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss.6-8.

⁹⁸ ARIÇ (2011), s.6.

yapılmış çalışmalarda rastlanıldığını belirtmekle birlikte bu çalışmalarda İngiliz ekonomist Alfred Marshall'ın ortaya koymuş olduğu fikirlerin temel teşkil ettiğini dile getirmiştir. Brusco (1992) İtalyan endüstriyel bölgenin gelişimini incelediği çalışma, Barker (1994), İtalya'nın 1970'li yıllardaki ekonomik büyümesini incelediği çalışma, Gray, Glob ve Markusen'ın yaptığı çalışmalar endüstriyel bölge kavramının gelişmesine katkıda bulunarak son olara Porter'ın, "Ulusların Rekabetçi Avantajları" adlı çalışması ortaya çıkmıştır⁹⁹.

Bazı teorisyenlere göre endüstriyel bölge kavramının tanımı şu şekilde verilmiştir¹⁰⁰:

Pyke'ye göre endüstriyel bölge; belirli bir malın üretim sürecinde farklı kanallarla birbirlerine bağlı bulunan küçük firmaların oluşturmuş oldukları üretim mekânlarıdır.

Harrison'a göre endüstriyel bölge; Tipik bir endüstriyel bölgede, her küçük firma belirli bir üretim sürecinin her bir aşamasında gerekli olan üretim çerçevesinde uzmanlaşmışlardır.

Perry'ye göre endüstriyel bölge; üretim sürecinin küçük parçalar halinde olduğu ve bu parçaların belirli bir mekânda yığıldığı, küçük firmaların kendi aralarında işbirliklerine gittikleri bir kombinasyonu ve üretim kapasitesini ifade etmektedir

Sforzi'ye göre endüstriyel bölge; bireylerin birlikteliği ve benzer üretim sürecinin farklı aşamalarında uzmanlaşmış küçük bağımsız firmaların bir araya gelmesiyle, yerelde egemen şekilde görülen endüstri çerçevesinde oluşuklarını belirtmektedir

Zeynel Dinler'e göre endüstriyel bölge; çoğunlukla küçük ve orta ölçekteki işletmelerin belirli bir coğrafyada yerleştiği, firmalar arasında yakın işbirliklerinin ve sektörel uzmanlaşmanın tesis edildiği, çalışanlar arasında güvene dayalı sosyal bir yapının olduğu ve yereldeki sermaye ile girişimcilik faktörlerine dayalı olarak üretimin şekillendiği yerlerdir.

⁹⁹ ARIÇ (2011), ss.12-14.

¹⁰⁰ ARIÇ (2011), ss.12-14.

Endüstriyel bölgelerin ortak özellikleri şu şekilde sırlanabilir¹⁰¹.

- Bölgeye sağlam bir şekilde yerleşmiş ve deneyim sahibi eski firmalar ile bölgedeki yeni girişimcilik bilgisinin bir arada olması, endüstriyel bölgenin devamlılığı ve değişimi açısından önemlidir.
- Üretim zincirinin tek bir aşamasına dönük olarak uzmanlaşan işgücü yapısı, beraberinde çoğu taşeron olarak faaliyet gösteren çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletmenin oluşmasına neden olmaktadır. Kendi kendine yeten (self-contained) bölgelerdeki üretim zinciri; makine tedarikçileri ve bölgenin dışındaki müşteriler ile bağlantı kuran pazarlamacılarla birlikte genişlemektedir. Bölge içindeki firmalar birbirlerine bağımlı olmakla beraber birbirlerine boyun eğmemektedirler. Bölge içerisindeki firmalar arasında aynı üretim aşamasında uzmanlaşmalarında ciddi bir rekabet içerisindeydirler. Bunun yanında üretim sürecinde tamamlayıcı konumundaki firmalar kendi aralarında yüksek düzeyde işbirliğine gitmektedirler.
- İnovasyonun hızlı bir şekilde yayılması; coğrafik yoğunlaşma, işbirliği çerçevesinde ilişkiler kurmak ve çalışanların firmalar arasında dolaşımını kolaylaştıran işgücü piyasası gibi etkenlere bağlıdır. Buna karşın az sayıdaki büyük firma inovasyona önem vermeleri ve bu yönde politikalar geliştirmeleri bakımından inovasyonu geliştirebilirler. Aynı zamanda büyük firmaların, nihai tüketicilerle direkt ilişkileri olmayan taşeron firmaların üretim koordinasyonunu düzenleyerek de inovasyonu ortaya koyabilmeleri mümkündür.
- Sosyal ve ekonomik uyumun sağlanması, endüstriyel bölgenin ömrünün sürekliliğini sağlamaktadır. Ortak değerlerin paylaşılması, yerele olan bağlılık ve ticari faaliyetler toplumsal dayanışmayı sağlamaktadırlar. Ailecek veya kişisel olarak yapılan görüşmelere bağlı olarak şekillenen ağ yapıları beraberinde ticari bağlantılara ve yeni firmaların kurulmasına olanak sağlamaktadır. Bu tür ilişkiler formal anlaşmalardan daha çok güvene dayalıdır.
- Firmaların coğrafik olarak birbirlerine yakın olmaları, endüstriyel bölgenin oluşumu açısından önemli bir faktördür fakat tek başına bir anlam ifade

¹⁰¹ ARIÇ (2011), ss.14-15.

etmemektedir. Çünkü endüstriyel bölge içersinde yer alan firmalar mal ve hizmet üretim süreçlerinde karşılıklı ilişki halinde olup bu ilişkiler ağının temelinde ise yereldeki sosyal ilişkiler, değerler ve yazılı olmayan kurallar sistemi yer almaktadır. Yerel düzeyde şekillenen bu unsurlar ne derece kuvvetli olursa endüstriyel bölgenin oluşumundaki zemin de o derece kuvvetli olacaktır.

4- Rekabetçi Üstünlükler Teorisi ve Elmas Modeli

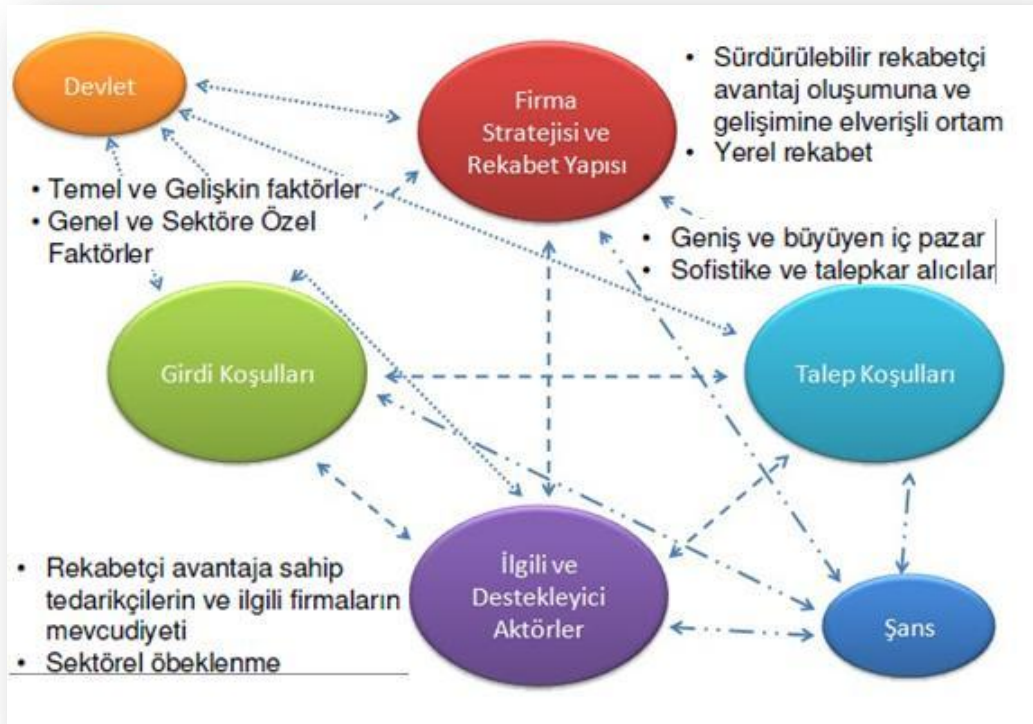
Porter, uluslararası rekabetin nasıl meydana geldiğini ve dış ticaretin nasıl şekil aldığına açıklamaya çalışmak için ülkelerin verimliliklerini ön planda tutmaktadır. Ülkelerin ekonomilerinin şekillenmesinde temel yapı taşı olan endüstriler üzerinde durmuştur. Porter, dış ticaret teorilerinin bazı yönlerini eleştirmektedir. Porter’a göre, karşılaştırmalı üstünlükler teorisindeki varsayımları günümüz endüstrileri taşımamaktadırlar. Porter, Faktör Donatımı Teorisi’ne getirdiği eleştiriye göre günümüzde sanayileşmenin global seviyede şekil alması şirketlerin bir ülkeye faktör donatımı bakımından bağımlı kalmasını engellemiştir. Günümüz uluslararası ticaretinin izah edilmesinde, ülkenin mevcut ‘‘faktör avantajı’’nın kullanılması yeterli olmamaktadır. Porter, Teknoloji Açıkları Teorisi ve Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi’nin bazı önemli konuların sorularına cevap veremediklerini belirtmektedir. Ürün Dönemleri Teorisi Porter’a göre hareketli bir yapıya sahip olmakla birlikte yurt içi talebin yenilenmesini desteklediğini göstermesi bakımından önemlidir. Ancak bazı soruları da cevapsız bırakmaktadır. Şöyle ki en bariz soru: neden bazı ülkelerdeki firmaların bazı yeni endüstrilerde lider konumda olduklarıdır. Çoğu endüstride olan rekabetçi avantajların izah edilmesine önemli bir katkı sağlayan Ölçek Ekonomileri Teorisi hangi ülke firmalarının ve hangi endüstrilerin ölçek ekonomilerinden yararlandıkları hususunda yetersiz kalmaktadır. Grant’a göre, Porter’ın geliştirdiği teoride yurtiçindeki talep ile ülkenin rekabetçi üstünlükleri arasında ilişki kurması, Ölçek Ekonomileri Teorisi’ne yeni bir yaklaşım getirmektedir¹⁰².

Michael E. Porter’ın 1990 yılında yayınlanan kitabı “The Competitive Advantage of Nations”’da ABD, Almanya, Danimarka, Güney Kore, İngiltere, İtalya,

¹⁰² ARIÇ (2011), ss.80-84.

İsveç, İsviçre, Japonya ve Singapur olmak üzere 10 ülkeden 100'ü aşkın sektörün incelenmesinin ardından "Elmas Modeli"ni geliştirmiştir. Çalışmada dünyadaki ihracat pazar payları esas alınarak her ülke için rekabet haritaları çıkarılmış ardından seçilen sektörler örnek olay analizi yöntemiyle detaylı bir şekilde incelenmiştir. Şekil 1'de Porter Modeli'nin şematik özeti verilmiştir¹⁰³.

Şekil 1: Porter'ın Elmas Modeli



Kaynak: <http://ref.advancity.net/tr/dokumanlar/o-Ooz.pdf>, (E.T:13.12.2011);
<http://innocentric.blogspot.com/2010/11/rekabet-analizi-yontemleri-elmas-modeli.html>,
(E.T:10.12.2012).

Porter'ın yaklaşımı rekabet edebilirliği yerel koşullarla ilişkilendirmektedir. Çalışmanın sonucunda rekabet gücünün belirleyicileri olarak faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici sektörlerin durumu ve firma yapısı, stratejisi ve rekabet

¹⁰³ <http://ref.advancity.net/tr/dokumanlar/o-Ooz.pdf>, (E.T:13.12.2011).

durumu olarak belirlemiştir. Devletin rolü ve şans faktörleri de bu ana unsurları destekler nitelikte düşünülmektedirler¹⁰⁴.

Porter’ın elmas modelindeki aktörler şunlardır¹⁰⁵:

- *Talep koşulları*; iç talep ya da dış talep, potansiyel pazarlar ve talebin niteliği, kullanıcının(müşterinin) seçiciliği.
- *İlgili ve destekleyici aktörler*; uluslararasılaşma ve inovasyonla ilgili aktörlerdir. Örneğin girdi maliyetlerinin azaltılması, süreç iyileştirme sağlanması, inovasyon zincirindeki diğer işletmelerin inovasyon yapma konusunda motive edilmesini sağlayan kurum, kuruluş ve sivil toplum örgütleri bu başlık altında değerlendirilir.
- *Firma stratejisi ve rekabet faktörü*; firmaların kurulma nedenleri, kendilerine belirledikleri amaç ve nasıl yönetildikleri rekabet açısından önemlidir. Bulundukları çevrede “rekabet” olması, firmaların rekabet yeteneklerini geliştirip inovatif olmaya iteeceğinden dolayı önemlidir. Bu başlık altında değerlendirilebilecek unsurlara örnek olarak bölgesel şartlar, sektörde faaliyet gösteren diğer firmaların yapısı, yerli-yabancı sermaye, firmaların inovasyon kapasiteleri, rekabet yaklaşımları verilebilir.
- *Devlet*; yukarıda sayılan 4 koşulu da etkiler. Bölgesel, ulusal ve uluslararası unsurlar bu faktör başlığında değerlendirilir. Örneğin devlet talebin nasıl şekilleneceği, inovasyon kapasitesinin nasıl geliştirilebileceğini de etkiler.
- *Şans*; işletmenin kontrolü altında gerçekleşen ve diğer faktörler altında değerlendirilemeyen unsurlar için bu faktör ayrılmıştır.

¹⁰⁴ <http://ref.advancity.net/tr/dokumanlar/o-Ooz.pdf>, (E.T:13.12.2011).

¹⁰⁵ <http://innocentric.blogspot.com/2010/11/rekabet-analizi-yontemleri-elmas-modeli.html>, (E.T:10.12.2012).

1.2.2. Porter’ın Elmas Modeliyle Gelen Yeni Bir Yaklaşım: Kümelenme

Porter’ın ortaya koyduğu Elmas Modeli yeni bir kavramı meydana getirmiştir. Bu bölümde bu kavramın tanımı, özellikleri ve bölgesel kalkınmaya etkileri incelenecektir.

1.2.2.1. Kümelenmenin Tanımı ve Özellikleri

Yoğun bir rekabetin yaşandığı dünya ekonomisinde ekonomiler ayakta kalabilmek için çeşitli arayışlara girişmek zorunda kalmışlardır. Daha az maliyetle daha çok mal ve hizmet üretmeninde ötesinde küresel ölçekte sağlam bir yapıda ayakta kalma gerekliliği hissedilmiştir. Küresel rekabette ucuz işgücü temininin bile etkisiz kaldığı dünya ekonomisinde bundan dolayıdır ki daha fazla inovasyon, AR-GE ve entelektüel sermayeye ihtiyaç duyulmuştur. Bu özelliklere sahip olmayan firmaların uzun dönemde ayakta kalamayacağı gerçeği ortaya çıkmıştır. Firmaların dış rekabette tek başlarına bir yere gelemeyecekleri bir ortamın varlığı aşikardır. İşte bu yüzden küçük firmaları rekabetten koruyacak, büyük firmaların israf ve büyük maliyetlerini azaltacak kümelenme olarak adlandırdığımız kavram devreye girmiştir. Uzun vadede iş gücünün yanı sıra uzmanlaşmış firmaların var olduğu, bilgi paylaşımının en üst düzeyde olduğu, inovasyon kabiliyetinin yüksek olduğu coğrafi yapıların oluşturulması gereği ortaya çıkmıştır. Bu saydığımız özellikleri bir araya getiren kavram kümelenme olarak karşımıza çıkmaktadır¹⁰⁶. Rekabet eden birbirlerini tamamlayan ve birbirine bağlı olan firma ve kuruluşların bölgesel yoğunlaşmasına kümelenme denir¹⁰⁷. Bu kavram 1939 yılında Tryon tarafından literatüre tanıtılmıştır¹⁰⁸. 1998 yılındaki Porter’ın yayınladığı ünlü makalesiyle kümelenme kavramı ekonomi çevresinin dikkatini çekmiştir¹⁰⁹. Porter’a göre kümelenme; *aynı sektörde faaliyet gösteren aralarında işbirliği ve aynı*

¹⁰⁶ Nurdan KUŞAT, “Kobiler İçin Kümelemenin Önemi ve Turizm Sektörü İçin Kümelenmenin Uygunluğunun Araştırılması”, Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt:2, Sayı:2, s.117.

¹⁰⁷ Orhan ÇAKMAK, “Türkiye İçin Kümelenme Stratejisi”, <http://www.deuiktisat.org/Files/418e28a6-9f7a-4a12-8ed6-1d64621cfd9d.pdf>, (E.T:25.09.2011).

¹⁰⁸ Muammer YAYLALI ve Erkan OKTAY ve Yusuf AKAN (2006), “Kişi Başına Düşen GSYİH Değerlerine Göre Türkiye’deki Coğrafi Bölgelerin ve GSYİH’yı Oluşturan Sektörlerin Kümelenmesi”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 8, Sayı 2, s.312.

¹⁰⁹ “Kümelenme Kavramı ve Sektörel Yaklaşımlar”, http://ref.advancity.net/tr/dokumanlar/m_bulut.pdf, (E.T:22.02.2011).

zamanda rekabet olan işletmelerin, onlara mal ve hizmet sunan tedarikçilerin, üniversiteler, meslek kuruluşları, iş koluyla ilgili standartları belirleyen ve kontrol eden kurumlar gibi kurumsal yapıların aynı coğrafi bölgede yoğunlaşmasıdır¹¹⁰.

Avrupa Komisyonu , “Avrupa Birliği’nde Dünya Standartlarında Kümelere Doğru: Geniş Tabanlı İnovasyon Stratejisi’nin Uygulanması” adlı tebliğinde kümeleri şu şekilde tanımlamıştır: *Birbirlerine yakın biçimde konumlanmış olan ve özel alanlarda uzmanlık, hizmet, kaynak, tedarikçi ve beceri geliştirecek kadar yeterli düzeye ulaşmış işletme, ilgili ekonomik aktörler ve kurumlar grubu.*

Avrupa Birliği Koordinasyon Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan “Avrupa Küme Politikası Grubu Nihai Öneriler Raporu”nda (2011) kümelenme şu şekilde tanımlanmıştır: *Belirli bir alanda, pek çok biçimdeki dışsallıklar ve tamamlayıcılıklar tarafından bağlanmış şirketler, tedarikçiler, hizmet sağlayıcılar ve ilgili kurumların coğrafi olarak yığılması.*

OECD’nin 1999 yılında yaptığı tanıma göre kümelenme: *Bir katma değer zinciri içerisinde yer alan bağımsız firmalar (uzmanlaşmış tedarikçiler dahil), bilgi üreten kurumlar (üniversiteler, araştırma enstitüleri, mühendislik firmaları), aracı kuruluşlar (aracı kurum ve danışmanlık firmaları) ve müşterilerden oluşan bir üretim ağıdır*¹¹¹.

Porter’in ortaya attığı teoride doğal kaynak, sermaye ve işgücü avantajları tek tek ele alınmayıp, rekabet avantajı yaratan tüm faktörler ele alınmış yani yeni ürün, teknolojik farklılıklar, ölçek ekonomileri ve piyasa yapıları hep birlikte rekabet gücünü oluşturan birer unsur olarak ele alınmıştır. Bu yeni yaklaşımda, ürünün dizaynı ve teknolojisi de, faktör avantajı ve ölçek ekonomileri kadar üzerinde durulmuştur. Rekabet stratejisi farklı olmak demek olup rekabet stratejisinin özünde, firmanın rekabet ettiği diğer firmalara göre farklı aktivitelerde bulunması yatmaktadır. Ulusal rekabetçi avantajın belirleyici faktörlerinin analizinde Porter’in (1999) elmas modeli esas alınır. İlk olarak Porter; farklı sanayilerin, rekabetçi avantajın farklı kaynaklara sahip olabildiğini farz eder. İkinci olarak bir çok firma global pazarlarda işletilirken, bu işletmeler rekabetçi avantajda yurt içi değişimlerden etkilenmez. Çünkü firmalar ürün

¹¹⁰ Nilay ALÜFTEKİN ve Diğerleri (2009), “Küresel Krizden Çıkışta Kümelenme Modeli: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:5, Sayı:10, s.12.

¹¹¹ <http://www.clusterizmir.org/index.php/clustering/14-sample-data-articles/154>, (E.T:20.07.2012)

ve süreç geliştirme ve bunları özel becerilerle tesis etmekle zorunludurlar. Üçüncü olarak, firmalar aşamalı veya hamle yaparak sürekli yenilik yapmalıdırlar. Bunun aracılığı ile firmalar rekabet avantajını destekler ve kazanç sağlarlar. Bu yüzden rekabetçi ilerlemenin ve yeniliğin incelenmeye ihtiyaç duyulduğu zaman ulusun rolü teşvik yönündedir. Son olarak Porter rekabet edilebilirlik konusunda firmaların yeni pazarlara erken hareket ederek bu pazarlara saldırganca girmeleri buralarda erken rekabetçi avantajlar sağlanmaları gerektiğini belirtmiştir¹¹².

Tablo 5: Dünyadan ve Türkiye'den Kümelenme Örnekleri

Dünya'dan Kümelenme Örnekleri	Türkiye'den Kümelenme Örnekleri
Londra ve New York Finansal Hizmetler	İstanbul –Finansal Hizmetler
Silikon Vadisi (Kaliforniya) -Bilişim	Ankara –Savunma Sanayii
Güney Almanya –Otomotiv	Gaziantep –Tekstil & Hazır giyim
Kuzey İtalya -Tekstil & Moda	Kayseri –Mobilya
Banghalor–Yazılım	Antalya –Turizm
Singapur –Donanım	Bursa –Otomotiv
Danimarka –Rüzgar gücü	Gebze –Kimya
California-Şarap Kümesi	Adıyaman -Tekstil

Kaynak: Esen ÇAĞLAR (2008), “Kümelenmeler ve Rekabet Gücü”, TEPAV, http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1255437510r3578.Kumelenmeler_ve_Rekabet_Gucu.pdf, (E.T: 28.02.2011).

¹¹² Koray GÜRPINAR ve Mustafa SANDIKÇI (2008), “Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter’ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye’deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması”, SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Yıl:8, Cilt:9, Sayı:15, ss.110-111.

1.2.2.2. Kümelenme Aktörleri

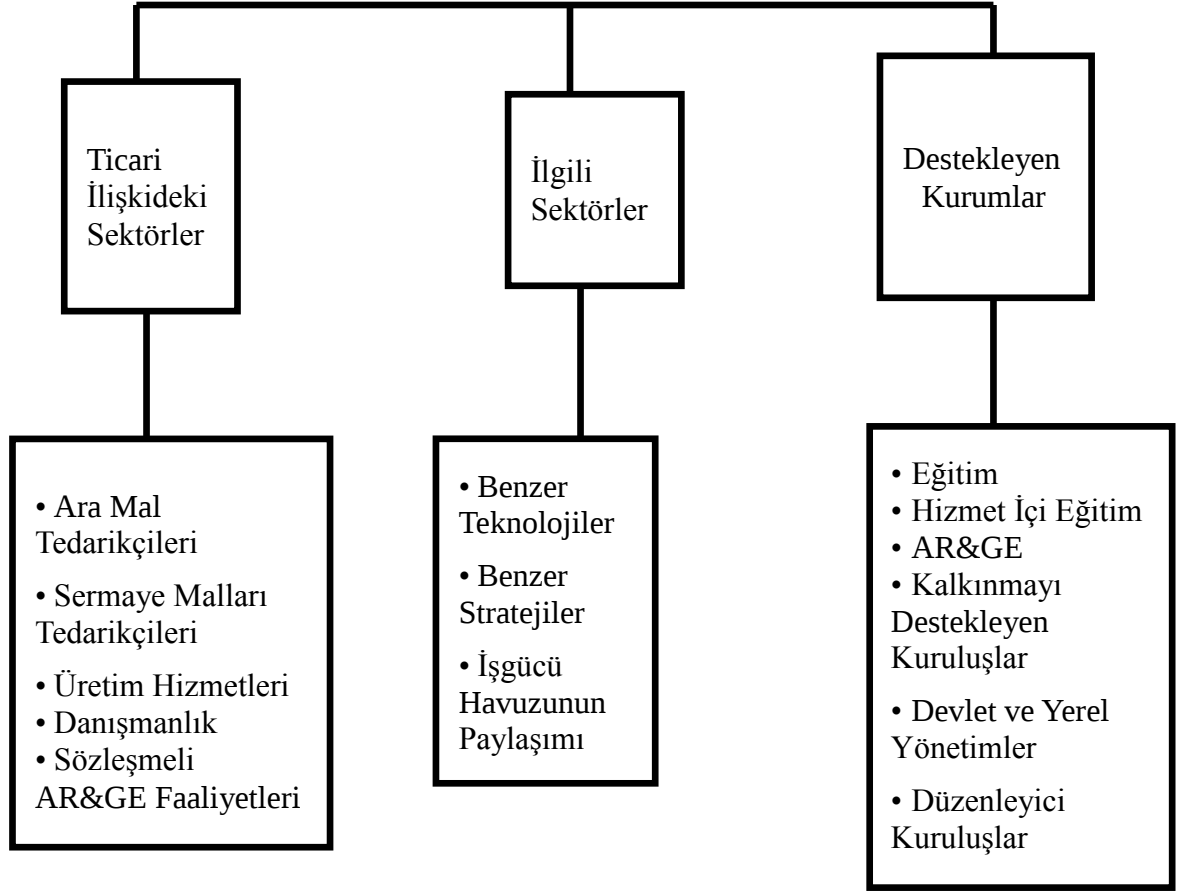
Gelişmiş bir kümelenme için şu unsurların varlığını sıralayabiliriz¹¹³:

- Nihai ürün sanayisi üreticileri,
- Girdi üreticileri ve özelleşmiş tedarikçileri,
- Hammadde üreticileri,
- Özelleşmiş hizmet sağlayıcıları,
- Bağlantılı sanayiler (önemli ortak faaliyetleri, teknolojileri, dağıtım kanallarını, kullanan endüstriler)
- Mali kurumlar,
- Altyapı sağlayıcıları,
- Lojistik desteği,
- Bilgi üreten kurumlar,
- Diyalog mekanizmaları kuran STK'lar
- Akademik çevre,
- Kamu kurumları.

Şekil 2’de bu unsurlar gösterilmiştir.

¹¹³ ARIÇ (2011), s.119; Esen ÇAĞLAR (2008), “Kümelenmeler ve Rekabet Gücü”, TEPAV, http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1255437510r3578.Kumelenmeler_ve_Rekabet_Gucu.pdf, (E.T: 28.02.2011).

Şekil 2: Kümelenme Unsurları



Kaynak: ERDAL Erkan, “İnovasyon, Firmalar Arası İlişkiler ve Kümelenme, Şubat 2006, http://www.egelihracatcilar.com/Images/Menu1Page//INOVASYON_Izmir_Suns_00001663.pdf, (E.T:15.12.2011).

1.2.2.3. Kümelenmenin Firmalara Sağladığı Avantajlar

Yerelleşme ve bölgeselleşmeyle birlikte işletmelerin ulaşım giderleri düşmekte, ticaret engelleri ortadan kalkmakta ve yerel ölçek ekonomilerinden yararlanma olanağı bir diğer işletmeyle beraber yatırım yapmakla birlikte ortaya çıkmakta böylece firmalar için daha avantajlı bir durum ortaya çıkarak firmalar yenilikçi ve verimli bir ortamda üretim yapma imkanına kavuşmaktadırlar. Bu sebepten dolayı birliktelikler firmalara rekabette önemli bir avantaj sağlamaktadır. Pazara yeni giren işletmeler eğer kümelenmenin olduğu bir bölgeyi seçmişlerse buradaki hazır altyapıdan, bölgede işlenmiş kaynaklardan ve bölgede var olan yetişmiş elemanlardan yararlanarak güçlü bir yapıya hemen kavuşmaktadır. A. Marshall’ın yayınladığı endüstrilerin bir yerde

yığılmasını anlatan Ekonominin Kuralları adlı eserinde yığılmanın olduğu bölgedeki endüstri için gerekli işgücünün bulunması, destek işlerinin artması ve uzmanlaşmanın varlığı incelenmiştir. Önceleri kümelenmenin sebebi hammaddeye yakınlık, ulaşım gibi nedenlere bağlanırken günümüzde daha geniş avantajlar sağladığı ortaya konmuştur. Porter'in ortaya attığı firmaların rekabet gücünü belirleyen dört faktörün incelendiği şekil 1'de verilen Elmas Modeli olarak bilinen bu yaklaşıma göre işletmenin stratejisi, girdi koşulları, talep koşulları, bağlantılı ve destekleyici sektörleri anlatan dört temel faktörün bir araya geldiği kümelenmeler firmalara çok büyük avantaj sağlamaktadır¹¹⁴.

Porter'in yaklaşımından öne çıkan ilk önemli noktaya göre küme içindeki firmalar diğer firmalara göre alıcı profilini iyi gözlemleyip alıcılara daha iyi pozisyon alabilme olanağına kavuşmaktadır. İkinci olarak firmalar küme içinde bulunan tedarikçilere daha rahat ulaşarak yenilikleri daha hızlı uygulanma imkanıyla diğer firmalara göre bir adım daha öne geçebilmektedir. Üçüncü olarak firmalar kümelenmenin bulunduğu bir endüstriye girdiklerinde sanki bir firmanın bütünü gibi davranacaklarından kendilerini kanıtlamaya gerek kalmadan küçük ölçekte düşük maliyetle üretim yapabilme imkanına sahip olmaktadırlar. Son olarak yüksek rekabet, daimi karşılaştırma ve diğer firmaların kümenin şöhretini korumak için uygulanan baskı kümenin sürekli yenilikçi bir yapıda olmasına neden olmaktadır¹¹⁵.

Yerel düzeyde gerçekleşen üretimin uluslararası piyasalara yönelimi ve rekabet gücüne erişmesi ile buluşçuluk ve yaratıcılık kapasitesi özelliklerinin varlığı kümelenmeyi sanayi bölgelerinden ayırır. Belirli sektörlerde uzmanlaşma, KOBİ kapsamındaki işletmelerin yoğun olması, firmalar arası dayanışma ağları, kaliteye dayalı bir rekabet ortamı ve bu sayede ulaşılan ortak verimlilik artışı ve fason ilişkilerin yoğunluğu kümelenmenin ana niteliklerini oluşturur. Düşey olarak ayrılmış üretim örgütlenmesi küme içerisinde çeşitli özel ürünlerin üretilmesine imkân verirken küçük pazar nişlerine ulaşılmasını da sağlamaktadır. Öte yandan üretim örgütlenmesi, ortak

¹¹⁴ Oğuz TÜRKEY (2010), "Sektörel Kümelenmelerde Çalışma Koşullarının Algılanması Sultanahmet Turizm Kümelenmesi Örneği", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:28, s.146.

¹¹⁵ Ayşe Elif ŞENGÜN ve Çetin ÖNDER (2009), "Endüstriyel Kümelenmede Yenilikçilik: Firma Özellikleri Etkili mi?", Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt:9, Sayı:1, s.11.

öğrenme ve dayanışma yolu ile buluşçuluk desteklemekte ve bu durum firmaların yanında o yörenin bir bütün olarak gelişmesine imkân sağlamaktadır¹¹⁶.

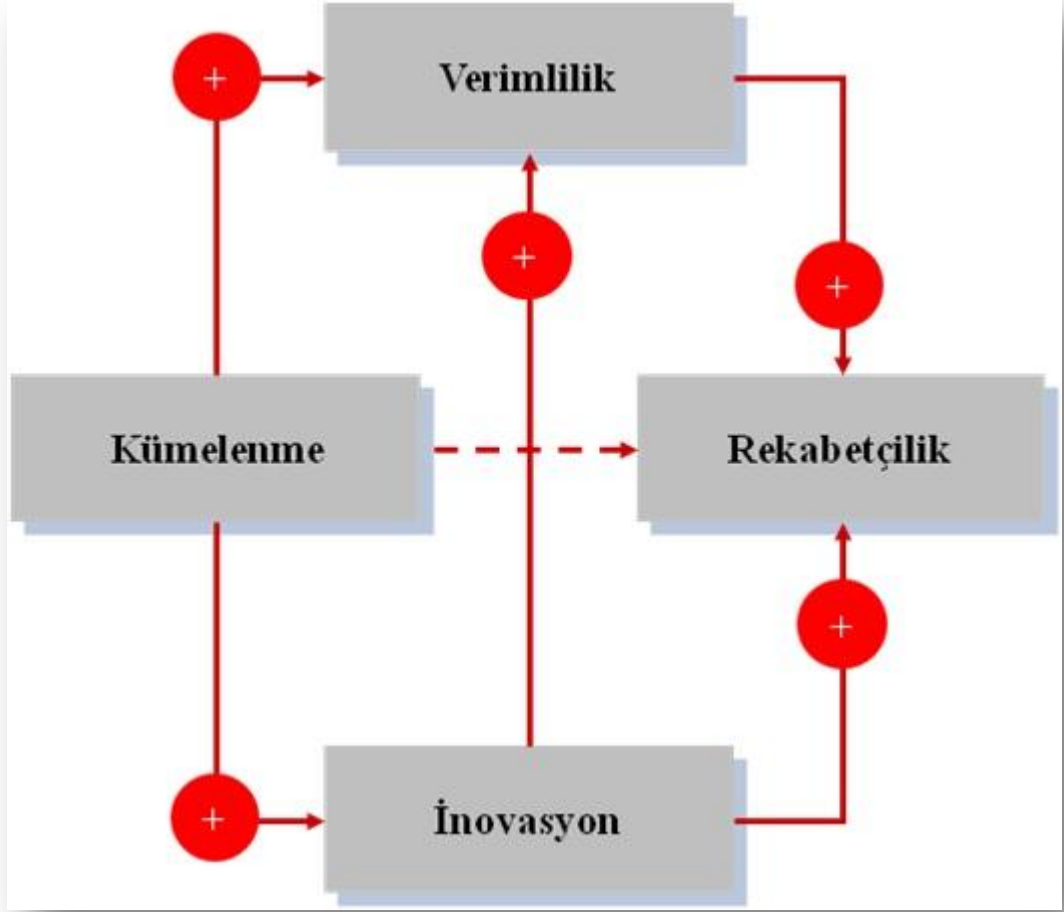
Kümelenmenin amaçlarını aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz¹¹⁷:

- İşletmelerin yeni teknolojiler geliştirmesini desteklemek,
- Endüstrinin rekabet gücünü arttırmak,
- İhracat kalitesini yükseltmek,
- Yabancı sermayeyi çekmek,
- Yeni pazarlara girmek,
- İşsizliği azaltmak,
- İhracat potansiyelini geliştirmek,
- Eğitim, teknoloji ve istikrarlı büyüme.
- İstihdam piyasasının kalitesinin yükseltilmesi,
- Ortak hizmet ve mal alımı gibi yöntemlerle girdi maliyetlerinin düşürülmesi,
- Küme markasının oluşturulması ile pazarın genişletilmesi ve yeni pazarlara giriş,
- Lobicilik ve benzeri faaliyetler ile ortak çıkarların gözetilmesi,
- İhtisaslaşmış hizmetlere ulaşım olanaklarının artırılması,
- Yenilikçilik potansiyelinin geliştirilmesi,
- Firmalar arası diğer dışsal ekonomiler (örtük bilgi paylaşımı vb.).

¹¹⁶ ALÜFTEKİN ve Diğerleri (2009), s.13.

¹¹⁷ Erkan GÜNEŞ (2009), “Turizm Kümelenmesi ve Erzurum Bölgesi Turizm Potansiyeline Yönelik Bir Araştırma”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.29; Bülent AÇIKGÖZ (2012), “Küme Bazlı Yerel Ekonomik Kalkınma Girişimleri ve Yenilikçilik” UNDP, Samsun, http://www.oka.org.tr/NewsDownload/UN_TR.ppt, (E.T:10.12.2012).

Şekil 3: Kümelenmenin Beraberinde Getirdikleri



Kaynak: Bülent AÇIKGÖZ (2012), “Küme Bazlı Yerel Ekonomik Kalkınma Girişimleri ve Yenilikçilik” UNDP, Samsun, http://www.oka.org.tr/NewsDownload/UN_TR.ppt, (E.T:10.12.2012).

Yukarıdaki şekil 3 incelendiğinde kümelenme faaliyetleri sonucunda elde edilen kazanımları özetlemektedir. Şekilden de anlaşılabileceği gibi kümelenme sayesinde verimlilik, inovasyon ve rekabetçilik kümelenme sonucunda elde edilen en önemli üç kazanımdır.

1.2.3. Kümelenme Girişiminin Hedefleri

Genel bir başlık halinde gruplandırmak gerekirse kümelenmenin 4 ana hedefinin olduğunu söyleyebiliriz. Bunlar¹¹⁸:

- Araştırma ve Ağ Oluşturma
- Politika Faaliyetleri
- Ticari İşbirlikleri
- İnovasyon

1.2.3.1. Araştırma ve Ağ Oluşturma

Çoğu kümelenme girişimi bilgilerin bir araya getirilmesi, seminerler yoluyla bilgi aktarılması, raporların yayınlanması, konuşmacıların çağırılması, web sitesi yapılması gibi icraatlarla kümelenme içinde “ağ oluşumunu” sağlamaya çalışırlar. Ekonomik yükselişi devam ettirecek etken olarak fiziksel sermaye artık önemsiz bir hal almaya başlamaktadır¹¹⁹.

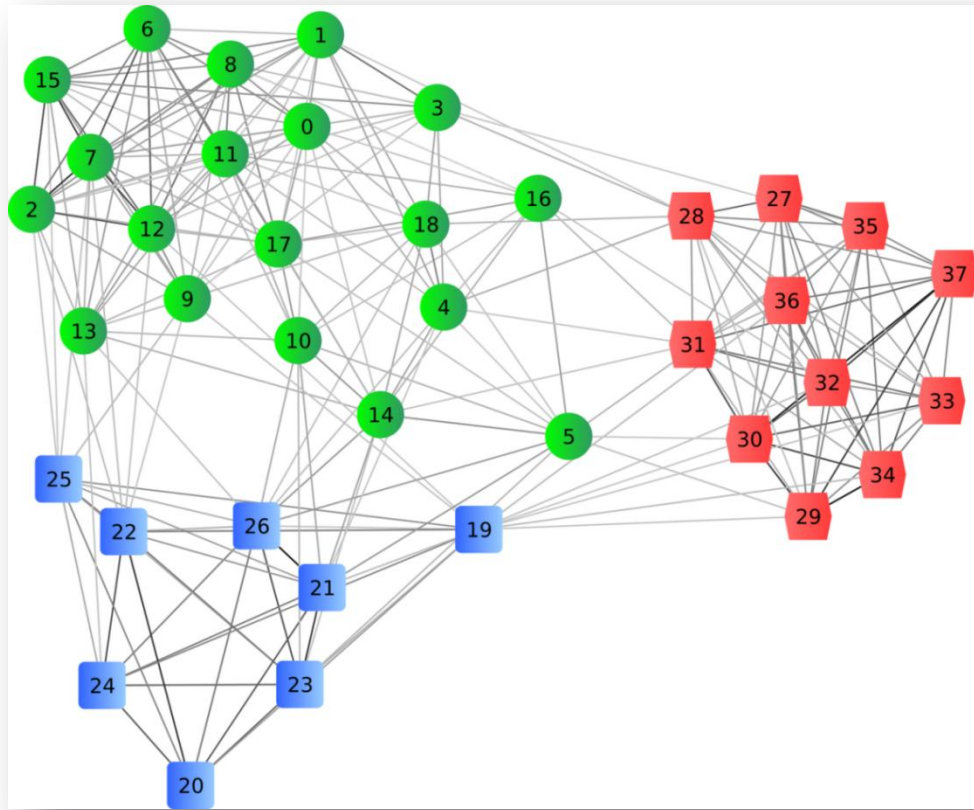
Kümelenmenin önemli özellikleri arasında, firmalar ve destekleyici kuruluşlar arasındaki sosyal ağ yapıları bulunmaktadır. Deeds, DeCarolis ve Coombs, yaptıkları çalışmada biyo-teknoloji kümelenmelerinde firmaların birbirlerine fiziksel anlamda yakın olmalarının, bilgi transferini kuvvetlendirdiğini ve kümelenmede rol alanların fikirlerinin paylaşılabilirdiğini tespit etmişlerdir. Gnyawali ve Madhavan, firmalar arasındaki ağ yapılarına bağlı olarak şekillenen işbirlikçi ilişkilerin, kaynak avantajı sağlayarak, rekabeti olumlu yönde etkileyeceğini belirtmektedirler. Gnyawali ve Madhavan, firmalar arasındaki ağ yapılarına istinaden şekil alan işbirlikçi yakınlaşmaların, kaynak avantajı sağlayarak, rekabete pozitif bir etki sağlayacağını belirtmişlerdir. McEvily ve Zaheer, kümelenme içerisinde yer alan firmaların kısa aralıklarla ve yüz yüze iletişim kurduklarını belirtmektedirler. Bu tarz etkileşimin ise, ağ yapısı yönünden, firmaların karşılıklı bağlantılarını kuvvetlendirdiğini belirtmektedirler. Granovetter, güçlü ağ yapılarının oluşumunda, fiziksel yakınlaşmanın tesirli olduğunu vurgulamaktadır. Kuvvetli yakınlaşmalar, tedarikçiler ile müşteriler

¹¹⁸ ARIÇ (2011), ss.132-137.

¹¹⁹ ARIÇ (2011), s.132.

arasında bilgilerin aktarılması aracılığıyla oluşmaktadır. Bu yönden bakıldığında zaman, ilişkilerin kuvvetli ya da zayıf olmasındaki etken bilgi paylaşımıdır. Kuvvetli ilişkiler ve ağ bağlantıları, öngörülemez vazyetleri azaltmakta ve bilginin doğru olduğunu sağlamaktadır. Cortright'a göre, kümelenmede rol alanların, kümelenmenin bir parçası oldukları bilincinde olmaları gerekir. Bu vaziyet kümelenmenin sürekliliği açısından önem teşkil etmektedir. Kümelenmede rol alanların birbirleriyle ağ bağlantısı kurmaları, hızlı bir şekilde birlikte hareket etmelerine yardımcı olacaktır. Örneğin; Alanında uzmanlaşmış birim ve işgücünden yararlanılması, bazı projelerde birleşmeler, kendi aralarında alım-satım yapmak gibi değişik alanlarda yakınlaşmalar mümkündür¹²⁰.

Şekil 4: Kümelenmede Ağlar



Kaynak: <http://innocentric.blogspot.com/2009/12/kume-egitim-program.html>, (E.T:10.12.2012).

¹²⁰ ARIÇ (2011), ss.132-134.

1.2.3.2. Politika Faaliyetleri

Burada kümelenmenin lobi icraatları ve endüstri içinde, bilim kuruluşlarıyla, hükümet yetkilileriyle, diğer önemli kesimlerle etkileşim içinde olması söz konusudur. Kümelenmenin Türk turizm sektörüne etkileri konulu faaliyetlerinde politik aktivitelerin kümelenme üzerindeki gücünün tespiti için yapılan bir çalışmaya göre 2005 yılında Ölüdeniz'deki Babadağ yamaç paraşütü uçuşlarının gelirlerini toplama işinin ihaleyle özel bir firmaya devredildiği tespit edilmiş, bu firmanın ise yamaç paraşütü uçuş olanaklarını geliştirmemiş hatta uçuş için geçmiş yıllara göre daha fazla ücret talep etmesinin söz konusu olduğu belirtilmektedir. Bu durum karşısında yamaç paraşütü turizmi yapan diğer firmaların, ihaleyi almış olan firmanın sözleşmesinin iptal edilmesi için Orman Bakanlığı'na yoğun bir baskı kurdukları ve Bakanlığın gelen bu talepler karşısında ihaleyi iptal ederek Babadağ'ın kontrolünü yerel bir vakfa devretme zorunda kaldığı ifade edilmektedir. Bu durum bize uygulanan politika faaliyetlerinin ne derece önemli olduğunu göstermektedir. Hükümetlerin, kümelenmenin politika faaliyetlerini çeşitli yollarla etkileyebildikleri açıktır. Bu yollardan birincisi hükümetlerin eğitim politikası, işgücü piyasasının düzenlenmesi, rekabet hukuku gibi alanlardaki düzenlemeleridir. İkincisi, hükümetler sağlam işbirliği meydana gelmiş, sadece başarılı kümelenmeleri değil, yeni kurulmuş veya gelişmekte olan kümelenmeler desteklemelidirler. Üçüncüsü, kamu-özel sektör işbirliğiyle hükümet kümelenmeye kolaylaştırıcı bir üye olarak dâhil olmalıdır. Dördüncüsü, hükümet kümelenmedeki firmalara korumacılık yapmamalı, sübvansiyon sağlamamalı ve rekabeti azaltıcı kurallar getirmemelidir¹²¹.

1.2.3.3. Ticari İşbirlikleri

İşbirliktelikler denilince; piyasa hakkında bilgi sahibi olma, mesleki yardım, birlikte satın alma ve dış satıma yönelik tanıtım gibi icraatların kastedildiğini belirtmişlerdir. Böylesi bir oluşum Avusturya Gıda Kümelenmesi üzerinde inşa edilmiştir. Gıda ihracatındaki asıl amaç olarak; satış gelirlerinin, pazarlamanın ve kamu finansmanının tek elde toplanması seçilmiştir. Buralarda sürdürülecek aktiviteler ise

¹²¹ ARIÇ (2011), ss.134-135.

bahsi geçen kümelenmenin fuarlarda tanıtımının yapılması, faaliyete hazır ihracat piyasalarının araştırılması ve söz konusu kümelenmeye devletin destek vermesine yönelik lobi faaliyetlerinde bulunmasıdır. Kümelenmedeki firmaların birbirleriyle olan ilişkilerini şekillendiren aynı endüstride bulunmaları, bölgesel şartlar, kültürel ve sosyal kimlikler, ticari etkileşimler ve teknolojik bezerlikler gibi unsurları sayabiliriz. Firmaların birbirlerine olan güvenleri birbirleri arasındaki etkileşimi belirleyen, firmaların beraber hareket etmelerini kolaylaştıran en temel unsurdur¹²².

Firmalar arasındaki işbirliği iki temel gruba ayrılmaktadır. Üretimin devamı boyunca benzer üretim faktörlerinin pay edilmesi veya üretimle bağlantılı ortaklaşa hareket edilmesi birinci grupta yer alır. Büyük bir üretim siparişi talebi karşısında firmaların üretimi paylaşması, ortak donanım kullanımı veya ortak pazar araştırması yapmaları örnek olarak verilebilir. Bilgi alış-verişi, firmaların beraber hareket etmesindeki ikinci unsurdur. Firmalar arasındaki bilgi alış-verişi, teknik veya ekonomik bilgi temelinde olabilir. Bu bilgi alış-verişi firmalar arasında belirli kaideler çerçevesinde veya bu çerçevelerin dışında formaliteye uygun olmayan bir tarzda da olabilir. Firmaların kendi üretim aktivitelerini daha verimli bir şekilde devam ettirmek istemeleri, işbirliği yapmalarının ana nedenidir. Birçok güçlü kümelenmede, küme aktörleri arasında yapılan işbirlikleri yeni bir organizasyon yapısının oluşmasına yardımcı olmuştur. Söz konusu organizasyonlara “İşbirliği Kurumları” adı verilmektedir. Ticaret odaları, sanayi odaları gibi kurumlar bu işbirliği kurumlarına örnek olarak verilebilir¹²³.

1.2.3.4. İnovasyon

Kümelenme dahilinde oluşan inovasyon tek başına bilimsel bir çizgide şekillenmemektedir. İnovasyonun oluşumunu, kümelenmede rol alanların oluşturdukları grupların aktiviteleri büyük ölçüde şekillendirmektedir. Teknolojik üstünlükten öte bu durumun nedeni sosyal ve ekonomik faktörlerin inovasyonun başarısı üzerindeki tesirleridir. Kümelenmede rol alanların aktif katılımları, stratejik ortaklıklar ve ortak girişimlerin sistematik olarak devam etmesi yönünden çok önemlidir. Bu nedenle

¹²² ARIÇ (2011), ss.135-136.

¹²³ ARIÇ (2011), ss.136-137.

firmanın sadece tek bir tedarikçi ve alıcıyla iş yapması yeterli olmamakla beraber rakipleriyle de iş yapması gerekmektedir. Rakip firmalarla ortaklaşa işler yapılması cazip bir alternatif olmayabilir. Ancak inovasyonun ortaya çıkıp şekillenmesi bakımından bu alternatifin seçilmesi gerekmektedir. Bundan dolayıdır ki rakipler arasındaki işbirliklerinin uygulanabilmesi için politika yapıcılar, bölgesel endüstrilerdeki inovasyon hacminin artırılmasına yönelik çalışmaktadırlar. Kümelenmede hayata geçirilen inovasyonun ana bileşenleri arasında; Ar-Ge harcamaları, patent sayısı, yeni ürünler, yeni hizmetler, bilimsel yayın ve organizasyonel değişim vardır¹²⁴.

1.2.4.Kümelenme Politikaları

Kümelenme politikası ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte üç çeşit kümelenme politikası karşımıza çıkmaktadır¹²⁵:

- 1- Birinci çeşit kümelenmede “triple helix” yani üçlü sarmal denilen üçlü bağlantının güçlenmesiyle ilgilidir. Özellikle endüstri, araştırma ve devlet kurumları örneğin bölgesel gelişme kurumu veya bilim ve teknoloji kurumu gibi.
- 2- İkinci çeşit, şirketler arası AR-GE işbirliği ve ayrıca şirketler ve araştırma organizasyonları arasındaki işbirliğine odaklanır.
- 3- Üçüncü çeşit, şirketler arasındaki işbirliğini teşvik etmeye yoğunlaşılır, işbirliğinin AR-GE kurumları arasında olsa da olmasa da işbirliği yapılması teşvik edilir veya rakip kurumlar arasında yatay olarak veya değer zincirinde dikey olarak iş birliği teşvik çalışması sürdürülür.

Başarılı bir kümelenmede şirketlerin ve ilgili kurumların ortak faaliyetlerini desteklemek, KOBİ'lere odaklanma, kümelenmeleri teşvik edecek olan politikalarla kesişme noktasında buluşmak gibi üç temel unsur bulunmaktadır. Uygulanan

¹²⁴ Erol SAYIN (2008), “Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye”, ASO Bütçe Dergisi, Sayı: Ocak-Şubat 2008, s.60.

¹²⁵ “Clusters Linked over Europe, Cluster Management Guide – Guidelines for the Development and Management of Cluster Initiatives, Cloe Clusters linked Over Europe”, http://www.clusterplattform.at/fileadmin/user_upload/clusterbibliothek/52_CLOE_Cluster-Management-Guide.pdf, (E.T:14.12.2011).

kümelenme politikaları girişimcilik, KOBİ gelişimi, istihdam, bölgesel bütünlük ve bölgesel kalkınma, uluslararası rekabet edebilirlik, ihracata dayalı büyüme, KOBİ'lerin ulusallaştırılması, doğrudan yabancı sermaye yatırımının çekilmesi, sürdürülebilir kalkınma ve kırsal kalkınma gibi amaçlara yönelik olmalıdır¹²⁶.

Başarısız bir kümelenmenin nedenleri ise kümelenme içerisinde uzmanlaşmanın sağlanamaması, vizyonsuzluk ve vizyonun yitirilmesi, ağ bağlantılarının düşük olması, bütçe yetersizliği ve bölgede marka yaratamamak olarak sayabiliriz. Küme içerisindeki firmaların heyecanı, firmaların kümelenme sürecini sahiplenmeleri, bölgedeki firmaların işbirliği yapma niyetleri ve bölgedeki yönetim yapılanma düzeyi kümelenmeyi başarıya götürecek unsurlar olarak sayabiliriz¹²⁷.

Kümelenme politikalarının aşamaları ise şu şekildedir¹²⁸:

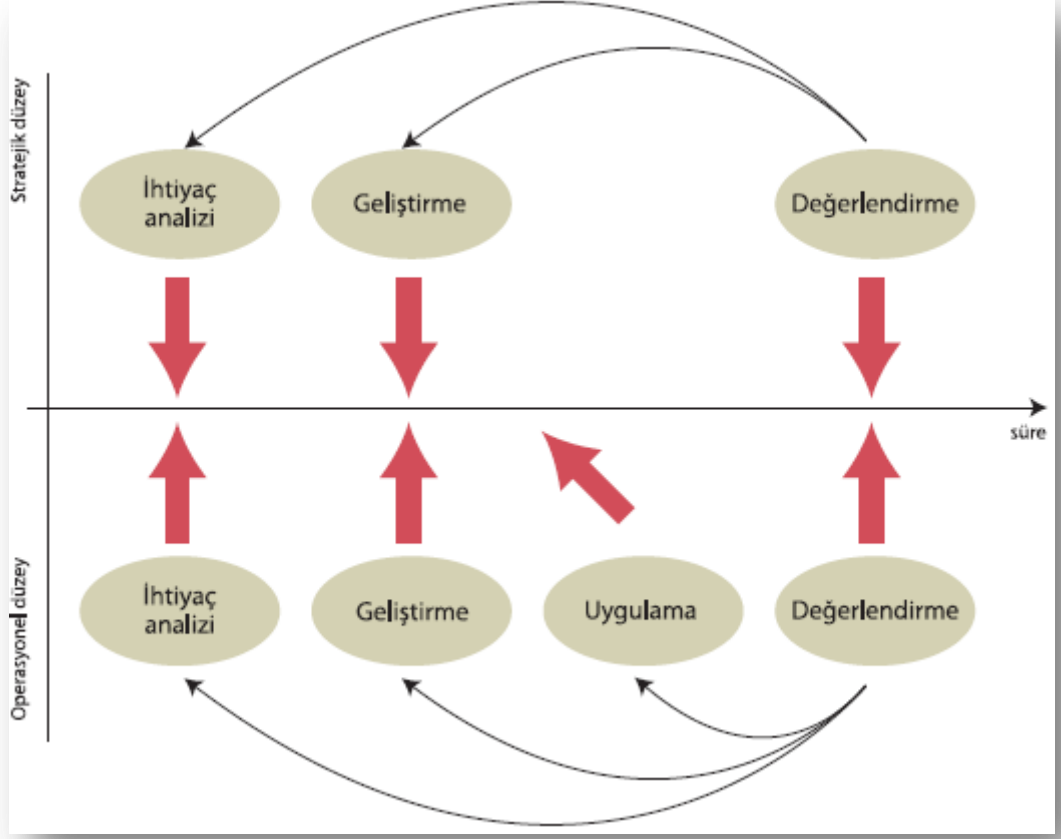
- **Analiz:** İhtiyaçların tespiti ve bu ihtiyaca yönelik uygulanan politikaların analizi,
- **Geliştirme:** İhtiyaçlara yönelik politika cevabının geliştirilmesi ve anahtar politika hedeflerinin tanımlanması, kaynakların gözden geçirilmesi ve kümelenme politikası araçlarının araştırılması,
- **Uygulama:** Programın uygulanması için prosedürlerin, seçim süreçlerinin, bütçelerin ve zaman tablolarının hazırlanması,
- **Değerlendirme:** Program performansının ve politikanın etkinliği ile verimliliğinin uygun bir faaliyet sürecinden sonra değerlendirilmesi.

¹²⁶ Beyaz Kitap-Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, ss.26-29, <http://cluster.kso.org.tr/Beyaz.pdf>, (E.T: 22.02.2011).

¹²⁷ SAYIN (2008), s.60.

¹²⁸ Beyaz Kitap-Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, ss.26-29, <http://cluster.kso.org.tr/Beyaz.pdf>, (E.T: 22.02.2011).

Şekil 5: Kümelenme Politikalarının Aşamaları



Kaynak: Beyaz Kitap-Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, s.30, <http://cluster.kso.org.tr/Beyaz.pdf>, (E.T: 22.02.2011).

Yukarıdaki Şekil 5 incelendiğinde kabul edilen politika sürecinin sürekli olarak geri bildirme, uyarılma ve yeniden düzenlemeye ihtiyaç duyulduğu kadar hem tavandan tabana hem de tabandan tavana yaklaşımının aynı anda varlığına ihtiyaç vardır¹²⁹.

¹²⁹ Beyaz Kitap-Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, s.29, <http://cluster.kso.org.tr/Beyaz.pdf>, (E.T: 22.02.2011).

Tablo 6: Kümelenme Politikası Hedefleri ve Öncelikleri

KÜMELENME POLİTİKASI HEDEFLERİ VE ÖNCELİKLERİ			
1.POLİTİKA YÖNETİŞİMİ VE TEKNİK DESTEK PROGRAMI Amaç: Kümelenme Politikasının ulusal ve yerel düzeyde pürüzsüz uygulanmasını sağlamak. Referans politikasının özel amacı: Kümelenme için çerçeve koşullar			Kesişen
2.KÜME REKABET EDEBİLİRLİK PROGRAMI Amaç: Küme işletmeleri ve ilgili kurumlar arasındaki işbirliği ve ağ oluşturmaya güçlendirmek. Referans politikasının amacı: İşletme ve yerel rekabet edebilirlik	3.KÜME ULUSALLAŞTIRMA PROGRAMI Amaç: Kümenin uluslararası performansını güçlendirmek. Referans politikasının özel amacı: İşletme ve yerel rekabet edebilirlik	4.KÜME YENİLİKÇİLİK PROGRAMI Amaç: Yenilikçilik faaliyetlerini desteklemek ve kümelerdeki üçlü helezonu güçlendirmek. Referans politikasının özel amacı: Kümelenme ve yenilikçilik	Tematik

Kaynak: Ekin TAŞKIN (2009), “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi”, Ege Bilgi ve Yönetim Merkezi, http://portal.izka.org.tr/kumelenme/phocadownloadpap/izka_kumelenme_dcp.pdf, (E.T: 11.12.2011).

1.2.5.Bölgesel Kalkınma Aracı Olarak Kümelenme

Önceleri, kuruluşların aynı mekanda kümelenmesi, coğrafi uzaklıklardan doğan işlem maliyetlerini azaltma arayışına bağlanmakta ve bu nedenle kuruluşlar arasındaki ilişkiler ticarete konu karşılıklı bağımlılıklar (yerel girdi-çıktı ilişkileri) ile sınırlı tutulmaktaydı fakat daha sonraları kuruluşların aynı mekanda kümelenmesi, kümelerin kalıcılığı yayılan teknolojik dışsallık, emek pazarları, yerel konvansiyonlar, normlar ve değerler, kamu kurumları gibi yerel karakterli ticarete konu karşılıklı bağımlılıklar ile

açıklanmaya başlanmıştır. Bu kapsamda, bölge yeni bir teorik konum kazanmış, sosyal, beşeri ve kollektif karakterli kapalı bilgi ile başlayan bölgesel sistem çözümlemesi küreselleşme ve yerelleşmeyi birlikte içeren bir modele doğru yöneltmiştir¹³⁰.

Hazırlanan bölgesel kalkınma politikalarında işbirliğinin önemi üzerinde durulmakta, bölgesel dengesizlikleri gidermek için kümelenmelerden yararlanılmaktadır. İstihdam ve iş fırsatlarının yaratılması, AR-GE ve inovasyon, rekabetin teşviki, bölgesel çekiciliğin sağlanması ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için kümelenme bölgesel kalkınma politikalarında bir araç olarak kullanılmaktadır. 9. Kalkınma Planında da rekabet edilebilirlik öne çıkarılmış, çeşitli reformlarla önceki bölümlerde de değindiğimiz gibi Bölgesel Kalkınma Ajansları rekabet edebilirlik temeline oturtulmuştur. Ana hedef olan bölgesel aktörlerin güçlenmesine vurgu yapılarak kalkınmada tabandan tavana ilkesi benimsenmiştir. DPT'nin 2009-2011 yılları için hazırlamış olduğu Orta Vadeli Planda da bölgesel kalkınmada yerel dinamikleri harekete geçiren rekabet edebilirlik vurgulanarak, girişimcilik, verimlilik ve mali hizmetlerin çeşitliliği ile şirketler arasında işbirliği destekleme hususları üzerinde durulmuştur¹³¹. Bu üzerinde durulan hususların gerçekleştirilmesinde kümelenmenin en önemli unsur olduğu kümelenmenin sağladığı faydalar düşünüldüğünde açıkça ortadadır.

Kümelenmenin bölgesel kalkınmaya en önemli katkısının rekabet avantajı olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Rekabet avantajını ise maliyet ve farklılık avantajı ortaya çıkarmaktadır. Maliyet ve farklılık avantajları firmalar için pozisyon avantajı olarak tanımlanmaktadır¹³².

Kümelenmelerin bölgesel kalkınmaya en önemli etkisi olan rekabet gücünün artırılması, kümenin rekabet avantajını üç yönden geliştirmektedir¹³³:

¹³⁰ Hakkı ERASLAN ve Melih BULU ve İsmail BAKAN (2009), “Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar”, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Yıl:5 Sayı:1, s.14.

¹³¹ Beyaz Kitap-Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, s.34, <http://cluster.kso.org.tr/Beyaz.pdf>, (E.T: 22.02.2011).

¹³² Orhan ÇAKMAK, “Türkiye İçin Kümelenme Stratejisi”, <http://www.deuiktisat.org/Files/418e28a6-9f7a-4a12-8ed6-1d64621cfd9d.pdf>, (E.T:25.09.2011).

¹³³ Filiz ALSAÇ (2010), “Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye İçin Kümelenme Destek Modeli Önerisi”, DPT Uzmanlık Tezleri, Ankara, ss.47-54.

- *Kümeye yer alan işletmelerin mevcut verimlilik düzeylerini artırarak:*

Gelişen bir kümelenme, ihtisaslaşmış imalatçı ve tedarikçileri de kümeye çekmekte ve böylece yerelden tedarik imkanının sağlanması ile ulaşım masraflarını ve stok maliyetlerini azaltmakta ve gecikmeleri engellemektedir.

- *Küme katılımcılarının yenilik ve verimlilik kapasitelerini artırarak:*

Küme içerisinde yer almak yenilik yapma yönünde fırsatların daha erken fark edilmesinde bir avantaj sağlar. Bu fırsatlara göre tedbirler alınmasında yerel tedarikçilerin ve üniversitelerin ya da araştırma merkezlerinin sürece dâhil edilmesi bölgenin yenilik yapma kapasitesini artırmaktadır. Küme içerisinde işletmeler, üniversiteler, kamu kurumları, meslek kuruluşları gibi aktörler arasında oluşacak yerel ağ yapılanması, bilginin üretim ve dağıtım süreçlerini kolaylaştıracak böylece oluşacak pozitif dışsallıklar sistemin tamamına fayda sağlayacaktır. Müşteriler de talepleri ile süreçte yönlendirici rol oynayabilmektedir.

- *Kümelenmelerin büyümesini sağlayacak yeni iş alanlarının kurulmasını teşvik:*

Yeni faaliyete geçecek işletmelerin mevcut kümeler bünyesinde kurulmaları, özellikle hazır müşteri potansiyeline erişim ve piyasa fırsatlarının daha hızlı ve doğru tespiti gibi konularda avantaj sağlamaktadır. Kümeye yer alan işletmeler arasında tedarik zinciri bulunması, firmaların bu ilişki ağına girerek küme içi pazardan faydalanmalarını da sağlamaktadır. Bu durum özellikle küme içerisinde gömülü bulunan piyasa ve işletme bilgisinin bedelsiz olarak yeni firmalara aktarılmasını sağlayarak, küme bünyesinde yeni kurulacak işletmelerin piyasada tutunamama risklerini azaltmaktadır. Diğer taraftan, kümelerde kurulacak yeni işletmelerin sağlayacakları iş imkanları bulundukları bölgede istihdamın artırılmasında etkili olmaktadır.

Kümelenmenin bölgedeki firmalara sağladığı faydaları şu şekilde özetleyebiliriz¹³⁴:

- Tedarikçilere daha kolay ve daha uygun koşullarla ulaşılabilir.

¹³⁴ GÜNEŞ (2008), s.31; Kadir B. TEBER, “Türkiye’de Kümelenme Çalışmaları ve Sinop Turizm Sektöründe Uygulanabilirliği”, http://www.sinop.edu.tr/akademikbirimler/yuksekokullar/turizm_yo/faaliyetler/turizm_kumesi.pdf, (E.T:12.12.2012).

- Pazar konusunda ortak bilgi toplanır, yeni fırsatlardan haberdar olunur ve beraberce pazarlama yapılabilir.
- Yeni pazarlar ve gelişmeler konusunda bilgi sahibi olunarak, AR-GE faaliyetleri ortaklaşa yürütülür, rekabet üstünlüğüne sahip yeni ürünler üretilir.
- Risk paylaşma konusunda küme üyelerine pozitif katkıda bulunur.
- Gerekli olan işgücü, beraberce eğitilerek küme üyelerinin ihtiyacı olan nitelikli işgücü sağlanır.
- Maliyetlerde düşüş sağlanır.
- Küme firmalar arasında karşılıklı güvene dayanan bilgi alışverişi yapılabilir ve uzman bilgilere ulaşılır.
- AR-GE faaliyetlerinde akademik kurumlardan ve devlet kurumlarından destek alma daha da kolaylaşır.
- Kümenin bulunduğu coğrafi alan ilgili sektör açısından bilinir hale gelince, bu bilinirlik küme için bir marka olma durumuna gelir.
- Teknolojiye ulaşım konusunda fayda sağlar.
- Endüstrinin rekabet gücünü artırır.
- Mevcut pazarların kalitesini artırır.
- Yeni pazarlara girme konusunda yararlar sağlar.
- İhracat kalitesini yükseltir.
- Yabancı sermayeyi çekmek ve teknoloji transfer etmede olumlu etkileri olur.
- İşsizliği azaltmada dolaylı olarak etki sağlar.
- İhracat potansiyelini geliştirir.
- İşbirliği ve güven ortamı sağlar.
- Uzmanlaşmayı beraberinde getirir.
- Verimlilik artışı ve esnekliği beraberinde getirir.
- Öğrenme ve yenilikçilik konusunda olumlu etkileri olur.

1.2.6. Kümelenme ve Rekabet Edilebilirlik

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin artmasına bağlı olarak işletmeler arasındaki etkileşim ve dayanışmanın artması, var olan küresel rekabet politikalarına yeni bir ivme kazandırmıştır. Bu da dünyadaki rekabet sisteminde köklü bir değişime

yol açmakta ve böylece rekabette üstünlük sağlamak için yeni ve kapsamlı işbirliği sistemleri benimsenmeye başlanmıştır. Porter, global rekabet ortamında kümelenmenin stratejik değerini ifade ederek rekabet edilebilirlik konusunda kümelenmenin önemini çalışmalarında vurgulamıştır. İtalya’da uygulanan kümelenme faaliyeti sonucunda önceleri geleneksel teknolojiler kullanan ve rekabeti düşük işgücü maliyetleri temelinde sürdüren bu firmalar kümelenmeden sonra 1970’lerden sonra büyük ölçüde değişen piyasa koşullarına çok iyi uyum sağladıkları gözlenmiştir. Bu firmalar aralarında kümeleşerek ve nitelikli işgücüyle geleneksel ve bilgisayar destekli yeni teknolojileri birleştirmişler ve 1970’ler sonrasında büyük rekabetçi başarılar elde etmişlerdir. Kümelenme kavramının temelini oluşturan Porter’ın çalışması rekabetin de kaynağı üzerine önemli mesajlar içermektedir. Porter’a göre bir sektörde rekabet avantajı sağlayabilmek ve başarılı bir konum elde etmek için işletmenin; sektöre yeni girecek firmalar, sektördeki mevcut rakipler, ikame ürünler, alıcılar ve tedarikçilerden oluşan beş rekabet gücüyle karşı karşıya gelecek ve bunlarla baş etmek zorunda kalacaktır. Porter, küme içindeki unsurlar arasındaki bağlantıyı açıklarken büyüme, rekabet edebilirlik ve yeniliği ortaya çıkarmada, işbirliğini ve rekabet şartlarını öne çıkarır. Porter’a göre kümelenme rekabeti üç esas noktada etkilemektedir. İlk olarak o alana bağlı olan şirketlerin verimliliğini artıracaktır. İkinci olarak gelecekte verimliliğin büyümesini destekleyen yeniliğin yönünü ve hızını belirleyecektir. Son olarak ise kümenin kendisini genişleten ve güçlendiren yeni iş formasyonlarının oluşmasını sağlayarak bu sayede her bir üyeye daha büyük bir ölçeğe sahipmiş gibi ya da diğerleri ile resmi bir şekilde birleşmiş gibi esnekliğinden fedakârlık yapmadan, fayda elde etmesine imkân verir¹³⁵.

Porter’ın bir ülkenin belirli endüstrilerde başarılı ve diğerlerinde başarısız olmasının nedenlerini geliştirdiği elmas modeline göre ülkeler, ulusal elmasın en verimli olduğu endüstri ve endüstriyel bölümlerde başarıya ulaşmaktadır. Talep koşulları, faktör koşulları, ilgili ve destek endüstriler, işletme stratejileri, yapısı ve rekabet özellikleri ülkenin genel rekabetçi yapısını ortaya çıkaran elmastaki bu dört faktör sürekli etkileşim içinde olup, birbirini desteklemektedir. Bir faktörde yaşanan değişim diğer faktörleri etkilemektedir. Porter dışsal olarak kabul edilen devlet ve şans

¹³⁵ Salih ALP (2009), “Küme Ekonomilerine Bir Bakış ve Spesifik Bir Örnek Olarak Bursa PVC Makine Endüstri Kümesi”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:5, Sayı:10, ss.189-193.

faktörlerini de bu sisteme katarak ülkelerin rekabet yapısını incelemiştir. Şans faktörü teknolojik yapıda yaşanan patlamalar, beklenmedik politik gelişmeler, savaşlar gibi olağan dışı olayları ifade etmektedir. Bu faktörlerin devlet ve işletmelerin kontrolü dışında oluştuğu ifade edilmektedir. Devletin, ülkenin toplam rekabet gücü oluşumuna çok önemli etkisinin olduğu ve elmas modelindeki dört faktörün yapısal değişim ve gelişimine doğrudan katkı yaptığı vurgulanmaktadır¹³⁶.

Porter Elmas Modeli'nde ulusal rekabet gücünü araştırırken endüstriyel yapının incelenmesinin gerekliliğini belirtmektedir. Ülkelerin sadece izole ve rakiplerinin faaliyet alanı dışındaki sektörler yerine yatay ve dikey ilişkilerin çok kuvvetli olduğu çeşitli endüstri kümelerinde asıl başarıyı yakalayabileceklerini ifade etmektedir. Porter'in geliştirmiş olduğu bu model ülke endüstrilerindeki rekabet gücünün analizi açısından oldukça yararlı analitik bir araçtır. Porter; is gücü, doğal kaynak, sermaye gibi ülke kaynaklarının yüksek verimliliğe sahip ve sürekli verimlilik artışını yakalamış endüstriler arasında dağıtılmasının devletin ekonomiye yönelik politikalarının temel amacının olduğunu ifade etmektedir¹³⁷.

Kümelenme içinde kurulmuş olan işletmelerin üretkenliğinin artması, gelecekte verimliliği yükseltecek ve yeni ürünlerin oluşmasını sağlayacak yenilikçiliği yönlendirmek, kümelenmenin kendisini genişleten ve güçlendiren yeni iş alanlarının ortaya çıkmasını teşvik etmek şeklinde kümeler rekabet gücünü etkiler¹³⁸.

Porter'ın üzerinde durduğu noktalar sonuçta rekabet edilebilirliği geliştirmeye yöneliktir. Dolayısıyla kümelenmenin en temel amacı rekabet edilebilirliği sağlamaktır. Kümelenmenin firmalar açısından avantajlarını incelediğimiz bölümdeki firmaların elde ettiği verimlilik, maliyet, bilginin kullanımı, pazarlara ulaşma, girdileri daha kolay elde etme gibi avantajları düşündüğümüzde rakip firmalara göre çok avantajlı bir yapıda oldukları açıkça görülecektir. Bu açıdan bakıldığında küme içerisindeki firmaların rekabet edilebilirlik açısından diğer firmalara göre daha güçlü olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Ayrıca bir kümeyi tek bir firma gibi düşündüğümüzde rakip firmaların devasa bir yapıyla baş etmeleri oldukça zor olacaktır.

¹³⁶ Emin ÇİVİ ve Diğerleri (2008), "Uluslararası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar", Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:4, Yıl:4, Sayı:1, ss.6-7.

¹³⁷ ÇİVİ ve Diğerleri (2008), ss.6-7.

¹³⁸ ERASLAN ve BULU ve BAKAN (2009), s.8.

1.2.7.Kümelenme ve İnovasyon

Firmaların ürünlerini, hizmetlerini, üretim yöntemlerini ve yönetsel anlayışlarını sürekli olarak değiştirerek ve yenileyerek rekabet edebilecekleri kabul edilmiş, bu bağlamda bilim ve teknoloji dünyasının inovasyon kelimesi sıkça dillendirilmeye başlanmıştır. İnovasyon; bilim ve teknoloji kullanılarak ekonomik ve toplumsal yararlar yaratacak çıktılara ulaşılması olarak tanımlanabilir. Yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet, pazarlama metodu, üretim yöntemi veya örgütsel anlayış geliştirmek ve bunu ticari gelir elde edecek hale getirmek için yürütülen tüm süreçleri inovasyonu kapsamaktadır. Bilim ve teknoloji etkinliğinde bir fikrin kuram, eylem ve sonuç bakımından yarara dönüşmesi ve bu yararın pazarlanabilir, somut bir çıktıya dönüştürülmesi sonucunda ülkelerin ekonomik büyümesi, yaşam kalitesinin ve firmaların rekabet güçlerinin artması inovasyonun amaçlarındandır¹³⁹.

Birçok ülke kümelenme politikası uygulayabilmek için projeler geliştirmekte ve kümelenmeyi ekonomi politikalarının temeline oturtmaktadır. Amerika ve AB gibi ülkeler kümelenme yaklaşımını yeni teknolojilerin geliştirmesi amacıyla kullanırken; Hindistan, Meksika gibi ülkeler endüstriyel rekabet gücünü ve ihracat kalitesini artırma ve yeni pazarlara girme amacıyla kullanmaktadır. Bilgiyi en iyi yöneten, insan kaynağını en iyi kullanan ve sürekli olarak güçlendiren, inovasyonu tüm faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası haline getiren işletmeler rekabet edebilecektir. Kümelenmenin inovasyona en önemli katkısı firmaların Ar-Ge ve inovasyon maliyetlerini düşürmesidir¹⁴⁰.

Dört tür inovasyon türü vardır. Bunlar¹⁴¹:

Düzenli İnovasyon:

- Üretkenliği artırıcı yeni yatırımların teşvik edilmesi,
- Firma sahibi ve çalışanlarının daha verimli çalışması konusunda eğitilmesi,

¹³⁹ ERASLAN ve BULU ve BAKAN (2009), ss.9-11.

¹⁴⁰ Burcu BİLİR (2010), “İnovasyon İçin Etkili Bir Yol: Kümelenme”, İzmir Ticaret Odası AR-GE Bülten, ss.20-24.

¹⁴¹ Bülent AÇIKGÖZ (2012), “Küme Bazlı Yerel Ekonomik Kalkınma Girişimleri ve Yenilikçilik” UNDP, Samsun, http://www.oka.org.tr/NewsDownload/UN_TR.ppt, (E.T:10.12.2012)

- Kalite ve standartların geliştirilmesi,

Niş İnovasyon

- İş imkanlarını geliştirmek için yeni girişimcilerin yatırımlarının desteklenmesi,
- Firmaların yeni pazarlama işbirlikleri kurması,
- Var olan ürünlerin yeni kombinasyonlarının yapılması,

Devrimsel İnovasyon

- Yeni teknolojinin firmalar tarafından kullanması,
- Çalışanların kompozisyonlarının değiştirilmesi ile yeni metotların uygulanması,
- Aynı pazara yeni metotlar ile girilmesi,

Yapısal İnovasyon

- Yeniden yapılanma gerektiren,
- Yeni etkinliklerin düzenlenmesi,
- Fiziksel ya da hukuki altyapının yeniden tanımlanması,
- Bilgi birikiminin yayılması için mükemmeliyet merkezlerinin oluşturulması,

Kümelenme ve inovasyon ilişkisini kısaca şu şekilde özetleyebiliriz¹⁴²:

- Kümelenme hem bilginin üretilmesi, hem de paylaşılması ve yayılarak uygulanması süreçlerine katkı sunuyor.
- Küme içi rekabetin güçlü olması, firmaların iç piyasada rekabet baskısı hissetmeleri firmalar tarafından hem ürün hem de süreç geliştirilmesi ihtiyacını beraberinde getiriyor.
- Küme üyesi büyük firmaların “önemli” yenilikler yapması ve küme içi tedarikçilerin tedarik süreçlerine adapte etmeleri,
- Firmalar arası çeşitlilik ve farklılık (heterojenlik) dinamik teknolojik rekabet süreçlerinin başlatılmasına ve sürdürülmesine katkı sağlıyor.
- Yenilikçi bir firma, bir küme dahilinde diğer oyuncularla olumlu etkileşim içerisinde bulundukça daha üretken olabiliyor.

¹⁴² Bülent AÇIKGÖZ (2012), “Küme Bazlı Yerel Ekonomik Kalkınma Girişimleri ve Yenilikçilik” UNDP, Samsun, http://www.oka.org.tr/NewsDownload/UN_TR.ppt, (E.T:10.12.2012)

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZM KÜMELENMESİ

2.1.TURİZM KAVRAMI

Bu bölümde turizm kavramı, turizmin tarihsel gelişimi, yapısal özellikleri, turizm türleri ve turizmin ekonomik etkileri incelendikten sonra turizm ve bölgesel kalkınma ilişkisi incelenecektir.

2.1.1.Turizmin Tanımı ve Özellikleri

Turizm kavramı kapsamı ve içeriği yönünden çok karmaşık ve çok yönlü bir olaylar dizini olup, birbirinden farklı birçok tanımı yapılmıştır. Kelime olarak turizm Latince dönme hareketini ifade eden “tornus” sözcüğünden türetilmiştir. İngilizcedeki “tour” kelimesi de buradan türetilmiştir. “Tour”; dairesel bir hareketi, iş ve eğlence amacıyla yapılan yer değiştirmeleri ifade eder¹⁴³. Türkçedeki “tornistan” sözcüğü ile aynı köke dayanmaktadır. “Tornistan etmek” sözcüğü ters yüz etmek, içini dışına çevirmek, anlamındadır. Özetle “tour”; hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan kısa veya uzun vadeli seyahatleri ifade eder. İngilizce karşılığı “tour” ve “touring” olan bu kelimeler; zevk için yapılan eğitsel ve kültürel özellikleri gösteren geziler anlamında kullanılmaktadır¹⁴⁴.

İlk kez turizm kavramı 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından ulusların ve toplulukların birbirine yakınlaşmasını sağlayan modern çağa özgü bir olay olarak tanımlanmıştır¹⁴⁵. Guyer-Feuler’e göre turizm; *gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteği doğanın mutluluk verdiği inancına dayanan, özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım*

¹⁴³ Kurban ÜNLÜÖNEN ve Ahmet TAYFUN ve Arzu KILIÇLAR (2009), Turizm Ekonomisi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, s.16.

¹⁴⁴ Yıldırım Beyazıt ÖNAL ve Erkut DÜZAKIN ve Hakkı ÇİFTÇİ (2006), Ekonomik Büyümenin Yükselen Değeri Turizm ve Türkiye Ekonomisine Etkisinin Analizi”, Kare Yayınları, İstanbul, s.2.

¹⁴⁵ Nazmi KOZAK ve Çağıl Hale KAYAR (2007), “Genel Olarak Turizm Kavramı; Ekonomik, Sosyal-Kültürel ve Teknolojik Açılardan Gelişim Süreci ve Türk Turizm Sektörü Yansıması”, (Ed: Melih BULU ve İ.Hakkı ERASLAN, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejik ve Uygulamalar), URAK, İstanbul, s.64.

*araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak, ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yakalaşmalarına olanak veren modern çağa özgü bir olaydır*¹⁴⁶. Bu tanımdan sonra kabul gören en önemli tanım ise Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) ‘in İtalya’da yapılan kongrede Prof. Walter HUNZIKER ve Kurt KRAPP’ın tarafından yapılan tanıma göre turizm; yabancıların devamlı yerleşmemek ve gelir elde etmemek üzere, gittikleri bölgelerdeki seyahatlerinden ve geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür¹⁴⁷. AIEST turizmi insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zaman ki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına yönelik seyahatleri ve buralarda genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek geçici konaklamalarında doğan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlayarak turizm tanımını yeniden düzenlemiştir¹⁴⁸.

Turizm ve turist kelimeleri incelenirken hareket ve geri dönüş kavramları dikkat edilmesi gereken iki husustur. Türkçede seyyah turist, seyahat turizm anlamında kullanılmaktadır¹⁴⁹. Türkiye’de 1996 yılında yürürlüğe giren 22747 sayılı Seyahat Acenteleri Yönetmeliği’nde yapılan turist tanımına göre turist; *para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerden oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip tekrar ikamet ettiği yere dönen kimse* olarak tanımlanır¹⁵⁰.

Ulusal ya da uluslararası turizm hareketlerinin nedenlerini, kapsamlarını, gelişme koşullarını, sonuçlarını, neden-sonuç ilişkilerini bilimsel yöntemlere bağlı olarak ekonomik açıdan kural ve ilkeleri ortaya koyan disiplini inceleyen ekonomi dalına turizm ekonomisi denir¹⁵¹.

Küreselleşmenin dünya üzerinde yarattığı etkilerle birlikte sınırlar ortadan kalkmış dünya küçüldükçe küçülmüştür. İnsanların artık uzak mesafelere gitmeleri

¹⁴⁶ Hidayet MEMİŞOĞLU (2010), “Avrupa Birliği Turizm Politikaları Çerçevesinde Gelişen Sosyal Turizmin İstihdama ve Ekonomik Kalkınmaya Katkısı”, Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara, ss.3-4.

¹⁴⁷ Erdiç TUTAR ve Filiz TUTAR (2004), Turizm, Ekonomi, Türkiye ve OECD, Seçkin Yayıncılık, Ankara, s.13.

¹⁴⁸ KOZAK ve KAYAR (2007), s.64.

¹⁴⁹ ÜNLÜÖNEN ve TAYFUN ve KILIÇLAR (2009), s.17.

¹⁵⁰ KOZAK ve KAYAR (2007), s.66.

¹⁵¹ Ozan BAHAR ve Metin KOZAK (2006), Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara, 27.

yönündeki engeller gelişen teknolojiyle de beraber ortadan kalkmış, insanların seyahat etme eğilimleri artmıştır. Bu da turizmi dünyada en hızlı gelişen sektör haline getirmiştir. Ülkeler açısından da turizm ekonomik aktörler arasında önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Bazı ülkeler için GSMH'da önemli bir yer edinmiştir.

İnsanları turistik faaliyetlere girişmesinin nedenlerini şu şekilde sayabiliriz¹⁵²:

İç faktörler:

- İş; meslek alanındaki yeni gelişmeleri izlemek veya bir işi sonuçlandırmak ya da bir ürünü pazarlamak için yapılan seyahatler sonucu insanlar turizm faaliyetlerine katılmakta, gidilen bölge ya da ülkede turizm hareketlerine katkıda bulunmaktadır.
- Merak; insanlar içinde bulundukları alışılmış yaşamdan uzaklaşarak farklı kültürleri tanımak, doğal güzellikleri, tarihi eserleri görmek, fuar, festival gibi aktiviteleri izlemek, sportif faaliyetlere katılmak arzusu duymakta ve bu nedenle turistik seyahatlere katılmaktadırlar.
- Din; inandıkları dinle ilgili kutsal yerleri ziyaret etmek, dini toplantılara katılmak ve bu toplantılar ile dini görevlerini yerine getirmek için seyahat ederler.
- Kültür ve eğitim,
- Milli Kültür,
- Dinlenme ve eğlence,
- Spor,
- Sağlık,
- Snobizm; insanlar moda uymak, kıskançlık duygularını tatmin etmek, başkalarına gösteriş yapmak gibi nedenlerle de turizm hareketlerine katılmaktadırlar.
- Dost ve akraba ziyareti,
- Toplantılara katılma,

¹⁵² Ayşegül KARAKAŞ ve Yüksel TOPDAL (2007), Turizm 1 Ders Notları, M.E. B Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü Yayınları Açık Öğretim Okulları Ders Kitapları Dizisi, Ankara, s.17.

Dış faktörler:

- Tanıtma, reklam ve propaganda; yoğun tanıtma, reklam, pazarlama ve halkla ilişkiler çalışmaları sayesinde turizm hızla gelişmekte, her yıl sayısı giderek artan sayıdaki insan, ulusal ve uluslararası turizm hareketlerine katılmaktadır.
- Yeni turistik bölgelerin açılmasıyla turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısı artacaktır.

2.1.2.Turizmin Dünyada Tarihsel Gelişimi

İlk çağlardan beri insanlar yaşamlarını sürdürebilmek, ihtiyaçlarını temin etmek ve avlanmak amacıyla yakın çevrelerine yolculuk yapmışlardır. Seyahat M.Ö 4000 yıllarına Sümerlerle başlamakla birlikte bugünkü anlamda turizm Romalılar tarafından Akdeniz havzasında başlamıştır. Pusulanın icadı, gemicilik ve harita tekniklerindeki gelişmeler sonucunda seyahatler artmış, turizm ekonomik bir faaliyet olarak önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle sanayi devrimiyle birlikte hızlı bir gelişme göstermiştir. İnsanların boş zamanlarının artması, ücretli tatil hakkı, teknolojik gelişmeler, kentleşme, nüfus artışı, insan ömrünün uzaması, sosyal güvenlik ve seyahat özgürlüğü gibi faktörler turizmin günümüzdeki düzeye ulaşmasında etkili olmuştur¹⁵³.

Turizmin ekonomik olarak önemi 20.yy ortalarında tam olarak anlaşılmamış, 1950'lere kadar turizm sektörü genellikle göz ardı edilmiştir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra turizmin hareketleri özellikle gelişmiş ülkeler olan batılı ülkelerde gelişmeye başlamıştır. 1960'lardan sonra turizmin ekonomik önemini anlaşılmaya başlamasıyla hızla büyüyen bir sektör haline gelmiştir¹⁵⁴.

Yurtdışı seyahatlerinin yalnızca zenginler tarafından yapıldığı geçmişten bugüne geldiğimizde herkesin seyahat edebildiği hatta uzay yolculuklarının yapılabildiği pek çok gelişme meydana gelmiştir. Dünyanın demografik yapısının değişmesi, birçok yeni turizm türlerinin ortaya çıkması, Ortadoğu ve Afrika gibi ülkelerdeki güvenlik ve istikrarın kısmen sağlanması ile bu bölgeler, turizmdeki paylarının artıracak ve dünya ekonomisinde hızla üst sıralara tırmanan Çin ve Türkiye gibi ülkeler turizm

¹⁵³ Ferah Güngör ÖZKÖK (2008), Az Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Ekonomik Etkileri, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa, s.1.

¹⁵⁴ BAHAR ve KOZAK (2006), ss.51-52.

akımlarını etkilemiştir¹⁵⁵. Bu bağlamda 1950 yılında turizm faaliyetine katılanların sayısı 25 milyon iken 2008 yılında 992 milyon kişiye ulaşmıştır. 1950-1990 yılları arasında turizm sektörünün ana hareket noktası Avrupa ve Amerika kıtasıyken 2002 yılında Avrupa'dan sonra ikinci önemli nokta Asya ve Pasifik önemli bölge haline gelmiştir. 1950-2008 yılları arasında uluslararası ziyaretçi sayısı 40 kat artmıştır¹⁵⁶. Günümüzde dünya genelinde 210 milyonu aşkın kişiye yani küresel istihdamın %7,6 istihdam sağlayan turizm sektörü, bu yönüyle en büyük sektörlerden biri olup küresel ekonomik gelişime güçlü bir ivme kazandırmaktadır. Sektörün 2009 yılında 5.474 milyar ABD doları hacme ulaştığı tahmin edilmekte olup bu rakam dünya GSYİH' sinin % 9,4'üne karşılık gelmektedir¹⁵⁷. Bu rakamlar günümüzde turizmin dünya ekonomisindeki yerini gözler önüne sererken tarihsel süreç içindeki turizmin dünya ekonomisindeki öneminin arttığını bize kanıtlamaktadır. Bunun yanında 1950-2007 yılları arasında uluslararası ziyaretçi sayısının yaklaşık olarak 35 kat arttığı görülmektedir. Sadece bu bilgi dahi dünyadaki turizmin geçmişten günümüze ne kadar gelişme kat ettiğini gözler önüne sermektedir.

Turizmin dünyada tarihsel gelişimini şu şekilde özetleyebiliriz¹⁵⁸:

- *Medeniyetler Dönemi M.Ö. 8000-İsa'nın Doğumu*: İlk medeniyetlerin ortaya çıkışı, etnik dinsel ve ulusal değerlerin başlaması.
- *Ticaret Dönemi İsa'nın Doğumu M.S 1700*: Medeniyetlerin ortaya çıkmasıyla ticaretin başlaması, seyahatlerin yalnızca soylular ve ticaret adamları tarafından gerçekleştirilmesi, ticaret kolonilerinin ortaya çıkması.
- *Endüstri Teknoloji Dönemi 1700-1900*: Endüstri devrimi feodal yapının çöküşü, teknolojilerin ilerleme göstermesi, Gran Tour, kitle turizmin ilk olarak görülmeye başlandığı turlar.

¹⁵⁵ Selim DAĞLIOĞLU (2010), "Turizm Gelişmesinin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkilerinin Ekonometrik Analizi", Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara, s.35.

¹⁵⁶ Gülara SÜMER (2010), "Avrupa Birliği Turizm Politikaları Çerçevesinde Gelişen Sosyal Turizmin İstihdama ve Ekonomik Kalkınmaya Katkısı", Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara, ss.16-17.

¹⁵⁷ "Turizm Sektörü Raporu", Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yardım Destek ve Tanıtım Ajansı, <http://www.invest.gov.tr/tr-TR/infocenter/publications/Documents/TURIZM.SEKTORU.pdf>, (E.T:01.12.2011).

¹⁵⁸ Saadet DİNÇER ŞEN (2010), "Turizmin Çevresel Etkileri ve Bir Çözüm Olarak Ekoturizm", Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, ss.35-37.

- *Turizmin Gelişme Dönemi 1910-1945:* Birinci Dünya Savaşı'nın getirdiği teknolojik ilerlemelerin ekonomik buhran yıllarında iyi değerlendirilmesi ekonomik, politik, sosyal ve yasal güçlerin dengesinin bozulması.
- *Kitle Turizmin Yoğun Yaşadığı Dönem 1946-1990:* Yeni bilim dallarının ortaya çıkışı ve teknolojideki köklü ilerlemeler sonucunda kitle turizmin yoğun olarak yaşanmaya başlaması.
- *Turizmin Olgunluk Dönemi 1990 ve sonrası:* 1970 ve 1980'lerde turizm faaliyetlerine yoğun bir katılımın görülmesi, hizmet kalitesine ve alternatif turizm türlerine odaklanması.

2.1.3.Turizmin Türleri

Bir ülkedeki turizm çeşitliği o ülkedeki çeşitli faktörlerin varlığı veya yokluğuyla yakından ilişkilidir. Turizm türlerini etkileyen faktörler aşağıda kısaca şu şekilde özetlenebilir¹⁵⁹:

- Doğal, tarihi ve kültürel kaynakların çeşitliliğine,
- İklimsel ve coğrafi pozisyonun elverişliliğine,
- Mesleki ve sivil toplum kuruluşlarının yaygınlık ve gelişmişliğine,
- Yaratıcı ve güçlü bir turizm endüstrisine,
- Turizmi çeşitlendirme konusunda kararlı plan ve politikalara sahip kamu yönetimine,
- Güçlü yerel yönetimlere,
- Özelleştirilmiş ve detaylandırılmış tanıtım ve pazarlama yöntemlerine,
- Güçlü ve planlanmış iç pazar gelişimine,
- Arz çeşitliliği yaratmadaki başarıya göre turizm türleri meydana gelmektedir.

Turizmin birçok türü bulunmaktadır. Bunları kısaca belirtmek gerekirse¹⁶⁰:

Seyahat amaçlarına göre; dinlenme, rekreasyon ve eğlence turizmi, kültürel turizm, sağlık turizm, iş/kongre turizmi, av turizmi.

Turist sayılarına göre; kişisel turizm, kitlesel turizm.

¹⁵⁹ KARAKAŞ ve TOPDAL (2007), s.48.

¹⁶⁰ TUTAR ve TUTAR (2004), ss.15-17; ÜNLÜÖNEN ve TAYFUN ve KILIÇLAR (2009), ss.22-24.

Seyahat edilecek yerlere göre; kıyı turizmi, yayla turizmi, yat turizmi, termal turizm, dağ turizmi.

Mevsimlere göre; yaz turizmi, kış turizmi, yarı mevsim turizmi.

Turistlerin gelir düzeylerine göre; lüks turizm, geleneksel turizm, sosyal turizm.

Ulaştırma araçlarına göre; hava yolları turizmi, deniz yolları turizmi, karayolları turizmi.

Turistlerin geldiği yere göre; iç turizm, dış turizm.

Diğer turizm türleri; etnik turizm, spor turizmi, özel ilgi turizmi, rafting turizmi, eko turizm, bavul turizmi, öğrenci ve gençlik turizmi.

2.1.4.Turizmin Yapısal Özellikleri

Turizmin yapısal özelliklerinden kasıt turizmin arz ve talep özellikleridir. Turizmin arz ve talebinin özellikleri ile arz ve talebi etkileyen etmenleri bu bölümde incelenecektir.

2.1.4.1.Turizm Arzının Tanımı, Özellikleri ve Turizm Arzını Etkileyen Etmenler

Belirli bir zamanda üreticilerin belirli bir fiyattan satmak üzere piyasaya sundukları mal ve hizmetlerin miktarına arz denir¹⁶¹. Turizm arzı; belirli bir piyasada belirli bir fiyata ya da bedelsiz olarak turistik tüketicilere sunulan mal ve hizmetler bütünü, bir diğer tanıma göre turistik tüketimde yer alan ve turizm talebinin gereksinimlerini karşılamak için gerekli mal ve hizmetlerin tedarik edilmesini içeren üretime dayalı işlemlerin tümü olarak tanımlanır¹⁶². Başka bir tanıma göre; turistik zenginliklerin tümüne turizm arzı denir. Belli şartlar altında belirli bir fiyatta, bir ülkenin veya bölgenin turistlere belirli bir fiyattan sunulan turistik zenginliklerin tümü olarak da tanımlanabilir¹⁶³.

¹⁶¹ BAHAR ve KOZAK (2006), s83.

¹⁶² Orhan İÇÖZ ve Metin KOZAK (2002), Turizm Ekonomisi Turizmin Mikro ve Makro Ekonomik Etkileri, Turhan Kitabevi, Ankara, s.96.

¹⁶³ ÖNAL ve DÜZAKIN ve ÇİFTÇİ (2006), s.12.

Turizm arzının özelliklerini şu şekilde özetleyebiliriz¹⁶⁴:

- Belirli bir düzeyde arz oluşturabilmesi için yüksek miktarda yatırım gereklidir. Bir işletmenin faaliyetine başlayabilmesi için belirli bir sürenin yanında sabit üretim faktörleri içinde yüksek maliyet gerektirir. 5 yıldızlı otellerin inşası buna örnektir.
- Her insanın yapısının farklı yapılarda olduğu göz önüne alınarak sunulan hizmetin her ülkenin sosyo-ekonomik, sosyo-demografik ve psikolojik özelliklerine uygun bir şekilde verilmelidir.
- Turistik malların depolanmasının mümkün olmaması nedeniyle üretilen mal ve hizmetin tüketimi ve sunumu eş zamanlı olmalıdır.
- İkame imkanının yüksek olmasından dolayı satıcıların riskleri dağıtması güçleşir.
- Makineleşmenin günümüzde yoğunluk kazanmasına rağmen turizm sektörünün özelliği gereği emek yoğun özelliği değişmemektedir.
- Turizm arzı kısa dönemde inelastiktir. Örneğin bir otel arzına ihtiyaç duyulduğunda bunun hemen gerçekleşmesi mümkün değildir.
- Turizm arzı tam rekabet piyasasından gittikçe uzaklaşmaktadır.
- Turizm arzı sermaye yatırımlarının bir fonksiyonu olduğundan yatırımlar arttıkça turizm arzı da büyüyecektir.
- Turizm arzı birçok sektörü ilgilendiren karmaşık bir yapıya sahiptir. Ülkeye gelen turistlerin zihninde ülkedeki doğal, kültürel ve beşeri değerler yer aldığından saydığımız özelliklerden birinden olumsuz bir deneyim, tatildeki izlenimlerini olumsuz yönde etkileyecektir.

Turizm arzını belirleyen çeşitli faktörleri şu şekilde sayabiliriz¹⁶⁵:

- *Doğal kaynaklar*: Doğal güzellikler, iklim, şifalı sular ve kaplıcaların varlığı ya yokluğu turizm arzını etkiler.
- *Sosyo-kültürel kaynaklar*: tarihi eserler, anıtlar, müzeler ile bölgenin arkeolojik ve sanatsal zenginlikleri turizm arzını etkiler. Bunun yanında o bölgenin

¹⁶⁴ TUTAR ve TUTAR (2004), ss.29-30; ÜNLÜÖNEN ve TAYFUN ve KILIÇLAR (2009), ss.78-79; ÖNAL ve DÜZAKIN ve ÇİFTÇİ (2006), ss.13-14.

¹⁶⁵ BAHAR ve KOZAK (2006), s.93; <http://www.ekitapyayin.com/id/025/03.htm>, (E.T:01.12.2011).

konukseverlik gibi manevi faktörlerde turizm arzını etkileyen sosyo-kültürel kaynaklar arasındadır.

- *Psikolojik kaynaklar*; insanlar arasındaki dini, tarihi, ailevi ve kültürel ilişkiler psikolojik kaynakları oluşturan etmenleri oluşturmakta olup turizm arzında itici ve sürükleyici rol oynamaktadır.
- *Ekonomik kaynaklar*; ulaşım, konaklama, altyapı ve destek hizmetleri gibi faktörler turizm arzını etkilemektedir.

2.1.4.2. Turizm Talebinin Tanımı, Özellikleri ve Turizm Arzını Etkileyen Etmenler

Ceteris Paribus varsayımı altında bir mal veya hizmetin fiyatı ile satın alınmak istenen miktarı arasındaki ilişkiyi ekonomi biliminde talep olarak tanımlarız. Turizm pazarına yönelmiş ve satın alma gücüyle desteklenmiş seyahat ve tatil istemi ise turizm talebi olarak tanımlanır¹⁶⁶. Başka bir ifadeyle bir turistik faaliyet sonucunda turist belirlenen bir fiyat seviyesi ya da döviz kuru karşılığında elde etmek istediği ve elde etmeyi kabul ettiği turizm ürünü ile hizmetlerin bütünü turizm talebi olarak tanımlarız¹⁶⁷.

Turizm sektörüne ait bir talepten söz edebilmek için tüketim zamanının kesin sınırlarının çizilmiş, belirli bir gelirin ve boş zamanın bulunması gerekir. Bunun yanında kişilerde seyahat etme isteği olmalıdır. Kişilerin seyahat için harekete geçebilmeleri için ise insanlar güdülenmelidir yani seyahat için harekete geçiren motivasyonlar bulunmalıdır. Dinlenme, fiziksel ve duygusal olarak kişilerin kendilerini yenileme isteği, sürekli yaşanan çevreden kısa süreli uzaklaşma isteği, tarihi ve kültürel bölgeleri ziyaret etme isteği, doğaya yakın olma isteği, eğlence, farklı insanlar ile tanışma isteği, macera arama, spor, kişilerin geri döndüklerinde çevrelerini etkileme isteği yani statü kazanma gibi etkenleri insanları turistik mallara olan taleplerinin nedenleri olarak sayabiliriz¹⁶⁸.

¹⁶⁶ ÖNAL ve DÜZAKIN ve ÇİFTÇİ (2006), s.10.

¹⁶⁷ BAHAR ve KOZAK (2006), ss.105-106.

¹⁶⁸ İÇÖZ ve KOZAK (2002), ss.88-89.

Turizm talebinin özelliklerini şu şekilde özetleyebiliriz¹⁶⁹:

- Turizm talebi kişiden kişiye değişen bağımsız bir talep özelliğindedir. İnsanların atmosfer değiştirme isteği ve kişisel birtakım etkileri altında kalınması gibi nedenlerle insanlar seyahate yönelirler ve turizme talep kişilerin farklı hedefleri doğrultusunda gerçekleşir.
- Turizm talebi kişilerin gelirine bağlıdır yani kişisel harcanabilir gelirin kullanılmasıyla ilgilidir.
- İkame olanakları turizm alanından başka alanlarda ve çok sayıda olduğu için ikame oranı yüksektir dolayısıyla turistik mal ve hizmetin yerini kolaylıkla özellikle lüks mallarla ikame etmek kolaydır. Bu nedenle turizm ürünü diğer mal ve hizmetlerle rekabet halindedir.
- İnsanların birçok motifin etkisiyle seyahate yönelmekte, farklı turizm çeşitlerine farklı şekillerde katılmaktadırlar.
- Turistik hareketler mevsimlik özellik taşıdığı için talebi de mevsimlik özellik taşır.
- Turizm talebi ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre değişiklik gösterebilir.
- İkame olanağının çok olması, turist motivasyonundaki değişimlerden dolayı turizm talebi aşırı esnek yapıdadır. Bu bize turizmin fiyatlara, sosyal, ekonomik ve politik şartlara karşı duyarlı olduğunu gösterir.
- Turistik tüketim otonomdur. Turistik tüketim genel olarak insanların; içinde bulundukları durumu değiştirme isteğinden, yeni şeyler keşfetme ihtiyacından, kendilerini çok değişik şekillerde motive etmelerinden dolayı ortaya çıkmaktadır.

İnsanların turizm taleplerini etkileyen faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz¹⁷⁰:

- *Ekonomik Faktörler*; gelir, turistik mal ve hizmetlerin fiyatı, ulaşım maliyetleri, ödemeler dengesi (ödemeler dengesi açığı olan ülkeler vatandaşlarının yurtdışına

¹⁶⁹ İÇÖZ ve KOZAK (2002), ss.91; BAHAR ve KOZAK (2006), ss.108; ÖNAL ve DÜZAKIN ve ÇİFTÇİ (2006), s.12; ÜNLÜÖNEN ve TAYFUN ve KILIÇLAR (2009), ss.47-48.

¹⁷⁰ M. Oğuzhan ÖNEN (2008), “Dünya’da ve Türkiye’de Turizm”, Türkiye Kalkınma Bankası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara, s.4; ÜNLÜÖNEN ve TAYFUN ve KILIÇLAR (2009), ss.55-57; İÇÖZ ve KOZAK (2002), s.121; Nagihan OKTAYER ve Nazan SUSAM ve Murat ÇAK (2007), Türkiye’de Turizm Ekonomisi, İTO Yay. No:2007-69, İstanbul, s.20; <http://www.ekitapyayin.com/id/025/03.htm>, (E.T:01.12.2011).

turistik amaçla çıkışları sınırlaması), turizm sektörünün mevcut durumu (kalitesi vs.).

- *Sosyal faktörler*; nüfus yapısı, kişilerin mesleklerinin uygunluğu, eğitim seviyesi, aile durumu, kişilerin boş zamanı.
- *Politik Faktörler*; çeşitli nedenlerle hükümetlerin yurda turist çekecek teşvik tedbirleri alması veya ülkeye turist girişini engelleyen engeller koyması.
- *Psikolojik faktörler*; kişilerin zevk ve alışkanlıkları, reklam ve tanıtım, moda ve gösteriş merakı.

2.2.TURİZM SEKTÖRÜ

Turizm, global dünya ekonomisinin en dinamik sektörü olup döviz gelirlerinin önemli kaynaklarından birisidir. Dünya Turizm Organizasyon'unun (UNWTO) yaptığı bir araştırmanın sonucuna göre turizm, ülke ekonomilerinin gelir kaynağı sıralamasında ülkelerin %38'inde ilk sırada yer almaktadır. Yine bu araştırmaya göre turizm, ülkelerin %83'ünde ihracat kategorileri arasında ilk beşte bulunmaktadır. Bu veriler bize gösteriyor ki turizm, dünya ekonomisinin en büyük ve en hızlı gelişen sektörüdür¹⁷¹. Ülke ekonomilerin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik darboğazlardan çıkma açısından turizm ekonomik özelliğiyle krizden çıkış için kullanılmıştır. Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı araştırmada turizm gelirlerinin 2020 yılında 2 trilyon dolara ulaşacağı tahmini düşünüldüğünde ülkelerin bu gelirlerden en fazla payı almak için çaba göstereceği ortadadır¹⁷².

Turizmin ekonomik etkilerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Milli gelire ve ekonomik büyümeye etkileri,
- Ödemeler dengesine etkisi,
- Turizm harcamalarının çarpan etkisi,
- İstihdama etkisi,
- Turizmin sosyal ve çevresel etkileri.

¹⁷¹ M. Kelam DEĞER (2006), "Turizme ve İhracata Dayalı Büyüme: 1980-2005 Türkiye Deneyimi", Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:20, Sayı:2, s.71.

¹⁷² KOZAK ve KAYAR (2007), s.66.

2.2.1.Milli Gelire ve Ekonomik Büyümeye Etkileri

Turizmin en önemli ekonomik etkilerinden biri olan gelir meydana getirme etkisi, turistlerin seyahat ettikleri ülkelerde ya da bölgelerde yeme, içme, konaklama, ulaşım, alışveriş, hediyelik eşya gibi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar, söz konusu ülkelerin ya da bölgelerin gelirini artırmakta ve toplamda dünyadaki turizm geliri artmaktadır¹⁷³.

Gelirin kazanıldığı yerin dışında bir yerde turizm ürünü tüketildiğinden turizm faaliyeti sonucu her yıl büyük miktarlarda gelir transferi gerçekleşmektedir. Bir bölge ya da ülkede elde edilen gelir turizm olayı sonucunda başka bir bölge veya ülkenin gelirini oluşturmaktadır¹⁷⁴. Dolayısıyla turizm faaliyetleri olarak zengin bir ürün yelpazesi olan bölgeler ya da ülkelerin turizm faaliyetleri sonucunda milli gelirleri artacaktır.

Turizm gelirleri incelendiğinde şu hususlar dikkat çekmektedir¹⁷⁵:

- Gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere doğru döviz transferi şeklinde gerçekleştirmiştir.
- Turizm gelirleri kum, güneş, temiz hava, deniz gibi sıfır maliyetli yani düşük maliyetle milli geliri artırmakta ve sahip olan bölge ya da ülkelerin turistik rantını oluşturmaktadır.
- Turizm sayesinde kaynakları sınırlı sermayesi sınırlı bölgelerin ya da ülkelerin turizm gelirleri yoluyla gelir kaynakları bulmakta böylece bölgeler veya ülkeler arasındaki gelir dağılımını düzenlenebilir.

Turizm faaliyetleri sonucunda ülkeye döviz girdisi sağlayarak ödemeler dengesini düzeltecek, üretim sürecinde kullanılan teknolojik donanım için gerekli finansmanı sağlayarak ülkedeki istihdamı arttırıp bu zincirleme sonucunda ekonomik büyümeyi gerçekleştirecektir. İspanya üzerine yapılan bir ampirik çalışmayla turizmin büyüme üzerindeki bu pozitif etkisinin varlığı kanıtlanmıştır. Akdeniz'e kıyısı olan Güney Kıbrıs, Yunanistan, İtalya ve Portekiz gibi ülkelerde de aynı yönde bulgulara

¹⁷³ BAHAR ve KOZAK (2006), ss.135.

¹⁷⁴ OKTAYER ve SUSAM ve ÇAK (2007), s.28.

¹⁷⁵ ÜNLÜÖNEN ve TAYFUN ve KILIÇLAR (2009), s.149.

rastlanmaktadır. Bazı çalışmalarda da bu sonuçlardan daha farklı sonuçlar da elde edilmiştir. Örneğin, Chi-Ok Oh'un Güney Kore üzerine yapmış olduğu araştırmada uluslararası ticaret yoğunluğuna bağlı olarak ülkedeki turizmin geliştiği fakat önceki araştırmalardaki gibi söz konusu ilişkinin turizmden büyümeye doğru değil, aksine büyümeden turizme doğru olduğu tespit edilmiştir. Gelişmiş ülkeler üzerine yapılan bir çalışmayla turizm büyüme etkileşiminin turizmden büyümeye ve büyümeden turizme olarak çift yönlü olduğu saptanmıştır. Yani turizmle ekonomik büyüme arasında bir ilişki olduğu halde, bu ilişkinin nedensellik yönü ülkeden ülkeye değişmektedir. Başka bir deyişle, bir ülke için kanıtlanmış ilişkisi bir başka ülke için tam tersi yönde çıkabilmektedir. Bu nedenle de bugün ekonomik büyümesini gerçekleştirmek için bir itici güç ya da lokomotif arayan birçok ülkenin, dünyada en hızlı büyüyen turizm sektörüne peşinen yatırım yapmaları bir takım yanılgıları da beraberinde getireceği anlaşılmaktadır¹⁷⁶.

Grafik 1: Turizm Sektörü ve Küresel GSYİH Büyüme Oranları



Kaynak: Türkiye Turizm Sektörü Raporu (2010), Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, s.5.

Dünyadaki uluslararası turizm hareketleri ile ekonomik büyüme arasındaki oranlar karşılaştırıldığında; turizmdeki büyüme, GSYİH büyüme hızını geride bıraktığı

¹⁷⁶ Ali Rıza ÖZDEMİR ve Oktay ÖKSÜZLER (2006), “Türkiye’de Turizm Bir Ekonomik Büyüme Politikası Aracı Olabilir Mi? Bir Granger Nedensellik Analizi”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:16, s.109.

görülmektedir. GSYİH büyüme oranı %4'ü aştığında turizm büyüme hızı daha hızlı olacaktır. GSYİH %2'nin altına düştüğünde turizmin büyüme hızı bu rakamın daha da altına düşecektir. Lee ve Chang ekonomik büyüme ve turizm arasındaki ilişkiyi göstermek amacıyla yaptığı çalışmada OECD üyesi olmayan ülkeler arasında turizm gelişimi ve ekonomik büyüme arasında nedensellik ilişkisi araştırılmıştır. Bu araştırmaya göre örnek ülkelerde hem OECD üyesi ve hem de OECD üyesi olmayan ülkelerde turizm gelişimi ve GSYİH arasında panel cointegration ilişkisinin sağlam kanıtı bulunmaktadır. Turizm OECD üyesi olmayan ülkelerde OECD üyesi olan ülkelere göre daha fazla etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Turizm geliri Alt Sahra Ülkelerinde GSYİH üzerindeki etkisi en yüksek olanıdır. Reel döviz kuru oranları örnek ülkelerde arttığında ekonomik büyüme üzerinde önemli bir etki oluşturmaktadır. Araştırmalar tüm örnek üye ülkelerin hükümetlerince mümkün olduğu kadar turizm gelişmesini desteklemelerini ve uzun dönemli politikalarda da dikkate alınmasını önermektedirler¹⁷⁷.

¹⁷⁷ ÖZKÖK (2008), s.34.

Tablo 7: Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi Üzerine Yapılan Ampirik Çalışmalara İlişkin Literatür Özeti

Yıl ve ülke	Yazarlar	Veri Seti	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	Araştırma Tekniği ve Yöntem	Hipotez Sonucu
İspanya-2002	J.Balaguer ve M.C Jorda	1975-1997	Uluslararası turizm geliri ve reel efektif döviz kuru	Reel GSYİH	VAR modeli ve Granger nedensellik testi	Hipotezi destekliyor
Türkiye-2004	J. Yıldırım ve N. Öcal	1962-2002	Reel turizm geliri, yatırımlara ilişkin gölge değişken olarak reel tasarruflar ve işgücü	GSYİH	VAR model	Hipotezi destekliyor
Mauritius-2004	R. Durbarry	1970-1999	Fiziksel ve beşeri sermaye, turist başına düşen reel turizm geliri ve reel ihracat	Reel GSMH	EKK	Hipotezi destekliyor
Yunanistan-2004	Dritsakis	1960-2000	Uluslararası turizm geliri ve reel efektif döviz kuru	Reel GSYİH	VAR modeli ve Granger nedensellik testi	Hipotezi destekliyor
Türkiye-2004	S.K. Kasman ve A. Kasman	1963-2002	Turizm gelirleri	GSYİH	VAR modeli ve Granger nedensellik testi	Hipotezi destekliyor
Kore-2005	C. Oh	1975-2001	Reel turizm gelirleri	Reel GSMH	VAR modeli ve Granger nedensellik testi	Hipotezi reddediyor
Türkiye-2005	L. Gündüz ve J. Hatemi	1963-2002	Turist sayısı ve reel döviz kuru	Reel GSYİH	ARCH testi	Hipotezi destekliyor
Türkiye-2006	O. Bahar	1963-2004	Turizm geliri	GSMH	VAR modeli ve Granger nedensellik testi	Hipotezi destekliyor

Türkiye-2006	N.Ç. Yavuz	1992-2004	Turizm geliri	GSYİH	Granger nedensellik testi	Hipotezi reddediyor
Tayvan-2006	H.J. Kim ve M.H Chan ve S.S. Jang	1971-2003	Toplam turist varışları	GSYİH	Kointegrasyon ve Granger nedensellik testi	Hipotezi destekliyor
Meksika-2008	Brida	1980-2007	Turizm harcamaları ve Reel döviz kuru	Reel GSYİH	Birim kök, kointegrasyon testi ve Granger nedensellik testi	Hipotezi destekliyor
Tayvan-2008	Lee ve Chien	1959-2003	Uluslararası turizm geliri ile turist sayısı ve reel efektif döviz kuru	Reel GSYİH	Birim kök ve kointegrasyon testi	Hipotezi destekliyor
Türkiye-2009	S.T. Katırcıoğlu	1960-2006	Turist sayısı ve reel döviz kuru	Reel GSYİH	ARDL modeli	Hipotezi reddediyor
ABD-2009	Rosentraub ve Joo	2000-2006	Toplam kumarhane sayısı, Toplam eğlence merkezi ve lunapark sayısı, Diğer eğlence tesislerinin sayısı, Sahne sanatları merkezlerinin sayısı, Müze sayısı, Spor tesislerinin sayısı, Sahne sanatları, spor ve benzeri faaliyetlerde bulunan kuruluş sayısı, Nüfus	Turizm sektöründeki toplam istihdam, toplam iş yeri sayısı, hane halkı gelir düzeyi	Regresyon analizi	Hipotezi destekliyor
ABD-2009	Tang ve Jang	1981-2005	Havayolu, gazino, otel ve restoran sektörleri	GSYİH	VAR modeli ve kointegrasyon testi	Hipotezi reddediyor
4 Karayip ülkesi-1995	Modeste	1981-1992 ve 1975-1992	Turizm çıktısındaki kişi başına büyüme	Kişi başına düşen GSYİH'daki büyüme	EKK (kukla değişkenli)	Hipotezi destekliyor

				oranları		
143 örnek içindeki 14 GOÜ-2003	Brau, Lanza ve Pigliaru	1980-1995	Kişi başına düşen GSYİH, 1980-1995 arası GSYİH'daki ticaretin payı, 1980-1995 arası büyüme oranlarındaki standart sapma ve GSYİH'da turizm gelirlerinin payı	Kişi başına düşen reel GSYİH'daki yıllık ortalama büyüme oranları	EKK	Hipotezi destekliyor
21 Latin Amerika ülkesi-2004	Martin, Morales ve Scarpa	1985-1998	Turist başına harcamadaki büyüme oranı, yurt içi yatırımlar, eğitimdeki kamu harcamaları ve genel hükümet harcamaları	Kişi başına düşen GSYİH	Dinamik panel veri analizi	Hipotezi destekliyor
509 gözlem-2005	Campos ve Sequeira	1980-1999	Turist varışları ve turizm gelirleri	Kişi başına düşen GSYİH'daki büyüme oranları	Statik panel veri analiz	Hipotezi reddediyor
13 Akdeniz ülkesi-2006	Gökovalı ve Bahar	1987-2002	İhracatın %'si olarak turizm gelirleri ve GSYİH'in %'si olarak sabit sermaye miktarları	GSYİH'daki büyüme oranı	Statik panel veri analizi	Hipotezi destekliyor
İspanya ve İtalya-2006	Jimenez	1990-2000	Yatırım oranı, nüfusun büyüme oranı, beşeri sermaye ve hükümet harcamaları	Kişi başına düşen GSYİH	Dinamik panel veri analizi	Hipotezi destekliyor
23 OECD ülkesi ve 32	Lee ve Chang	1990-2002	Kişi başına reel turizm geliri ve turist sayısı, reel efektif	GSYİH	Panel birim kök ve	Hipotezi destekliyor

OECD dışı ülke-2008			döviz kuru ile dışsal rekabetin göstergesi olarak gölge değişken		kointegrasyon analizi	
Yunanistan, İtalya, Portekiz ve İspanya'dan oluşan 4 Güney Avrupa ülkesi-2008	Proenca ve Soukiazis	1990-2004	Reel GSYİH'da reel yatırımların payı, nüfus, teknolojik büyüme, sermayenin amortisman oranı, uluslararası turizm geliri ve kukla değişken	Kişi başına düşen GSYİH	Statik panel veri analizi	Hipotezi destekliyor
1018 gözlem-2008	Sequeira ve Nunes	1980-2002	Turist sayısı, ihracatın ve GSYİH'nın %'si olarak turizm gelirleri	Kişi başına düşen GSYİH	Dinamik panel veri analizi	Hipotezi destekliyor
42 Afrika ülkesi-2008	Fayissa, Nsiah ve Tadasse	1995-2004	Uluslararası turizm geliri, sabit sermaye yatırımları, ekonomik özgürlük indeksi, okullaşma oranı, GSYİH'nın %'si olarak doğrudan yabancı sermaye yatırımı, net dış ticaret ve hane halkının kişi başına düşen nihai tüketim harcaması	Kişi başına düşen GSYİH	Statik panel veri analizi	Hipotezi destekliyor
Sarawak&Malezya-2008	Lau, Oh ve Hu	1972-2004	Turist sayısı	GSYİH	Kointegrasyon ve Granger nedensellik testi	Hipotezi destekliyor
Tayvan ve Güney Kore-2009	Chen ve Chiou-Wei	1975-2007	Reel döviz kuru ve turizm gelirleri	Kişi başına düşen RGSYİH	EGARCH-M modeli	Hipotezi destekliyor

Kaynak: Ozan BAHAR ve Kurtuluş BOZKURT (2010), “Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 21, Sayı 2, ss.259-260

Yukarıdaki Tablo 7’de turizmle alakalı yapılan çeşitli ampirik çalışmalar ve sonuçları verilmiştir. Bu ampirik çalışmaların sonuçları incelendiğinde büyük bir çoğunluğunun sonucu turizm ile ekonomik gelişme arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir. Buna gören bu toplam 27 çalışmadan 22 tanesi turizm ile ekonomik büyüme arasında ilişki var hipotezini kabul ederken yalnızca 5 tanesi bunu reddetmiştir. Bu sonuçları genellersek turizm ile ekonomik gelişme arasında pozitif bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz. Yani turizm gelirlerindeki artış ekonomik gelişmeyi de artırmaktadır.

2.2.2. Ödemeler Dengesine Etkisi

Bir ülkedeki yerleşik kişilerin belirli bir dönem boyunca yabancı ülkelerde yaptıkları tüm ekonomik işlemlerin sonucunu gösteren sistematik kayıt olarak tanımlanır¹⁷⁸. Bir başka deyişle bir ülkenin bir yılda diğer ülkelerle çeşitli nedenlerle yaptığı ödemelerle diğer ülkelerden sağladığı dövizleri gösteren bilançodur. Turizmin ödemeler dengesi üzerinde yaptığı etkileri iki ana grupta inceleyebiliriz:

- Ülke vatandaşlarının ülke dışına çıkması sonucu meydana gelen etkiler,
- Ülkeye yurt dışından gelenlerin yaptığı etkiler.

Turizmin sonucunda oluşan döviz hareketlerinin ülke ekonomisi açısından önemi, ödemeler dengesine etkisiyle ölçülebilmektedir. Döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini artırırken, turist giren ülkenin de döviz arzını artırarak ülkelerin ödemeler dengesini etkilemektedir. Bu nedenle turizm gelirleri, ödemeler dengesi açık veren yani döviz sıkıntısı çeken ülkeler için önemli bir kaynaktır. Ülkeye giren turistlerden elde edilen gelirle başka ülkeye turist olarak giden kişilerin diğer ülkedeki giderlerinden fazla olduğu müddetçe turizm gelirlerinin ödemeler dengesine olumlu katkısından söz edilebilir. Bu özelliğinden dolayı ülkeler turizmi teşvik ederek turizmin ödemeler dengesine katkıda bulunmasını amaçlamaktadırlar. Ülkeler, yabancı turistlerin gelmesini teşvik etmekle birlikte ödemeler dengesi fazla veren ülkeler, bu fazlalığın enflasyona neden olmaması ve eritilmesi için vatandaşlarının yurtdışına turistik faaliyete katılmalarını teşvik etmektedirler. Ödemeler dengesi açık veren ülkeler

¹⁷⁸ OKTAYER ve SUSAM ve ÇAK (2007), s.28.

ise, elde edecekleri turizm gelirleri sayesinde bu açığı kapatmaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ödemeler bilançosunu dengelemek için turizmi bir araç olarak kullanırlar¹⁷⁹.

Ülkenin turizm amacıyla gelen turistlerden elde edilen döviz geliri, ülkeden turizm amacıyla çıkan kişilerin çıkardığı dövizlerden fazla ise, turizm ödemeler bilançosu hesabına olumlu etki yapmakta, ülkenin turizm amacıyla gelen turistlerden elde edilen döviz geliri, ülkeden turizm amacıyla çıkan kişilerin çıkardığı dövizlerden daha az ise, turizm ödemeler bilançosu hesabına olumsuz etki yapmaktadır¹⁸⁰.

Turizm bir tür ihracat olmasından dolayı döviz kazandırıcı etki yapar. Çünkü elde edilen gelirler görünmeyen ihracat, turiste satılan turistik ürünler ek ihracat olarak kabul edilmektedir¹⁸¹.

Turizmin ödemeler dengesinde oluşturduğu etki dar ve geniş anlamda turizm bilançosu olmak üzere iki temel model kullanılmaktadır. Buna göre;

- **Dar anlamda turizm bilançosu:** Turistlerin doğrudan yaptıkları harcamalar sonucu ortaya çıkan gelir ve gider kalemlerinden oluşmaktadır.
- **Geniş anlamda turizm bilançosu:** Turistlerin dışında ekonomideki diğer kişi ve kurumların turizmle ilgili yapmış oldukları tüm işlemlerden doğan gelir ve gider kalemlerinden oluşmaktadır¹⁸².

Bazı ülkelerin ödemeler dengesinin iyileştirilmesinde turizmden yararlanılmasının nedenlerini şu şekilde sıralayabiliriz¹⁸³:

- Turizm çok büyük altyapı gerektirmeyen, kolay başarılabilen, yeni bir endüstri kurmaktan daha kolay ve temiz olması,
- Turizmin spesifik dış ticaret savaşları olarak görülmemesi, özel vergi ve döviz kontrolleriyle azaltılması normal çekicilik misillemeleri olarak görülmemesi,

¹⁷⁹ Özlem KIZILGÖL ve Erman ERBAYKAL (2008), “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:13, ss.353-354.

¹⁸⁰ Faruk AKIN ve Melik KAMIŞLI (2009), “Yükselen ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm Sektörünün Ekonomik Kalkınmaya Etkileri: Türk Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme”, ABMYO Dergisi, Sayı:16, s.25.

¹⁸¹ TUTAR ve TUTAR (2004), s.43.

¹⁸² BAHAR ve KOZAK (2006), ss.131.

¹⁸³ ÖZKÖK (2008), s.59.

- Liberalleşmeden dolayı ortadan kalkan gümrük tarifeleri ve kotlarda yerine döviz kazandırıcı bir aktivite olarak görülmesi,
- Üretildiği yerde türetilerek doğrudan döviz girişine neden olması,
- Diğer mallardan farklı olarak ürünü çeşitlendirme olanaklarından dolayı döviz kazandırma etkisini artırması.

2.2.3.Turizm Harcamalarının Çarpan Etkisi

Turizmin bir ülke ya da bölgeye yaptığı gelir kazandırıcı etkiler bu sektöre girdi sağlayan ve çıktısını kullanan sanayi, tarım ve hizmetler gibi sektörlerinde gelişmesine etki eder¹⁸⁴. Milli gelir içerisinde yer alan turizm gelirleri çarpan mekanizmasıyla ekonomiye gelir etkisi yapmaktadır. Turistlerin konaklama, yeme, içme, ulaştırma, alışveriş, eğlence, gibi çeşitli yaptığı harcamalar sonucunda elde edilen gelirler üretim faktörleri sahipleri arasında dağılır. Üretim faktörleri bu parayı harcayarak gelir döngüsü içerisindeki dağılımına devam etmektedir. Harcamaların dolaylı ve dolaysız bu şekilde gelir oluşturmaya çarpan mekanizması denir. Başlangıçta otel işletmesinden çıkan gelir sektörden sektöre geçerek, turizm sektörü tarafından çoğaltan etkisi oluşturulmuş olur¹⁸⁵.

Turizmle ilgili çarpan katsayısı (k) turizm sayesinde ülkeye giren dövizin ülke içinde el değiştirerek birçok kesimin gelirini oluşturmaktadır. Sonuçta oluşan gelir toplam nihai gelirin, başlangıçta o ülkeye giren turizm gelirine oranlanması ile elde edilen katsayıyı aşağıdaki şekilde formüle edebiliriz¹⁸⁶:

$$k = \frac{1}{1 - mpc}$$

k=çarpan katsayısı mpc=marjinal tüketim eğilimi

¹⁸⁴ ÖZKÖK (2008), s.72.

¹⁸⁵ ÖNAL ve DÜZAKIN ve ÇİFTÇİ (2006), s.18.

¹⁸⁶ TUTAR ve TUTAR (2004), ss.46-47.

2.2.4. İstihdama Etkisi

İstihdam olanakları herhangi bir sektörün ekonomi üzerindeki gözle görülebilir en belirgin etkisini oluşturur. Turizm sektöründe mekanizasyon ve otomasyon imkanlarının bazı bilgisayar sistemlerinin kullanımı dışında az olması turizm sektöründeki istihdam yoğunluğunun diğer sektörlerle göre daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Turizm sektörünün emek-yoğun bir sektör olmasından dolayı yüksek oranda doğrudan istihdam oluşturmaktadır. Ayrıca turizm sektörüne mal ve hizmet sunan yan sektörlerle turizm sektörü sayesinde yeni iş imkanları sağlayarak dolaylı istihdam oluşmasını sağlamaktadır. Turizmin yerel ekonomi ile ne derece entegre olduğu dolaylı istihdamın niceliğini de etkiler¹⁸⁷.

Turizmde sektöründe yapılan yatırım ve harcamaların, diğer sektörlerle göre yüksek oranda istihdam sağladığı kabul edilmektedir. Turizmde istihdam edilen kişilerin sayısını artıran faktörler şunlardır¹⁸⁸:

- Emek yoğun bir endüstri olması: Turizm sektörünün hizmet sektörü olmasından dolayı emek yoğun üretim vardır. Konaklama, yiyecek-içecek, gibi alanlarda emek olmazsa olmaz üretim faktörüdür. Birçok sektörle de iç içe olan turizm sektörü seyyar satıcılar, hediyelik eşyacılar gibi küçük girişimcilerin fazla olması da turizm sektörünün emek yoğunluğunu artırmaktadır.
- Düşük ücretli is alanının çok sayıda bulunması,
- Yarı zamanlı ve geçici is alanının çok sayıda bulunması,
- Sezon yoğunluğu ve dönemsellik.

Turizm sektörünün istihdama olan etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna göre değişmektedir. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) Ar-Ge Departmanı tarafından Turizm Endüstrisinde İstihdam isimli çalışma hazırlanmıştır. Bu çalışmaya göre; turizm sektörü 1993 yılında yaklaşık 662 bini doğrudan 955 bini dolaylı olmak üzere toplam 1,6 milyon kişi turizm sektöründe istihdam edilmiştir. 2001 yılına bu rakam yaklaşık 1 milyonu doğrudan 1,5 milyonu dolaylı olmak üzere toplam 2,5 milyon kişi turizm sayesinde iş bulmuştur. 2008

¹⁸⁷ Burhanettin ZENGİN (2010), “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri”, Akademik İncelemeler Dergisi Cilt:5 Sayı: 1, s.115.

¹⁸⁸ İÇÖZ ve KOZAK (2002), ss.234; ÖZKÖK (2008), s.48.

yılındaki rakamlar neticesinde doğrudan ve dolaylı olmak üzere toplam 3 milyondan fazla kişi için turizm sektörü iş fırsatı oluşturmuştur¹⁸⁹.

Turizm sayesinde artan üç tip istihdam vardır. Bunlar¹⁹⁰:

- Sektör içerisindeki tesislerde turist harcamaları dolayısıyla bu tesislerde meydana gelen istihdam,
- Turizm sektörüne girdi veren diğer sektörlerde meydana gelen dolaylı istihdam,
- Turizm geliri elde eden kişilerin yaptığı harcamalar sonucunda çoğaltanın etkileri sonucu uyarılmış istihdam.

Kısaca; turizm sektörünün kendi bünyesinde oluşturduğu iş olanakları, doğrudan istihdam, turizme girdi sağlayan diğer sektörler dolaylı istihdamdır¹⁹¹.

Ülkelere, bölgelere ve farklı zaman bölümlerine göre turizm sektörünün istihdama olan katkısı değişebilmekle birlikte turizmin istihdam üzerindeki etkisini belirleyen başlıca faktörler vardır. Bu faktörleri kısaca şu şekilde sıralayabiliriz¹⁹²:

- Ülkelerin ekonomik yapıları, turizm yatırımları ve işgücü politikaları,
- Ülkedeki turizm işletmelerin yapısı ve sektörünün özellikleri,
- Turizm sektöründeki istihdam edilen personelin yetenek, verimliliği ve uygunluk düzeyi,
- Turizm sektörünün diğer sektörlerdeki istihdam edilenlerle arasındaki sosyal ve mali haklar açısından durumu,
- Turizm işletmelerinin faaliyet süreleri boyunca yoğunlukları, sezon dönemleri ve bu dönemlerin uzunluğu,
- Ülkede turizm sektörünün imajı, eğitilmiş gençlerin turizm sektörüne bakışları,
- Turizm sektöründeki işlerin tam zamanlı, yarı zamanlı gibi çalışma süreleri açısından durumu,
- Reklam ve pazarlama çalışmalarının gösterdiği başarısı,
- Dış kaynaklı politik, ekonomik ve sosyal faktörler.

¹⁸⁹ AKIN ve KAMIŞLI (2009), 27.

¹⁹⁰ TUTAR ve TUTAR (2004), s.49.

¹⁹¹ AKIN ve KAMIŞLI (2009), 27.

¹⁹² Kurban ÜNLÜÖNEN ve Salih Zeki SAHİN (2011), “Turizmde İstihdam”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10 Sayı:37, s.4.

Tablo 8: Turizm Gelirlerinin Harcanma ve İstihdam Oluşturma Alanları

Turistlerin Harcama Yaptıkları Yerler	Turizm Sektörünün Yaptığı Harcamalar	En Son Yarar Sağlayıcılar
1. Konaklama	Maaşlar ve ücretler	Muhasebeciler
2. Yiyecek	Bahşişler, ikramiyeler	Reklamcılar
3. İçecek	Komisyonlar	Nalburiye dükkânları
4. Uluslararası Ulaşım	Müzik ve eğlence	Mimarlar, avukatlar, bankalar
5. Gezi ve Turlar	Yönetimsel ve genel harcamalar	Esnaflar ve zanaatkarlar
6. Eğlence	Yasal ve mesleki hizmetler	Otomobil acenteleri
7. Hatıra ve Hediye Eşya	Yiyecek-içecek vb. satın alımı	Fırıncılar, bakkallar
8. Fotoğraf ve bant	Malzeme ve üretim maddeleri alımı	Plaj yardımcısı
9. Kişisel bakım, ilaç	Tamir, bakım, onarım, koruma	Kasaplar
10. Giyim	Reklam, tanıtım, yayın, iyileştirme çalışmaları	Kasiyerler, veznedarlar
11. Değişik	Toplu hizmetler (elektrik, su vb)	Hayır kurumları
	Ulaştırma	Eczaneler, baharatçılar
	Lisanslar, izin belgeleri	Tezgâhtarlar, sekreterler
	Sigorta primleri	Giyim mağazaları
	Gayrimenkul ve araç-gereç kiralama	Kulüpler
	Mobilya ve demirbaş eşyalar	Konfeksiyoncular
	Borçların anapara ve faiz geri ödemeleri	Müteahhitler
	Gelir, kurumlar ve diğer vergiler	Yemekçiler
	Amortisman	Rehberler
	Yatırımcılara ve yabancı sermayeye geri dönüş (kâr payı, iştirak hissesi olarak)	Mandıracılar, sütçüler
		Doktorlar, dişçiler
		Büyük mağazalar, toptancılar
		Kuru temizlikçiler
		Elektrikçiler
		Mühendisler ve uzmanlar
		Çiftçiler, balıkçılar
		Hamallar, taşıyıcılar
		Oto tamir ve bakımçıları
		Bahçıvanlar
		Hediye eşya dükkânları
		Yönetim (eğitim, sağlık vb.)

Kaynak: Kurban ÜNLÜÖNEN ve Salih Zeki ŞAHİN (2011), “Turizmde İstihdam”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10 Sayı:37, s.11.

2.2.5. Turizmin ve Bölgesel Kalkınma İlişkisi

Bölgeler arasında gelişmişlik farklarının azaltılması, dengeli büyüme ve kalkınmanın sağlanabilmesi için turizm sektörüne önemli görevler düşmektedir. Turizmin bölgede ve yurttan gelişmesi için tüm imkanların tam olarak kullanılması ve daha fazla yabancı turistin ülkemize ziyaretiyle istihdam, gelir ve katma değer artacak böylece bölgesel kalkınma sağlanacak, bölgelerarasında var olan dengesizlikler bir nebze olsa çözümlenecektir¹⁹³.

Turizmin Bölgesel Kalkınmaya olan etkilerini şu şekilde özetleyebiliriz¹⁹⁴:

- Turizm sayesinde ihracı mümkün olmayan bazı mal ve hizmetler bölge için döviz kaynağı haline gelmektedir.
- Artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar sayesinde gerek turizm sektöründe gerekse turizmle bağlantılı diğer sektörlerde üretim faktörlerinin gelirlerini arttırır.
- Turizm, sayesinde açılan istihdam alanlarıyla birlikte ülkede bölgelerarası gelir dağılımında olumlu etki yaşanarak dengeli kalkınma sağlanacaktır.
- Turizm katma değer yoluyla bölge ekonomisine katkıda bulunacaktır. Turistik ürünün milli gelir üzerinde yarattığı katma değer etkisi, diğer sektörel üretimden yüksek olduğundan kalkınma için büyük bir önem arz etmektedir.
- Turizm sektörü taşıdığı özellikler nedeniyle 33 sektörle yakın bir ilişki içindedir. Yani turizmin gelişmesi demek aynı zamanda bu 33 sektörün de gelişmesi anlamına gelecektir.
- Turizm sektörünün ilişkili olduğu tarım sektöründe turizm gelirlerindeki artışa paralel olarak tarım ürünlerinin kalitesi artacak, tarımsal ürünlerin değeri artacağından tarımla uğraşan kişi artacak, bu sayede tarımda istihdama da katkıda bulunarak gizli işsizlik azalacaktır. Dolayısıyla bölgede refah seviyesi

¹⁹³ İlker BAYRAM (2010), “Ege Bölgesindeki Turizm Faaliyetleri ve Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkileri”, Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara, s.74.

¹⁹⁴Hüseyin ÇEKEN (2008), “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt: X, Sayı: II, ss.300-302.

artacaktır. Bunun yanında kişiler tarımda istihdam edileceğinden göçler önlenecek böylece bölgelerarası dengesizlik en aza indirilecektir.

- Turizm sektöründeki gelişmelerle birlikte yerel halk evlerini pansiyon olarak turistlere kiraya vererek gelir elde edeceklerdir. Bunun yanında dışarıdan gelen turistlerle etkileşim sonucunda sosyo-ekonomik kalkınmaya da olumlu etkiler yaparak çağdaş uygarlık düzeyine ulaşmada önemli aşamalar kat edilecektir.
- Doğaya dayalı olarak ortaya çıkan bir turizm faaliyeti sonucu büyük kent ve sanayi merkezinde kazanılmış gelirlerin kırsal yörelere aktarılmasıyla hem ülke düzeyinde hem de uluslararası düzeyde gelirin yeniden dağılımında etkili olacak aynı zamanda sosyal adaletin sağlanması konusunda turizm önemli rol alacaktır.
- Turizmin sayesinde bölgede çevre bilincinin gelişmesine ortam hazırlanarak bölge insanının çevreye duyarlılığı artırılacak, hava ve su kirlenmesini önlenecektir. Yörede sürdürülebilir bir çevre modeli gelişecek ve kalkınma sürecinin gelişmesine neden olacaktır.
- Turizm sayesinde bölgede, kalkınma hızı ile nüfus artış hızı arasındaki dengesizliğinden kaynaklanan iç göçler, turizmin gelişmesiyle daha az olacaktır. Büyük kentlere göçlerin azalmasına bağlı olarak kentlerde gecekondulaşma ve çarpık kentleşme azalacaktır. Turizm bu sayede aşılması zor olan bu toplumsal sorunların çıkmasını önleyici ve azaltıcı fonksiyonu sayesinde ülkenin kalkınmasına katkıda bulunacaktır.
- Yörenin sahip olduğu gelenekler ve görenekler bölge için birer çekim unsuru olduğundan bölgelerde oturanların sahip oldukları sosyo-kültürel değerleri yıpranmayacak hatta değer kazanacaktır. Bu unsurlarının zenginliği aynı zamanda bölgenin de gelişim aşamalarını hızlandıracaktır.
- Turizmin gelişmesi iyi hazırlanmış bir alt yapıya bağlı olduğundan başta yörede yol, su, elektrik, kanalizasyon, otopark ve haberleşme gibi fiziksel alt yapı hizmetleri gibi hizmetler turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak gelişecek böylece yörede fiziksel alt yapı sorunu da ortadan kalkacaktır. Alt yapı imkanlarındaki bu gelişmeyle birlikte alt yapısı hazır olan diğer endüstri bölgeleriyle aradaki dengesizlikler giderilmiş olacaktır.

2.3.TURİZM VE KÜMELENME

Bu bölümde kümelenme kavramı ve turizm üzerine etkileri incelenecektir. Öncelikle turizmdeki küme aktörleri incelenecektir. Daha sonra turizmde kümelenme şekilleri ve turizm kümelenmelerinin sonuçları incelenecektir.

2.3.1.Turizm Kümelenmesindeki Küme Aktörleri

Turizm kümelenmesindeki sektörel değer zinciri oyuncuları ve temel faaliyetlerini şu şekilde sıralayabiliriz¹⁹⁵:

- **Konaklama Tesisleri**

Otellerin, motellerin, pansiyonların, tatil köylerinin durumu ve sektöre yönelik konaklama faaliyetleri.

- **Yeme-İçme İşletmeleri**

Restoran, lokanta, kafe, bar gibi işletmeler ve sektöre yönelik faaliyetleri.

- **Turizm Acenteleri (Tur Operatörleri, Seyahat Acenteleri)**

Ulusal ve uluslararası tur operatörleri ve seyahat acenteleri ve sektöre yönelik faaliyetleri.

- **Rehberlik Hizmetleri**

Rehberlik hizmetleri sunan kurum ve kuruluşlar (iş yapma tarzlarının durumu/ sektörde faaliyette bulunan rehberlerin bilgisi, iletişim becerileri ve imaj yaratmadaki durumları)

¹⁹⁵ Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2010), T.C. Muğla Valiliği.

- **Bilgilendirme Merkezleri**

Turiste yardımcı olmak için kentte var olan bilgilendirme merkezleri ve bunun için oluşturulmuş özel birimler.

- **Nitelikli İnsan Gücü Tedariki Sağlayan Kurumlar**

Sektöre insan gücü sağlayan danışmanlık firmaları, üniversite ve İş-Kur.

- **Bilgi Üreten Kurumlar**

Üniversitenin fiziksel varlığı ve sektöre yönelik iş yapma ve geliştirme süreci üzerindeki katkısı.

- **Medya**

Sektöre yönelik medyanın durumu (sektör için yapılan basılı malzemenin nitelik ve nicelik açısından niteliği, özellikleri; sektör ile ilgili yayınlar, broşürler, haritalar, kitapların niteliği).

- **Sivil Toplum Kuruluşları (STK) (Ticaret ve Sanayi Odaları, Deniz Ticaret Odası, Çevre Dernekleri, Sektörel Kalkınma Dernekleri)**

Mevcut sektörel sivil toplum kuruluşlarının sektörde ortak bir tutum gösterme yeteneği ve faaliyetleri. Sektörün gelişmesinde ve sürdürülebilir bir çevreye sahip olmasında çevre ve kalkınma derneklerinin geliştirdiği stratejiler ve faaliyetleri.

- **Hediyelik Eşya İşletmeleri**

Gelen turistlere hediyelik eşya üreten ve satan işletmeler.

- **Temel Hizmet Sunan İşletmeler (sağlık, bankacılık, sigortacılık vs.)**

Gelen turistlerin temel sağlık, bankacılık ve sigorta hizmetleri sağlayan işletmeler.

- **Ulaşım İşletmeleri**

Turistlerin geliş-gidiş ve seyahati için farklı ulaşım hizmetleri sunan işletmeler:

1. Havayolu İşletmeleri
2. Havalimanları İşletmeciliği
3. Karayolu İşletmeleri (Otobüs, Minibüs vs.)
4. Otogar İşletmeciliği
5. Demiryolu İşletmeleri
6. Demiryolu İşletmeciliği
7. Denizyolu İşletmeleri
8. Denizyolu İşletmeciliği
9. Araç Kiralama (taksi vs.) İşletmeciliği.

- **Eğlence İşletmeleri**

Müşterilerin özellikle akşamları eğlenmek için gittikleri barlar, diskolar ve diğer eğlence işletmeleri.

- **Arkeolojik ve Sit Alanları İşletmeleri**

Yörede var olan arkeolojik alanlar, sit alanlarının yönetimi ve turizmde kullanılması için faaliyet gösteren işletmelerin durumu.

- **Temel Tedarik İşletmeleri**

Sektörün temel girdilerini sağlayan toptancı ve profesyonel işletmeler.

- **Reklam ve Tanıtım İşletmeleri**

Sektörün genel olarak tanıtım ve reklamını yapan işletmeler.

- **Pazarlama İşletmeleri**

Sektöre profesyonel pazarlama hizmeti sunan işletmeler.

- **Kamu Yönetimi**

1. Merkezi Hükümet
2. Valilik

Kamu yönetiminin etkinliği. Merkezi hükümet (bakanlık vs.), valilik ve ilgili daire müdürlükleri.

- **Yerel Yönetim**

1. İl Özel İdareleri
2. Belediyeler

Yerel yönetimin etkinliği. İl düzeyinde hizmet veren İl Özel İdareleri, İlçe ve belde düzeyinde örgütlenmiş belediyeler.

- **Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) Kurumları**

Sektöre yönelik Ar-Ge faaliyeti yürüten kurumların durumu.

- **Sertifikasyon ve Kontrol Kurumları**

Sektöre yönelik sertifikasyon ve kontrol işlemlerini yürüten kurum ve/ veya kuruluşların durumu.

yatırımı çekecek programları, altyapı için finansal yatırımları ve turizm bölgesi tutundurmalarını teşvik etmesi gerekliliğini de belirtmiştir. Bu şartlar altında oluşturulan bir kümelenme ile turistik destinasyonların rekabetliliği sağlanabilir ve bu şekilde sektörel başarı elde edilebilir¹⁹⁶.

2.3.2.Turizmde Kümelenme Şekilleri

Turizm sektöründe kümelenme tek tip olarak ortaya çıkmayıp birkaç şekilde turizm kümelenmesi meydana gelmektedir. Bunları kısaca şu şekilde özetleyebiliriz¹⁹⁷:

- **Coğrafi Kümelenme:** Dağ ve kıyı turizmi kümelenmeleri gibi ekonomik faaliyetlerin kümelenme üyelikleri yerel olarak başlar ve uzay turizmi kümelenmeleri gibi evrensel olarak son bulur.
- **Dikey Kümelenme:** Kümelenmelerde üretim ya da uygulama aşamalarında iç bağlantı yaygın olabilir. Bu durumda önemli olan kümelenme içinde nihai inovasyonu başlatan ve uygulayan ağ katılımcılarıdır.
- **Yatay Kümelenme:** Otellerin ve tur operatörlerinin internet ağ sistemleri gibi bazı endüstriler ya da sektörler daha büyük kümelenmelere gidebilirler.
- **Yanal Kümelenme:** Kümelenme benzeri oluşumlar gibi kümelenme içerisine yüksek ekonomik etki sağlayan, yeni iç kombinasyonlarla sonuçlanan çeşitli sektörler katılabilir.
- **Teknolojik Kümelenme:** Turizm kümelenmesi rezervasyon sistemi gibi tek ve aynı teknolojiyi kullanan uygun yapılanmalardır.
- **Odaklanmış Kümelenme:** Şirket kümelenmeleri, kalite gibi teknoloji merkezi ya da eğitim kurumunun girişimi altında belirli bir amaca odaklanır. Bu durum şirketler arasındaki işbirliğinin temel gerekçesi olmamakla birlikte işbirliğinin nasıl gerçekleştirilmesi gerektiğini ortaya koyar. Ağ her zaman olmamakla birlikte otomatik olarak inovasyonların geliştirilmesini uyarır. Tersine, inovasyon süreçlerinin içerisinde engellemeleri kaldırmak yerine koruma tedbirlerini artıran gizli teknolojiler ya da gizli ticaret gibi ağlar vardır.

¹⁹⁶ KUŞAT (2010), s.128.

¹⁹⁷ KUŞAT (2010), ss.129-130.

2.3.3.Turizm Kümelenmesinin Hedefleri

Yerel ekonomik kalkınmadaki günümüzdeki amaçlarını kısaca şu şekilde sıralayabiliriz¹⁹⁸:

- Yerel kalkınmadaki amaçları bütün iş çevresini çekici kılmak,
- Yumuşak altyapı yatırımları, kamu ve özel sektör işbirliğini sağlamak,
- Özel sektör yatırımlarının herkesin yararına olacak şekilde yönlendirmek,
- Yerel topluluk ve potansiyel yatırımcılar için yaşam kalitesi ve gelecek beklentilerinin artırılması,
- Yerel ekonominin çekiciliğini artırmaya yönelik spesifik alanlara yatırımlar, yerelin karşılaştırmalı üstünlüklerine dayalı geliştirme.

Yukarıdaki saydığımız amaçları gerçekleştirmek için kullanılan araçları ise şu şekilde sıralayabiliriz¹⁹⁹:

- Yerel iş çevresinin rekabetçiliğinin artırmaya ve firmaların büyümesinin sağlanmaya yönelik daha kapsamlı ve köktenci stratejiler
- Topluluğu kapsayan ağsal ilişkiler ve işbirlikleri,
- Ekonomik ilişkileri gelişmiş işletme kümelenmelerinin oluşturulması,
- Yaşam kalitesinin iyileştirilmesine dönük destekler.

Yukarıdaki belirtilen amaçları gerçekleştirmek için kullanılacak kalkınma yaklaşımlardan en önemlisi hiç kuşkusuz kümelenmelerdir. Araştırmalar kümelenme ve belirli faaliyetlerde uzmanlaşmanın yüksek inovasyon ve gelirle güçlü pozitif ilişkileri olduğunu göstermektedir. Yapılan araştırmalara göre güçlü kümelenmelere sahip olan AB üyesi ülkelerde yüksek kişi başı gelire sahiptirler.

Daha önceki bölümlerde kümelenme faaliyetlerinin yararlarını incelemiştik. Kısaca belirtmek gerekirse kümelenme sonucunda elde edilen en büyük avantaj üretim maliyetlerindeki düşme sonucunda elde edilen rekabet avantajıdır. Kümelenme; aynı bölgede ve aynı iş kolunda, aynı değer zincirinde faaliyet gösteren, birbiriyle

¹⁹⁸ Mehmet M. MARIN ve İ. Hakkı ERASLAN (2007a), “Yerel Yönetimlerin Kalkınma Çabaları ve Turizm Kümelenmelerine Katkıları”, (Ed: Melih BULU ve İ.Hakkı ERASLAN, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejik ve Uygulamalar), URAK, İstanbul, s.935.

¹⁹⁹ MARIN ve ERASLAN (2007a), s.935.

işbirliğinde bulunan ve aynı zamanda birbirine rakip olan, birbiriyle ilişkili işletmelerin ve onları destekleyici kurumların (üniversiteler, kamu kuruluşları, araştırma kuruluşları, mesleki dernekler, teknoloji ve yenilikçilik merkezleri, bankalar, sigorta şirketleri, lojistik firmaları vb) bir araya geldikleri örgütlenme modelleridir²⁰⁰.

Teknolojinin geleneksel sanayilerde yaygınca kullanımı sonucunda birçok kişi işsiz kalmış ve genç nüfusun büyük kentlere göç etmesine neden olmuştur. Bu durum kırsal alanlarda yeni iş olanakları geliştirme ve girişimcileri çekmek amacıyla turizm bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu bölgelerde ucuz girişimcilik maliyetleri, dağları nehirleri ve diğer doğal güzellikleriyle turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine uygun koşullar sağlanmaktadır. Turizm ekonomik faaliyetlerinin çeşitlendirilerek yeni iş imkanları oluşturmaktadır. Fakat turizmden istenilen etkinin oluşturulabilmesi için geleneksel ekonomik modellerin içine müşteri talebi ve sosyal sermaye dediğimiz örgütlenme ile ilgili unsurlar da dahil edilmelidir²⁰¹.

Kümelenme sonucunda bölgedeki firmalara sağladığı faydaları yeniden belirtmemizin yararlı olacağı kanısıyla daha önceki bölümlerde belirlediğimiz kümelenmenin faydalarını şu şekilde sıralayabiliriz²⁰²:

- Tedarikçilere daha kolay ve daha uygun koşullarla ulaşılabilir.
- Pazar konusunda ortak bilgi toplanır, yeni fırsatlardan haberdar olunur ve beraberce pazarlama yapılabilir.
- Yeni pazarlar ve gelişmeler konusunda bilgi sahibi olunarak, AR-GE faaliyetleri ortaklaşa yürütülür, rekabet üstünlüğüne sahip yeni ürünler üretilir.
- Risk paylaşma konusunda küme üyelerine pozitif katkıda bulunur.
- Gerekli olan işgücü, beraberce eğitilerek küme üyelerinin ihtiyacı olan nitelikli işgücü sağlanır.
- Maliyetlerde düşüş sağlanır.

²⁰⁰ Emrah SAZAK ve Selçuk BOZOK (2009), “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi”, Dış Ticaret Müsteşarlığı, http://www.bodto.org.tr/images/other/kumelenme%20_son.ppt, (E.T.12.12.2011).

²⁰¹ MARIN ve ERASLAN (2007a), s.938.

²⁰² GÜNEŞ (2008), s.31.

- K me firmalar arasında karşılıklı güvene dayanan bilgi alışverişi yapılabilir ve uzman bilgilere ulaşılır.
- AR-GE faaliyetlerinde akademik kurumlardan ve devlet kurumlarından destek alma daha da kolaylaşır.
- Kümenin bulunduğu coğrafi alan ilgili sektör açısından bilinir hale gelince, bu bilinirlik küme için bir marka olma durumuna gelir.
- Teknolojiye ulaşım konusunda fayda sağlar.

Yukarda belirttiğimiz kümelenmenin faydaları düşünüldüğünde kümelenmenin gerçekleştirildiği turizm bölgelerinde turizm sektörünün bu durumdan kazançlı çıkacağını rahatlıkla söyleyebiliriz.

Daha önce kümelenme ile yapılan Porter’ın araştırmalarında olduğu gibi birçok kümelenme araştırmaları genellikle imalat sektöründe yapılmıştır. Hizmet sektörünün hızlıca büyümesine ve gelecek potansiyeline karşın kümelenme konusundaki araştırmaların ağırlığı hala imalat sektöründe yapılmaktadır. Turizmi dünyanın en büyük endüstrisi olarak gösteren Dünya Turizm  rg t ’ne göre (World Tourism Organization – WTO) turizm, gelecekte de iş fırsatları yaratmaya devam edecek birkaç önemli sektörden birisidir. Bu nedenle turizm, bölgesel ve ulusal kalkınmanın önemli bir aracıdır. Turizm sektörü bugün dahi birçok ülke ve bölge için gelir ve istihdam yaratan çok önemli bir kaynaktır. Nordin’in de belirttiği gibi turizm bugün dahi dünya ekonomisinde en az araştırılmış endüstridir. Kümelenme yaklaşımlı bir araştırmanın, turizm sektörü gibi kendine özgü nitelikleri bulunan bir hizmet sektöründe yapılması, özel bir önem tařımaktadır²⁰³.

Artan rekabet koşulları nedeniyle özellikle 1970 ve 1980’li yıllardan başlayarak oteller, havayolları ve tur operatörleri uluslararası düzeyde giderek artan oranda yatay bütünleşme (aynı sektör ve üretim dalında faaliyet gösteren şirketlerin birleşmesi) , dikey bütünleşme (aynı sektör ancak farklı üretim alanlarında faaliyet gösteren şirketlerin birleşmesi) ve diyagonal bütünleşmeye (turizm işletmeleri farklı sektörlerde

²⁰³ Hakkı ERASLAN ve Melih BULU ve İsmail BAKAN (2009), “Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar”, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Yıl:5 Sayı:1, ss.15-17.

faaliyet gösteren şirketlerle bilgi ortaklığı yaparak pazarlama faaliyetleri sürdürerek yapılan bütünleşme) giderek turizm sektörünü kontrol altına almaya başlamıştır²⁰⁴.

Sınırları oldukça geniş bir alana yayılmış olan turizm sektörü boyutlarının tam anlamıyla ölçülmesi oldukça zordur. Turistik amaçla talep edilmeye başlanan bir çok ürün ve hizmet turizm sektörünün kapsamı dahiline girdiğinden diğer sektörlerle sıkı sıkıya ilişkili ve birçok sektörünü bünyesinde barındıran bir sektördür. Restoranlar, oteller, hava yolları, seyahat acenteleri, alış-veriş mağazaları gibi çok farklı işletme türlerini bünyesinde bulunduran turizm sektörü bu açıdan diğer sektörlerden oldukça farklı bir yapıdadır. Konuya bu açıdan bakan bazı araştırmacılar, homojen olmayan ürünlerin üretildiği ve üretim sürecinde oldukça farklı teknolojilerin kullanıldığı turizm sektörünün kendi başına bir sektör olarak tanımlanıp tanımlanamayacağını dahi tartışmışlardır²⁰⁵.

Turizm ürünleri imalat sektöründe olduğu gibi ürünü müşteriye sunmadan önce kalitesini kontrol etme ve zincirdeki diğer sektörlerin tatmin düzeyini ölçme gibi inceleme imkanını turizm ürünlerin büyük çoğunluğunun aynı zamanda üretilip müşteriye sunumları yapıldığından dolayı, ürünü müşteriye sunmadan önce kontrol etme olanağı bulunmamaktadır. Fakat turist ziyaret ettiği bölgedeki konakladığı otelden çok memnun ayrılmasına karşın, otelin yakınındaki bir restorandan memnun kalmaması gibi turist turizm bölgesiyle ilgili deneyimleri, aldığı bütün hizmetlerin toplamıyla ilişkili olup aynı otele ve turizm bölgesine bir daha gelmeyebilir. Zincirdeki herkes müşteriyi tatmin edecek hizmet verildiğinde sektördeki sinerjiden herkese karlı çıkacaktır. Tipik bir turizm kümelenmesinde, örneğin, bir ziyaretçinin kalite deneyimi yalnızca temel aktivitelerden hoşnutluk düzeyine değil, aynı zamanda oteller, restoranlar, alış-veriş merkezleri ve ulaşım imkanları gibi tamamlayıcı işletmelerin etkinliğine de bağlıdır. Kümenin temel özelliğinden dolayı üyeleri birbirlerine tamamen bağımlı olduklarından, birinin sergileyeceği başarı diğerlerinin de başarısını artıracakı öngörülmektedir. Bu nedenle turizm sektöründeki bir kümelenmeyle beraber üyeler işbirliği içerisinde faaliyetlerini sürdürerek, müşterek pazar paylarını ve kapasitelerini artırma olanağına kavuşacak bu durumda kümedeki bütün firmaları memnun edecektir.

²⁰⁴ BULU ve ERASLAN (2007), s.38.

²⁰⁵ ERASLAN ve BULU ve BAKAN (2009), ss.15-17.

Yani artan fırsatlardan ve gelirden, kümelenme içerisinde yer alan bütün taraflar faydalanabilir. Bir çok turizm kümelenmesi, dışarıda kullanılan ekipmanlar, dizayn, içecek ve yiyecek gibi ilişkili endüstriler ve destekleyici kümelenmeler ile güçlü bağlantılara sahiptirler. Müşteri taleplerini karşılayabilmek için turizm işletmeleri ile sektör dışındaki ilgili aktörler arasında bir ilişkiler sisteminin bulunması gerekmektedir²⁰⁶.

2.3.4.Dünyadaki Turizm Kümelenmesi Örnekleri

Bu bölümde dünyadaki turizm kümelenmesi örneklerinden Tunus Turizm Kümelenmesi ile İspanya’da uygulanan Andalucía (Endülüs) Turizm Kümelenmesi incelenecektir.

2.3.4.1.Tunus Turizm Kümelenmesi

Turizm Tunus ekonomisi içerisinde en önemli sektörlerden birisini oluşturmaktadır. Ülkede birçok kişi geçimini bu sektörden kazanmaktadır. 2009 yılında Tunus’u 6,9 milyon kişi ziyaret etmiştir. Ziyaretçilerin %70’den fazlası Batı Avrupa ülkelerinden gelmektedir. 2009 yılında turizmden 2,7 milyar dolar gelir elde edilmiştir. Tunus Ticaret Müşavirliği Raporuna göre ülkede doğrudan veya dolaylı olarak turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 1,3 milyon düzeyindedir ki bu da ülke nüfusunun %13’üne karşılık gelmektedir. Tunus son yıllarda özellikle sağlık ve termal turizmini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Devlet bütçesinden turizm sektöründeki yatırımlara 65,7 milyar dolar ayrılmıştır. Termal turizmin yanında güneş tedavileri, golf, çöl ve gemi turizmi gibi alternatif alanlarda sektör çeşitlendirilmeye çalışılmaktadır²⁰⁷.

İmalat, tarım ve turizm sektörleri Tunus ekonomisine hakim olan sektörlerdir. İmalat sektörüyle son yıllarda güçlü ekonomik büyüme sağlanmıştır. Tunus hükümeti turizm sektörünü geliştirici politikalar izlemiştir. Turizm Bakanlığı, hükümetin turizm sektöründeki politikalarını 50 personel ve bir koordinasyon organı olarak uygulamakla

²⁰⁶ ERASLAN ve BULU ve BAKAN (2009), ss.15-17.

²⁰⁷ Tunus-Türkiye Turizm İlişkileri, TURSAB, http://www.tursab.org.tr/dosya/5664/tunus_5664_3717349.pdf, (E.T: 13.03.2013).

yükümlüdür. Bakanlık maddi teşvikler ile turizm endüstrisinin rekabet gücünü arttırıcı bir ofis kumuştur. Ulusal Turizm Ofisi (ONTT), 12 bölüm, 8 bölgesel ofis ve 19 uluslararası ofisten oluşmuş ve toplamda 1200 personel ile hükümet tarafından tanımlanan politika uygulama misyonu vardır. Bu bölge ofisleri turizm altyapısının kalite kontrol ve yerel turistik etkinlikler, fuar ve festival organizasyon sorumlu bulunmaktadır. Uluslararası ofisler, tasarım ve pazarlama ve medya kampanyaları uygulanması turizm sektörü için sorumludur²⁰⁸.

Reklam ve Promosyon Turizm Sektörü: Ulusal Turizm Ofisi (ONTT) tasarımı ve iletişim ve turizm sektörü ve ülkenin tanıtımı için pazarlama kampanyalarının uygulanmasında önde gelen aktör olmuştur. Tunus her yıl turizm sektörü için pazarlama, reklam ve iletişim kampanyaları için 28 milyon Euro harcamaktadır. Pazarlama bütçesinin, % 64'ü Almanya, İngiltere, İtalya ve Fransa gibi potansiyel müşterileri hedefleyen ülkelere harcanmaktadır. Gerisi Benelüks ülkeleri, İspanya, İsviçre, Orta Avrupa ve Arap ülkelerinde ikincil piyasalarında harcanmaktadır. Bu, Tunus medyası içinde veya dışında ülkenin sektör teşviklerinin sınırlı bir rol oynamasına neden olmaktadır²⁰⁹.

Altyapı, Yerel Ulaşım ve Oteller: Ulaşım altyapısının gelişmiş olduğu, yukarıdaki gibi ulusal analizlerinde sıralanmıştır. Hükümet ayrıca, ağırlıklı olarak otel altyapılarına ve turizm sektörüne yatırım yapmıştır. Hükümetin altyapı yatırımı otel sayısında ve konaklama kapasitesinde istikrarlı ve sürekli artışa yol açmıştır. 1960'lardan önce, turizm altyapısının yarısı Tunus merkezinde olmak üzere 2498 oda kapasiteli 91 otelle sınırlıydı. 2003 yılı sonunda otel sayısı artarak 222.000 yatak kapasiteli 800'e ulaşmıştır ama son tesislerinin düzeyini karşılamak amacıyla yaklaşık 70.000 yatak için büyük bir yenileme gerekmektedir. 2006 yılında, otel sayısı 825'e ve yatak sayısı 231.838'e ulaşmıştır. Son yıllarda, Tunus turizm sektörü 11 Eylül tarihindeki ABD'de meydana gelen terörist saldırılar, 2001 ve Nisan 2002 kötü etkilemiştir. Bu, gelen turist sayısında bir düşüşe yol açmış; 2002'de yatak gece rezervasyonu % 17 ve döviz kazancı % 13 azalmıştır. 2003 yılındaki Irak savaşı da

²⁰⁸ Fares MABROUK ve diğerleri (2008), "The Tunisian Cluster", Harward University, s.4, http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Tunisia_Tourism_2008.pdf , (E.T: 10.04.2012).

²⁰⁹ MABROUK ve Diğerleri (2008), ss.10-12.

turizm sektörünü olumsuz etkilemiştir. 2000-2005 sırasında, Tunus'un kendi yaşlılarıyla karşılaştırıldığında pazar payı %20'den %16'ya düşmüştür²¹⁰.

Son beş yıl içinde, düşük maliyetli turizm beldesi olarak Tunus, Libya ve Cezayir başta olmak üzere Kuzey Afrika'dan daha fazla ziyaretçi çekmiştir; bunların oranı, 2006'da toplam ziyaretçi %37'ye ulaşmış ama yatakta gece katkıda %2,9'un altında kalmıştır. Ayrıca, 1980'lerin sonundan beri, Tunus, Akdeniz rakiplerinden (Fas, Mısır, Yunanistan ve Türkiye) daha az popüler bir turizm merkezi haline gelmiştir. Yukarıda belirtildiği gibi, büyüme hızında bir yavaşlama görülmüş ayrıca rakiplerinin arasında turist başına ortalama gelirlerin en düşük seviyede olduğu kaydedilmiştir. 2000 ve 2005 yılları arasında, Tunus'un bölgesel pazar payı yaklaşık % 5,3 kaybederken, Türkiye'nin bölgesel pazar payı % 9,9 ile ilerleme kaydetmiştir. Uluslararası turist başına Tunus'un harcamaları düşük maliyetli ve Akdeniz rakipleri arasında en düşük olan bir hedef ülke imajı ile öne çıkmaktadır²¹¹.

Turizmdeki kümelenme ile Tunus'un konaklama tesislerinde önemli artışlar meydana gelmiş; bu da gelen turist sayısını arttırmıştır. Turist sayısındaki artış ülkenin döviz gelirlerinin de artmasına yol açmıştır. Son yıllarda meydana gelen terörist saldırılar ve siyasi istikrarsızlık bu olumlu gelişmelerin devam etmesini engellememiş, geciktirmiştir.

2.3.4.2. Andalucía (Endülüs) Turizm Kümelenmesi

İspanya, özerk bölgelere sahip ve güçlü bir parlamenter monarşi ile yönetilen Avrupa Birliği üyesi bir ülkedir. 2000'li yılların başında ekonomik performansı OECD ortalamasının üstünde büyüme gerçekleştirmekteydi. Ancak, 2008 yılı küresel finansal krizle birlikte 2010 yılında % 20 işsizlik seviyesi yükselerek kriz çok sert darbe vurdu. Avrupalı diğer ülkelere göre daha düşük verimliliğe sahiptir. Makroekonomik rekabet açısından, ülke puanları görece iyi ancak kamu açığı ve borç stoku açısından uluslararası yatırımcılar için endişe vericidir. Firma stratejisi ve rekabet (yüksek

²¹⁰ MABROUK ve Diğerleri (2008), ss.14-17.

²¹¹ MABROUK ve Diğerleri (2008), ss.19-20.

vergiler, verimsiz KOBİ'ler, vb), faktör koşulları (özel eğitim kalitesinin düşüklüğü, bürokratik yönetim) bağlamında önemli zayıflıklar gösterir²¹².

20. yüzyılda turizmin gittikçe öncelik verilen bir sektör olarak yükselmesiyle İspanya ve tüm hükümetlerin sektörünün geliştirilmesi ve iyileştirilmesine yönelik çalışmaları yoğunlaşmıştır. İspanyada turizmin gelişimi Franco Hükümeti'yle başlamıştır. 1972-1975 yılında yeni bir "Turizm kalkınma planı" oluşturulmuştur. Amaç: yüksek gelirli yabancı turist çekmektir. Bu amaçlara ulaşmak için, yeni düzenlemeler ve pazarlama çabaları hayata geçirildi. Daha sonra 1984 yılında yeni bir "İspanyol Turizm Konseyi " kamu ve özel sektör arasındaki etkileşimi teşvik etmek için kurulmuştur. Üçüncü olarak saldırgan bir yerel reklam kampanyası başlattı. Son olarak turizmi güçlendirmek için "Andalucian Turizm Kümelenmesi" çalışması başlatılmıştır²¹³.

Endülüs Özerk Bölgesi ya da Endülüs, (İspanyolca: Andalucía). İspanya'nın güneyinde özerk bölgedir. Nüfus bakımından İspanya'nın en büyük bölgesi olup başkenti Sevilla şehridir. Bölgenin dili İspanyolcanın Endülüs Lehçesi'dir²¹⁴.

²¹² Jorge RAMÍREZ-VALLEJO (2011), "The Andalusia Tourism Cluster", (Project Team: Carlos LASTRA-ANADÓN ve Diğerleri, "Microeconomics of Competitiveness"), Harvard Business School, s.1, [http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Spain_\(Andalusia\)_Tourism_2011.pdf](http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Spain_(Andalusia)_Tourism_2011.pdf), (E.T:01.01.2013).

²¹³ RAMÍREZ-VALLEJO (2011), ss.17-19.

²¹⁴Endülüs (özerk topluluk), http://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Dosya:Mapa_de_las_provincias_de_Andaluc%C3%ADa.png&filetimestamp=20081214071629, (E.T:01.01.2013).

Şekil 7: Endülüs Bölgesi Haritası



Kaynak: Mapa de Las Provincias de Andalucía,
http://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Dosya:Mapa_de_las_provincias_de_Andaluc%C3%A1Da.png&filetimestamp=20081214071629, (E.T: 01.01.2013).

Endülüs Bölgesinin rekabet profili ülke geneline göre güçlü yanları vardır. Fakat ülke genelindeki ana sorunlar burada da görülmektedir. Bu sorunları bir nebze azaltmak için Andalucía (Endülüs), son derece güçlü bir turizm kümelenmesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Endülüs'te bulunan turizm kümesi benzersiz zenginlikleri bünyesinde barındırmaktadır. Bunları kısaca şu şekilde sayılabilir²¹⁵:

- Zengin kültürel mirası (Al-Andalus-Endülüs),
- Yer olarak Avrupa ve Afrika arasındaki yolların kavşağında bulunması,
- Yıl boyunca hafif iklim (Ortalama 20 derece),
- Siyasi istikrar,
- İspanya'nın en dinamik bölgesi olması
- Plajlar, dağlar, nehirler, kent ve doğa turizmi için de ideal bir ortamın mevcuttur.
- Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış Endülüs, turistik faaliyetler açısından da zengin bir İspanya şehridir. "Flamenko" dans, tipik gıda ve Paskalya haftası, fuarlar ve kutlamalar gibi etkileyici asırlık gelenekleri ve derin kültürel mirası

²¹⁵ RAMÍREZ-VALLEJO (2011), ss.1-22.

ile ünlüdür. Buna ek olarak ören yerleri, Córdoba Mezquita anıtları, Granada'nın Alhambra Sarayı ile plajlar, dağlar, nehirler, kent ve doğa turizmi için de ideal bir ortam olan çok çeşitli doğal zenginlikleri bulunmaktadır.

Andalucía (Endülüs) turizm kümelenmesinin elmas modeline göre analizi şu şekilde yapılmıştır²¹⁶:

Faktör (girdi) koşulları; Andalucía (Endülüs), yüksek hızlı ulaşım altyapısına sahiptir. Demiryolu ile İspanya'nın geri kalanına bağlanır. Altı kamuya ait havaalanı vardır. Son zamanlarda diğer ülkelere kıyasla, turizm altyapılarının (otel binaları, gezinti) İspanyol bankaları tarafından finanse edilmesi ve İspanya'daki güncel ekonomik kriz nedeniyle yatırım alt yapısı kötüleşmiştir. Bu yüzden mevcut düşük kapasite muhtemelen devamlılık gösterecektir.

Turizm sektöründe verimliliği artırmak için inovasyondan yararlanmak zorunluluktur. Kümelenme inovasyonun meydana getirilmesi açısından olumlu etkileri olacaktır. Turizm alanında sürekli iyileştirme sağlamaya yönelik kalite sertifikasyonu (Endülüs otel ve restoranlarda %16'sı zaten sertifikalı) yanı sıra firmalar ile üniversiteler arasında ortaklıklar yoluyla süreçlerin iyileştirilmesi uygulamaları vardır.

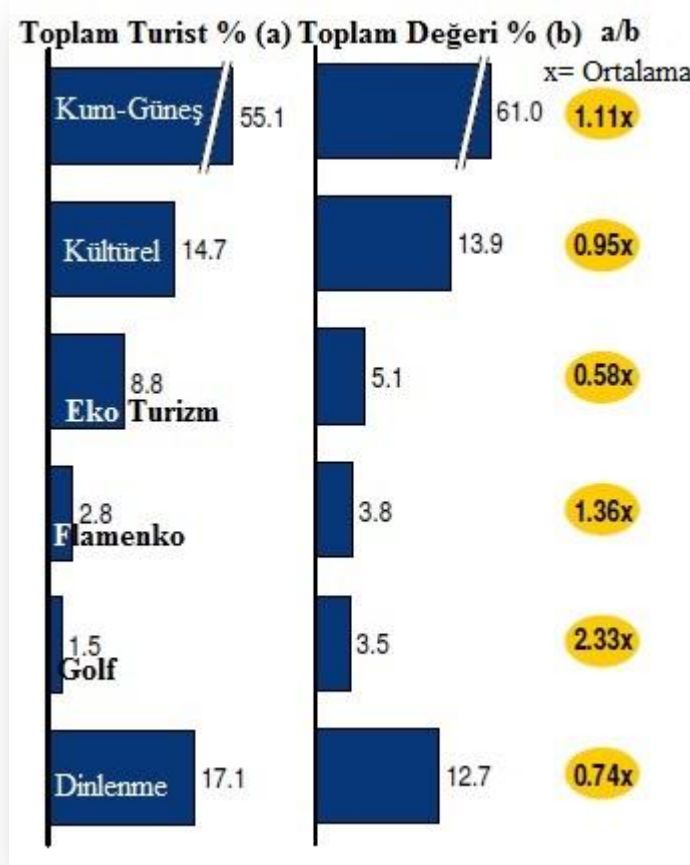
Firma stratejisi, yapı ve rekabet faktörü; Andalucía (Endülüs) Turizm Kümelenmesi için en büyük zorluklardan birisi verimliliktir. Üç ana sorun nedeniyle İspanya'da turizm kümelenmesinin verimliliği azalmaktadır. İlk olarak, küme bölgesindeki devlet üniversitelerinin beceri eksikliğidir. Çalışanların dörtte birinden daha azının otelcilik ve turizm eğitimi yüksek kalitededir. İkincisi, turizmle ilgili olarak şirketlerin %45'i sadece en temel bilgisayar uygulamaları ve internet uygulamalarını kullanarak, teknolojinin düşük penetrasyon göstermesidir. Son olarak, küme içersindeki aktörlerin yabancı dil becerilerinin kötü olmasıdır. Bunun yanında aşırı bürokratik ve genellikle yanlış düzenlemeler kümelenme faaliyetlerini sekteye uğratmaktadır. İdarenin turizmle ilgili kararlarının yavaş olması (restoran açma ve izin verilmesi kararlarının geç verilmesi gibi), alınan kararların küme yararına olmaması (kıyıların %75'inin fiziksel bozulmaya yol açılması), yolsuzluk (2006-2009 yılları arasında 179 dava

²¹⁶ RAMÍREZ-VALLEJO (2011), ss.23-28

olmuştur) bu idari yanlışlıklara örnektir. Bu nedenler turizm verimliği düşük olmasına neden olmakta bu durum ise rekabet gücünü etkilemektedir. Bunun yanında küme içerisindeki oyuncular rekabet durumu açısından içsel eksikliklerini de tamamlamalıdır. Bu eksikliklerin tamamlanması adına kümelenme çok iyi bir strateji olacaktır.

Talep koşulları; Yerel talep toplam talebin % 30'unu oluşturmaktadır. Yerel talep genellikle keşif, eko-turizm ve kültür turizminde yoğunlaşmıştır. Uluslararası talepte aynı doğrultudadır. Ancak, Endülüs'te bulunan ortanca İspanyol turist nispeten basit niteliktedir. Andalucía (Endülüs) Avrupa'nın diğer bölgeleri için uçuş bağlantıları ile çeşitli anlaşmalardan dolayı güneş turizmi için Avrupa'nın varsayılan destinasyonu olmuştur. Andalucía (Endülüs) güneş ve plaj turizmi için lider olarak kendini konumlandırmayı başardı.

Grafik 2: Andalucía (Endülüs) Turizm Talebinin Segmentasyonu



Kaynak: Jorge RAMÍREZ-VALLEJO (2011), “The Andalucía Tourism Cluster”, (Project Team: Carlos LASTRA-ANADÓN ve Diğerleri, “Microeconomics of Competitiveness”), Harvard Business School, s.26,
[http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Spain_\(Andalucia\)_Tourism_2011.pdf](http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Spain_(Andalucia)_Tourism_2011.pdf),
(E.T:01.01.2013).

İlgili ve destekleyici sektörler; Turizm, hükümetin öncülüğünde Turizm Bakanlığı ve Andalucía Turizm Yenilik Merkezi (Centro Inovación Turística de Andalucía) tarafından geliştirilmeye başlanmıştır. Buna karşılık özel sektör arasında çok az işbirliği vardır. Küme firmaları tipik olarak çok küçük olmakla birlikte ne üzerlerine küme yükseltme görevi almış ne de yüksek bir sesle hükümetle iletişime geçmeyi denemişlerdir. Yüksek turizm potansiyeline rağmen işbirliği sınırlı düzeyde olup koordineli bir kümelenme çabası olmamıştır. Sanayi ile küme arasındaki ilişkiler büyük ölçüde kopuktur.

Sadece endüstride değil aynı zamanda finansal destekleyici kuruluşlar arasında rekabet gücünü artırmak için yatay ve dikey entegrasyonki firmalar eğitilmelidir. KOBİ'leri ortak hizmetler oluşturmak için endüstri içinde işbirliğini arttırmaları ve ile teknolojiyi daha geniş kullanmaları teşvik edilmelidir. Son olarak, hükümetin farklı düzeylerdeki tüm süreçleri hızlandıran bir çapraz idare oluşturması yoluyla daha şeffaf bir turizm yönetmeliği düzenlenmelidir²¹⁷.

²¹⁷ RAMÍREZ-VALLEJO (2011), ss.27-28.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TURİZM KÜMELENMESİ VE BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİSİ

Bu bölümde öncelikle turizmin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri incelenecek daha sonra Türkiye’deki belli başlı turizm kümelenmeleri incelenecektir. Son olarak turizm kümelenmesinin bölgesel kalkınmaya etkileri incelenecektir.

3.1.TURİZMİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Türkiye turizmi dünyadaki 11 Eylül olayları, Asya – Pasifik ülkelerindeki SARS salgını, Irak Savaşı ve ekonomik krizler gibi olaylardan olumsuz etkilenmesine rağmen Avrupa turizm pazarında yüzde 3 gibi oldukça önemli bir paya sahiptir. Turist sayısı ve döviz gelirlerindeki artış hızıyla dünyadaki en büyük 20 turizm destinasyonu içinde yer almaktadır²¹⁸. Turizm bakanlığının verilerine göre Türkiye 2009 yılında dünya sıralamasında 9.sıraya yerleşmiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından yayınlanan “Tourism Highlights 2012 Edition” bülteninde Türkiye turist sayısı açısından İngiltere’yi geride bırakarak 6.sıraya yerleşmiştir. Bu sıralamada yer alan ülkeler sırasıyla; Fransa, ABD, İspanya, İtalya, Almanya, Türkiye, İngiltere, Malezya, Meksika olarak yer almıştır²¹⁹. UNWTO’nın yayınladığı turizm gelirleri istatistiğine baktığımızda ise Türkiye 11. sıradan 12.sıraya gerilemiştir. Bu listede ilk onda yer alan ülkeler ise sırasıyla; ABD, İspanya, Fransa, Çin, İtalya, Almanya, İngiltere, Avustralya, Makao ve Hong Kong yer almıştır²²⁰. Türkiye’nin gerek turist sayısında gerekse turizm gelirleri açısından dünya turizmi içindeki yıllar itibariyle yeri Grafik 3’te gösterilmiştir. Grafik incelendiğinde Türkiye’nin dünya turizmi içerisinde çok önemli bir yeri olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz.

²¹⁸ KIZILGÖL ve ERBAYKAL (2008), s.352.

²¹⁹ “Tourism Highlights 2012 Edition”, UNWTO, ss.6-7,
http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enlr_1.pdf, (E.T:23.04.2013).

²²⁰ “World Tourism Barameter”, UNWTO,
http://dtxq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/worlds_top_destinations_pr_27.pdf,
(E.T:23.04.2013).

Grafik 3: Türkiye’de Turizmin Dünya Turizmi Sıralamasında Yeri (Turizm Gelirleri ve Turist Sayıları Açısından)



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı; UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition, ss.6-7, http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enlr_1.pdf, (E.T:23.04.2013).

Avrupa’da ise 2011 yılı itibariyle turist sayısı açısından Türkiye 4. sırada yer almaktadır. Avrupa’da en çok ziyaretçi çeken ilk on ülke ise sırasıyla; Fransa, İspanya, İtalya, Türkiye, İngiltere, Almanya, Avusturya, Rusya, Ukrayna, Yunanistan yer almaktadır²²¹.

Türk turizmini tarihsel gelişimini şu şekilde özetleyebiliriz²²²:

- 1846 yılında Aya İrini Kilisesinin askeri müzeye dönüştürülmesi,
- 1863 yılında İstanbul’da Sergi-i Ummum-i Osmanî adlı ulusal fuarın açılması,
- 1890 yılında Seyyahine Tercümanlı Edenler Hakkında Tatbik Edilecek 190 sayılı Nizamname’nin çıkarılması,
- 20. yy başlarında Orient Express adında Paris’ten İstanbul’a seferler düzenlenmeye başlanması,
- Birinci Dünya Savaşı sonucunda ortaya çıkan gelişmelerin Türk turizmine olumsuz etkileri nedeniyle turizmdeki duraklama,

²²¹ 2011 Dünya Turizm Sıralaması Analizi, www.turizmtrend.com/turizm-raporlari/2011-dunya-turizm-siralamasi-analizi-5700.html, (E.T:23.04.2013).

²²² OKTAYER ve SUSAM ve ÇAK (2007), ss.39-48.

- Cumhuriyetin ilanıyla birlikte turizmin gelişimi yönünde yapılan çalışmalar başlanması,
- 1923 yılında Milli Türk Seyahat Acentalığı Ziya ve Şükerası adında Pera Palas Otelinde turizm acenteciliği şeklinde faaliyet gösteren kurumun açılması,
- 1923 yılında Türk Seyyahın Cemiyeti'nin daha sonra Türkiye Turing Kulübü ardından Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu adıyla devlet kurumu şeklinde faaliyet gösteren Türk turizm politikasını belirleyecek kurumların kurulması,
- 1925 yılında Türkiye Teyyare Cemiyeti'nin kurulması,
- 1933 yılında Türk Hava Yollarının kurulması,
- 1934 yılında ilk kamu örgütlenmesi İktisat Vekâleti Teşkilat ve Vazifeleri Kanunu'nun yürürlüğe girmiş, Turizm Masası aracılığıyla da yayın ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmeye başlanmış,
- 1939 yılında Turizm Müdürlüğü kurulmasıyla kamunun teşvik edici rol üstlenmeye başlaması,
- 1950 yılında Turizm Müesseselerini Teşviki Kanunu ile ilk yasal düzenlemenin yapılması,
- 1950 yılında Türkiye Emlak Kredi Bankası bünyesinde Turizm Kredisi Fonu ile Turizm Müesseselerini Teşviki Kanunu bünyesinde 1 milyon TL'lik yatırım kaynağının oluşturulması,
- 1953 yılında çıkartılan Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunun uygulanmaya başlanması,
- 1955 yılında turizme aktarılacak kaynağın oluşturulması için Türkiye Turizm Bankası'nın oluşturulması (1960 darbesi nedeniyle tam olarak 1962 yılında faaliyete geçebilmiştir.),
- 1957 yılında Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nün Basın-Yayın ve Turizm Vekâleti adıyla bakanlığa dönüştürülmesi,
- Planlı dönemle birlikte 1963 yılında Turizm ve Tanıtım Bakanlığı'nın kurulmasıyla Türkiye'nin turizm politikalarının oluşturulması ve sürdürülmesinde temel organ haline gelmesi,
- Kalkınma planlarında turizme yer verilmeye başlanması,

- 1963-1967 Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında turizmin ödemler dengesi açığının kapatmada turizmden daha fazla yararlanılmaya başlanması için turizm faaliyetlerinin geliştirilmeye çalışılması,
- 1968-1972 İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında turizmin geliştirilmesi, turist sayısının artırılması, iç turizmin geliştirilmesi, turizm yatırımlarının özel sektöre bırakılması, turizm yatırımlarının desteklenmesi, fiyat politikasının uluslararası rekabete uygun belirlenmesi,
- 1973-1977 Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında da diğer planlardaki politikalar bu planda da belirlenmiştir. Turizm gelirlerinde %20 turizm giderlerinde %13 artış meydana geleceğinin tahmin edilmesi,
- 1973 yılındaki petrol krizi nedeniyle yaşanan ekonomik durgunluğun turizm sektörüne olumsuz etkilerinin yansımalarının yaşanması,
- 1979-1983 Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm gelirlerinde %23, turizm giderlerinde %4,1 artış öngörülmüş, turizm tesislerinin kapasitesi 40.000 artarak 95.000 yatağa çıkarılmış, Organize Turizm Bölgeleri'nin geliştirilmesi planda yer almış, Türkiye'de turist sayısı ve gelirleri dünyadaki artışa rağmen turizm gelirleri %13,2 azalmış,
- 1985-1989 Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm gelirlerinde %14,2, giderlerinde %18,9 artış öngörülmüş, 540 milyon dolarlık net döviz geliri elde edilmiş, turist sayısı %10,8 artışla 3 milyon kişiye, turizm tesisi kapasitesi 100.000 yatağa ulaşmış,
- 1990-1994 Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm gelirleri %13,6 artışla 5.514 milyon dolara yükselmiş, turist sayısı %8,2 artışla 7,4 milyon kişiye yükselmiş buna karşılık yurt dışına çıkacak turist sayısı %4,8 artarak 2,8 milyona yükselmiştir. Konaklama tesisleri 145.000'den 350.000'e çıkması bu dönemin hedefleri arasında yer almış, turizmin çeşitlendirilmesi çalışmaları yapılmış,
- 1996-2000 Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında turizmin çeşitlendirilmesi ve pazarlanması faaliyetlerine yer verilmiş, bu dönemin politikaları geçmiş dönem politikalarındaki tesislerin yatak sayıları gibi politikalarını geride bırakarak turizmin diğer sorunlarının çözümüne odaklanılmış, turizm Bakanlığı'nın teşkilat kanunu çıkarılarak Gümrük Birliğinin getireceği koşullar içerisinde

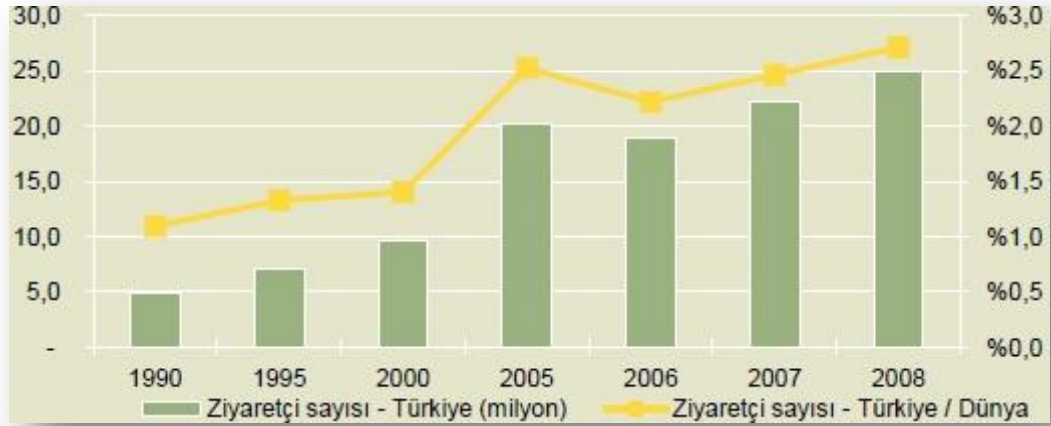
uluslararası rekabet gücüne sahip bir yapı oluşturmak için Türkiye Seyahat Acenteleri getirilmesi ve fiyat ayarlamalarının disipline edecek bir yapı oluşturmak için Türkiye Turistik Oteller ve İşletmecileri Birliği Yasası çıkarılması hususuna yer verilmiş,

- 2001-2005 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm pazarlamasına önem verilmiş, turizm alanlarının korunması, turizmin çeşitlendirilmesi, KOBİ'lerin desteklenmesine yoğunlaşmış, rekabet gücünün artırılması, yerel halkın turizm kararlarına katılması, değişen tüketici tercihlerinin dikkate alınması, Turizm Sektörü Ana Planı oluşturulması mevsimlik yoğunlaşmasının azaltılması gibi konulara yer verilmiş,
- 2007-2013 Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm sektörü ülkedeki dengesizlikleri azaltıcı, geri kalmış turizm bölgelerinin geliştirilerek turizmin ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkıda bulunması hedeflenmiştir.

2000-2010 yılları arasında ülkemize gelen turist sayısındaki artış %11,3 iken dünya genelinde bu rakam %3,2'dir. Bunun yanında turizm gelirlerindeki artış ülkemizde %11,2 iken bu oran dünya genelinde %7,1'dir²²³. Bu rakamlar ülkemiz turizminin son on yıldaki gelişiminin dünya turizminde meydana gelen gelişimden daha ileri bir noktada olduğunu apaçık göstermektedir.

²²³ “2023’e Doğru Türkiye Turizminde Yatırım Hamlesi Raporu”, TYD Yatırım Hedefleri sunumu 04.08.2011, http://www.ttyd.org.tr/userfiles/files/TYD%20Yat%C4%B1r%C4%B1m%20Hedefleri%20sunumu-04_08_2011.ppt, (E.T:27.12.2012).

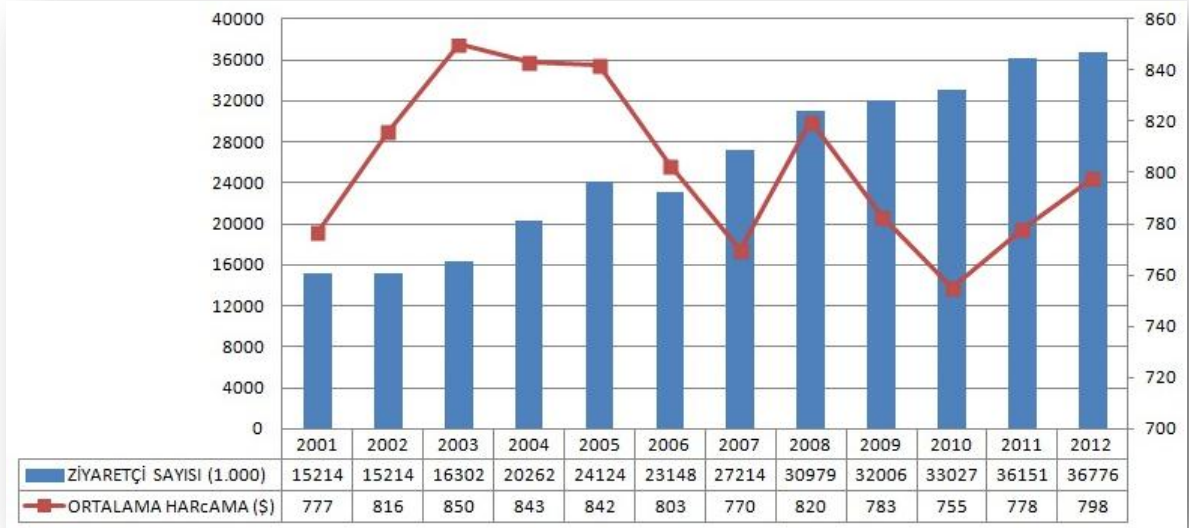
Grafik 4: Ziyaretçi Sayıları İçinde Türkiye'nin Payı



Kaynak: Türkiye Turizm Sektörü Raporu (2010), Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, s.7

Grafik 4’de yıllar itibariyle Türkiye’deki ve dünyadaki turist sayısındaki değişme verilmiştir. Türkiye’deki ziyaretçi sayısı 2005-2006 yılları haricinde bir önceki yıla göre hep artış göstermiştir. Türk turizminin dünya turizmi içindeki payını daha iyi görmemizi sağlayacak Türkiye/Dünya (ziyaretçi sayıları açısından) oranına bıkıldığında Türk turizminin dünya turizmi içerisindeki payının 1990-2008 yılları arasında genel bir yükseliş eğiliminde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Türk turizmi dünya turizm faaliyetleri içerisindeki payı azımsanmayacak düzeye yükselmiştir. Aşağıdaki Grafik 5’de ise yıllar itibariyle ziyaretçi başına yapılan harcamalar verilmiştir. Bu bilgiler incelendiğinde ziyaretçi sayısında 2006 yılındaki azalış haricinde sürekli artış göstermesine rağmen ziyaretçi başına harcamada azalma göze çarpmaktadır. Buna göre ziyaretçi sayısı 2001 yılında 15 milyon 214 bin’den 2012 yılına gelindiğinde yaklaşık iki kat artarak 36 milyon 776 bine ulaşmasına rağmen ziyaretçi başı turizm harcaması 2003 yılında kişi başı 850 dolarla zirveye ulaşmış fakat daha sonraki yıllardaki azalmalarla birlikte ziyaretçi başı harcama 2012 yılında 798 dolara düşmüştür. Turist sayısındaki artış sağlanmasına rağmen turist başı harcamanın azalması dikkat çekici bir durumdur.

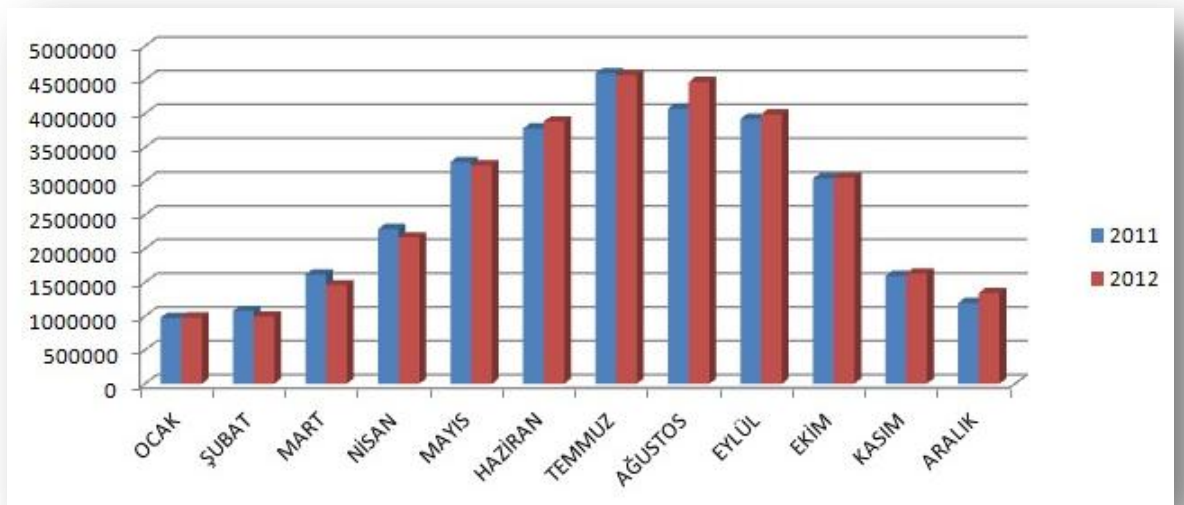
Grafik 5: Ziyaretçi Sayısı ve Ziyaretçi Başına Turizm Gelirleri



Kaynak:TÜİK.

Ülkemize gelen turistlerin aylara dağılımının incelendiği Grafik 6'ya baktığımızda Türk turizminin mevsimsel dalgalanmanın olduğunu söyleyebiliriz.

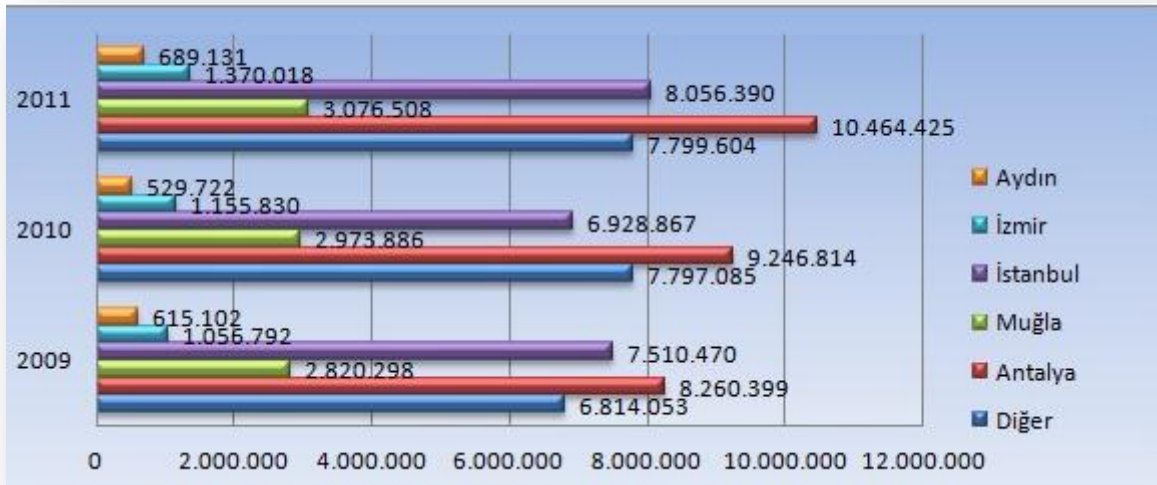
Grafik 6: Aylık Yabancı Ziyaretçi Sayısı



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Yukarıdaki Grafik 6 incelendiğinde turizm faaliyetleri genellikle yaz aylarında yoğunlaştığı açıkça görülmektedir. Bunun nedeni olarak yaz aylarında kıyı kesimindeki turizm faaliyetlerinin yoğunlaşması, okulların tatil olması ve genelde kişilerin yıllık izinlerini bu mevsimde kullanma isteği sayılabilir. Turizm faaliyetlerinin belirli dönemde yoğunlaşmasının getirdiği olumsuz sonuçları daha önce belirtmiştik. Ülkemiz turizminin mevsimsel olarak yaz aylarında yoğunlaşmasından dolayı bu olumsuzlukları yaşayabileceğini söyleyebiliriz.

Grafik 7: Türkiye’ye Gelen Ziyaretçilerin Başlıca Turistik Merkezlere Göre Dağılımı

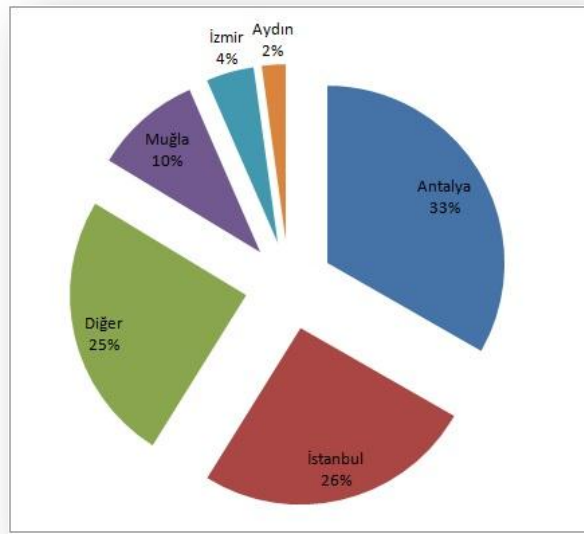


Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Grafik 7 ve Grafik 8 Türkiye’de ziyaretçilerin başlıca merkezlere dağılıma verilmiştir. Bu dağılım incelendiğinde turizm faaliyetlerinin en yoğun olduğu yer Antalya olduğu göze çarpmaktadır. İkinci sırada İstanbul yer almaktadır. Aşağıdaki Grafik 9’da verilen bölgelere göre otel yatak sayısı yukarıdaki Grafik 7 ve Grafik 8’i destekleyici bilgiler vermektedir. Otellerdeki yatak sayısı bir anlamda turizm faaliyetlerindeki yoğunluğu, arz gücünü ifade eder diyebiliriz. Bölge bazında otel yatak kapasitesinde Akdeniz Bölgesi birinci sırada yer almaktadır. Aynı zamanda yapım aşamasında olan tesislerde de bu bölge ilk sırada yer almaktadır. Yukarıdaki Grafik 7’de

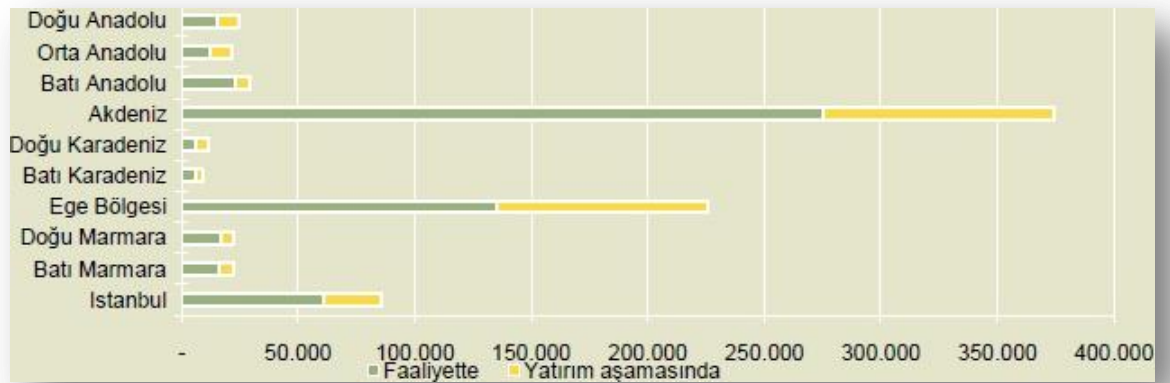
turist sayısı bakımından Antalya ilk sırada yer almıştı. Antalya'nın Akdeniz Bölgesi'nde yer aldığı düşüldüğünde turistik talebin Antalya'da yüksek olduğu bununda turizm yatırımlarının artmasına neden olduğunu söyleyebiliriz. Yani talep yatırımları uyarıcı özellik taşımaktadır.

Grafik 8: Türkiye'ye Gelen Ziyaretçilerin Başlıca Turistik Merkezlere Göre % Dağılımı



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Grafik 9: Bölge Bazında Otel Yatak Kapasitesi



Kaynak: Türkiye Turizm Sektörü Raporu (2010), Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, s.9.

3.1.1.Türkiye’de Turizm Yatırımları

Turizm yatırımların geri dönüşü uzun yıllar alan, sermaye/hasıla oranı yüksek, siyasal, sosyal, doğal ve ekonomik olaylara karşı duyarlılığı fazla olan, riskli aynı zamanda çok yönlü ve dinamik bir hizmetler sektörü olması gibi nedenlerle devletin önemli ölçüde ilgi ve desteğini gerektiğinden devlet tarafından bütün dünyada desteklenen, teşviklerin sürdürüldüğü yatırımlardır²²⁴.

Ülkemiz ekonomisi karma bir yapıda olduğundan dolayı hem kamu hem özel sektör yatırımları beraber yapılmaktadır. Bu durum turizm yatırımlarında da kendini göstermektedir. Buna göre altyapı ve örnek alınacak turistik işletmeleri meydana getirmek kamu yatırımlarıyla, konaklama, yeme-içime, ulaştırma işletmeleri gibi üstyapı yatırımlarını da özel sektör yatırımlarıyla gerçekleştirilmektedir. Turizm yatırımları özel önem taşıyan sektör yatırımları olarak kabul edilmekte olup Yatırım Teşvik Belgesi Yatırımlar, Yatırım İndirimi, KDV İstisnası, Gümrük Vergisi ve Toplu Konut Fonu İstisnası ile Vergi, Resim ve Harç İstisnası desteklerinden yararlanabilmektedir. Fakat turizm yatırım ve işletmeleri ihracatçı olarak sayılmamaktadır. Turizm yatırımları altyapı yatırımları, konaklama tesisleri yatırımları ve diğer hizmet yatırımları olmak üzere üçe ayrılır. Turizm sektörüne yapılan yatırımlar sayesinde arz kapasitesi artmaktadır²²⁵.

Türkiye’de turizm yatırımlarının teşviki açısından devlet tarafından 1985-1991 yıllarında Kaynak Kullanımı Destekleme Primli Dönem, 1991-1992 yılları arasında Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu Kaynaklı Kredi Dönemi, 1992 1994 yılları arasında Fon Kaynaklı Kredi ve 1994-2005 Dönemleri arasında nakit destek verilmiştir. Teşvik Mevzuatı’nın AB mevzuatına uyumu çalışmaları kapsamında, 18.01.2001 tarih ve 24291 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkındaki Karar” kapsamında Çanakkale il sınırlarının güneyi ile İçel il sınırlarının doğusu arasında kalan alan 3 km. derinliğindeki kıyı şeridi ve Nevşehir, Ürgüp ve Avanos ilçe sınırları dışında yapılacak konaklama

²²⁴ Kurban ÜNLÜÖNEN ve Ahmet TAYFUN (2009b), “Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi”, Cilt:8, Sayı:27, ss.14-16.

²²⁵ Kemal Buğra YAMANOĞLU (2010), Turizm Sektör Raporu, Turizm Talebinin Vektör Otoregresif Regresyon ve Mevsimsel Otoregresif Hareketli Ortalama Modeli İle Tahmini, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş Yayını, Anıl Matbaacılık, Ankara, ss.23-28.

tesisleri ve mevcut konaklama tesislerinin modernizasyon yatırımları gibi yatırımlar KOBİ kapsamına alınarak kredi tahsisi yapılması, KOBİ kapsamındaki turizm yatırımlarına, “Kalkınmada Öncelikli Yöreler” başta olmak üzere Yatırım Teşvik Belgeleri ve Fon Kaynaklı Kredi verilmesi öngörülmüştür²²⁶.

Turizm yatırımları ve bu yatırımların sabit yatırımlar içerisindeki payları incelendiğinde turizm yatırımlarının 1972 yılı hariç bir önceki yıla göre hep arttığı görülmektedir. Rakamsal değerlerdeki artışın enflasyondaki artış ve paranın değerindeki azalış gibi çeşitli nedenlerden dolayı tam olarak doğru yorum yapmamıza olanak sağlamayacağı düşüncesiyle toplam sermaye yatırımları içerisinde turizm yatırımlarının payının bize daha doğru yorum yapmamıza olanak sağlayacaktır. Yıllar itibariyle bu oranın dalgalı bir seyir izlediğini söyleyebiliriz. Toplam sermaye yatırımları içerisinde turizm yatırımlarının payları incelendiğinde bu oranın başlangıçta toplamda 0,49 olan pay 2007 yılı itibariyle 0,5’e yükseldiği görülmektedir. 1995 yılında ise 2,5 ile zirve noktasına ulaşmıştır. 1995 yılında bu oranın 2,5’lere kadar yükselmesi bu dönemlerde turizm yatırımlarına önem verildiğinin açık göstergesidir. Daha sonraki yıllarda turizm yatırımlarının sabit yatırımlar içerisindeki payının azaldığı görülmektedir²²⁷.

Turizm yatırımları çerçevesinde 2023 yılı hedeflerini şu şekilde sıralayabiliriz²²⁸:

- Turizmin geliştirilmesi için bir takım tedbirler alınarak sektörün genel olarak ekonomiye katkı sağlaması için bazı teşvikler sağlanacaktır.
- Avrupa Birliği’nin Katılım Öncesi Yardım Aracı (Instrument for Pre accession Assistance -IPA) Programı çerçevesinde turizm sektörüne destek alınması için çalışmalar başlatılacaktır.
- Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme (KOBİ) kapsamına giren turizm konaklama tesisleriyle beraber seyahat acentelerinin de bu destekten yararlandırılmalarını sağlayacak düzenlemeler yapılacaktır.
- Yabancı sermayenin turizm sektöründe ülkemize yatırım yapması sağlanacaktır.

²²⁶ ÜNLÜÖNEN ve TAYFUN (2009), ss.14-16.

²²⁷ Kurban ÜNLÜÖNEN ve Ahmet TAYFUN (2009a), “Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri”, (Ed: Şenol ÇAVUŞ ve Zehra EGE ve Eralp ÇOLAKOĞLU, Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim), Beta Yayıncılık, Ankara, s.22.

²²⁸ Turizm Stratejisi-2023 (2007), Kültür ve Turizm Bakanlığı.

- Turizm yatırımlarının kısa dönemde yenilenmesine yönelik ihtiyaçları giderilecektir.
- Turizm yatırımlarının teşviki süreci kapsamında tanıtım ve pazarlama politikaları geliştirilecektir.
- Kıyıların dışındaki bölgelere de turizm yatırımlarının teşvik edilmesi için turizmin çeşitlendirilmesine, tüm yıla ve yurda yayılmasına imkan veren projeler geliştirilecek.
- Öncelikli turizm türlerine ve gelişmişlik seviyelerine bağlı olarak bölgesel düzeyde sektörel teşvik mekanizmaları geliştirilecektir.

Turizm yatırımlarında yabancı sermayenin önemli faydalarını şu şekilde sıralayabiliriz²²⁹:

- Yabancı sermaye sayesinde sektör riskinin paylaşılması,
- Sektöre batı kültürünün eğitim ve görgü imkanlarının getirmesi,
- İşletmecilik faktörünü getirmesi,
- Pazarlama imkanlarının bünyesinde saklaması.

3.1.2. Türkiye’de Turizmin Ulusal Gelire Etkisi ve GSMH İçindeki Yeri

Turizmin ekonomiye etkilerini ölçülmesinde en önemli kavram turizmin GSMH’deki yeridir. Turizmin GSMH içerisindeki payı küçük olmakla birlikte iç turizm harcamaları ve turizm yatırımları da dikkate alındığında turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri önemlidir. Turizm gelirlerinin ekonomide oluşturduğu etkilerin bir diğer göstergesi katma değer etkisi olup bu etki diğer sektörlerden daha yüksek olduğu için turizm sektörü önemlidir. 1980 yılında yapılan çalışmada turizm çoğaltanı 3.33 olarak bulunmuştur. Çoğaltan katsayısını 4 olarak kabul edersek 1996 yılındaki rakamlara göre 5.962 milyon dolarlık gelir dış turizm gelirlerle 24 milyon dolarlık bir çoğaltan etkisi oluşturmuştur²³⁰.

TÜİK, daha önce 2012 yılında 23 milyar 440 milyon dolar olarak açıklanan turizm gelirini 29 milyar 351 milyon dolar olarak revize etti. Daha önce 2012 yılı için 4

²²⁹ ÜNLÜÖNEN ve TAYFUN ve KILIÇLAR (2009), s.241.

²³⁰ ÖNAL ve DÜZAKIN ve ÇİFTÇİ (2006), ss.49-50.

milyar 51 milyon dolar olarak açıklanan turizm gideri 542 milyon dolar artış kaydederek 4 milyar 593 milyon dolara revize edildi²³¹.

Aşağıdaki Grafik 10 yıllar itibariyle turizm gelirlerinin ve giderlerinin yıllara göre değişimi göstermektedir. Grafik 10 2003-2012 yılları itibariyle turizm gelirleri incelendiğinde 2005-2006, 2008-2009, 2009-2010 yılları haricinde turizm gelirlerinin sürekli arttığı görülmektedir. Turizm giderleri incelendiğinde ise genellikle artmakla birlikte turizm gelirlerinde meydana gelen artışa nispeten bu artışın daha sınırlı olduğunu söyleyebiliriz. Bu grafikten çıkarılacak en büyük sonuç ise turizm gelirlerinin bütün yıllarda turizm giderlerinden fazla olduğudur. Bu durum turizm gelir-gider dengesinin pozitif olduğunu gösterir. Yani daha sonraki bölümde de değineceğimiz gibi ödemeler bilançosuna olumlu yansıyacak şekilde denge olduğunu söyleyebiliriz.

Grafik 10: Turizm Gelir ve Giderlerin Yıllara Göre Dağılımı (Revize Edilmiş Rakamlarla)



Kaynak: TÜİK.

Turizmin ülke ekonomisindeki yerini en güzel turizm gelirlerinin gayri safi milli hasıla içindeki payı vermektedir. Ülkemiz ekonomisindeki bu durumu Tablo 9’da

²³¹ “Turizm Geliri 6 Milyar Dolar Arttı”, <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2013/02/14/turizm-geliri-6-milyar-dolar-artti>, (E.T: 14.02.2013).

gösterilmiştir. Buna göre planlama döneminin ilk yılı olan 1963 yılında turizm gelirlerinin gayri safi milli hasıla içindeki payı %0,1 iken 2010 yılında bu oran %2,8'e yükselmiştir. Turizm gelirlerinin gayri safi milli hasıladaki payı sıfır virgüllü sayılardan %7'li rakamlara yükselmesi bize turizmin ekonomideki giderek artan önemini göstermektedir. 2001 ve 2002 yıllarında bu oran tavan yaparak %7 seviyelerine kadar yükselmiştir. Bu yıllar Türkiye'deki ekonomik krizin en derin olduğu yıllar olduğu düşünüldüğünde ülkemiz ekonomisinin krizden çıkmasında turizmden elde edilen gelirler çok önemli bir rol oynadığını rahatlıkla söyleyebiliriz. Çünkü kriz dönemlerinde ülke ekonomileri yeniden kalkınma hızı yakalayabilmeleri için döviz gelirlerine ihtiyaç duymaktadır. Turizm ihtiyaç duyulan bu döviz gelirlerini bu dönemde ülkemize kazandırmıştır. Turizm bu nedenle Türkiye'nin bu dönemde krizden çıkmasında katkı sağlamıştır. Bu durum turizmin ülkemiz ekonomisindeki önemini ortaya koymaktadır. Turizm gelirlerinin gayri safi milli hasıladaki payı 2012 yılı itibariyle 3,7 olarak gerçekleştirmiştir.

Tablo 9: Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla İçindeki Payı (Cari Alıcı Fiyatlarıyla)

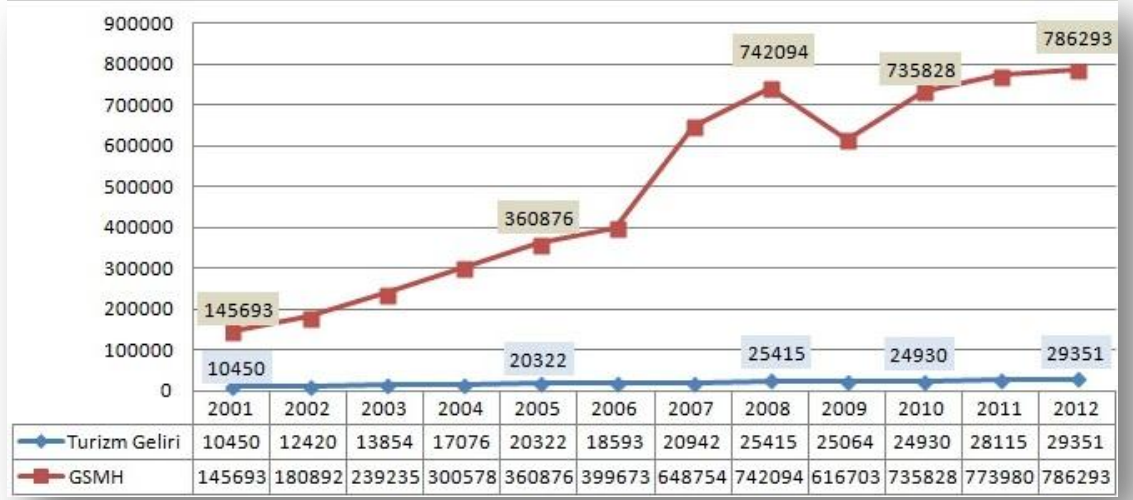
Planlar	Yıllar	Gayrisafi Milli Hasıla		Gelir	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı
		Milyon TL.	Milyon \$	Milyon \$	(%)
1. Beş Yıllık Plan	1963	66.801,40	7.422,40	7,7	0,1
	1964	71.312,80	7.923,60	8,3	0,1
	1965	76.726,30	8.525,10	13,8	0,2
	1966	91.419,00	10.157,70	12,1	0,1
	1967	101.480,60	11.275,60	13,2	0,1
2. Beş Yıllık Plan	1968	163.892,70	12.499,30	24,1	0,2
	1969	183.356,20	13.877,00	36,6	0,3
	1970	207.814,80	9.951,30	51,6	0,5
	1971	261.072,60	12.969,90	62,9	1
	1972	314.139,60	17.200,70	103,7	1
3.Beş Yıllık Plan	1973	399.089	22.130,70	171,5	1
	1974	537.678	30.507,00	193,7	1
	1975	690.901	37.598,00	200,9	1
	1976	868.066	41.283,50	180,5	0
	1977	1.108.271	49.177,10	204,9	0
1978 Programı	1978	1.645.969	53.690,70	230,4	0
4.Beş Yıllık Plan	1979	2.876.523	52.962,20	280,7	1
	1980	5.303.010	57.198,30	326,7	1
	1981	8.022.745	46.087,20	381,3	1
	1982	10.611.859	52.853,00	370,3	1
	1983	13.933.008	50.153,50	411,1	1
1984 Programı	1984	22.167.740	48.986,50	840	2
5. Beş Yıllık Plan	1985	35.350.318	52.598	1.482,00	3
	1986	51.184.759	75.173	1.215,00	2
	1987	75.019.388	85.979	1.721,10	2
	1988	129.175.104	90.460	2.355,30	3
	1989	230.369.937	107.544	2.556,50	2
6 . B	1990	397.177.547	150.758	3.225,00	2

	1991	634.392.841	150.168	2.654,00	2
	1992	1.103.604.909	158.122	3.639,00	2
	1993	1.997.322.597	178.715	3.959,00	2
	1994	3.887.902.917	132.302	4.321,00	3
1995 programı	1995	7.854.887.167	170.081	4.957,00	3
7.Beş Yıllık Plan	1996	14.978.067.283	183.601	5.962,10	3
	1997	29.393.262.147	192.383	8.088,50	4
	1998	53.518.331.580	206.552	7.808,90	4
	1999	78.282.966.809	185.267	5.203,00	3
	2000	125.596.128.755	200.002	7.636,00	4
8.Beş Yıllık Plan	2001	176.483.953.021	145.693	10.450.728	7,2
	2002	273.463.167.796	180.892	12.420.519	6,9
	2003	356.680.888.000	239.235	13.854.868	5,8
	2004	430.511.476.967	300.578	17.076.609	5,7
	2005 (Milyon TL)	486.401.032.274	360.876	20.322.111	5,6
2006 programı	2006(Milyon TL)	575.783.962.136	399.673	18.593.950	4,7
9.Beş Yıllık Plan	2007	843 178,0	648 754,0	20.942.501	3,2
	2008	950 534,0	742 094,0	25.415.067	3,4
	2009	952 559,0	616 703,0	25.064.481	4,1
	2010	1 105 101,0	735 828,0	24.930.996	3,4
	2011	1297713	773980	28.115.694	3,6
	2012	1416817	786293	29.351.446	3,7

*2001 yılından sonraki turizm gelir ve gider verileri TÜİK tarafından revize edilen güncel rakamlardır.

Kaynak: Kurban ÜNLÜÖNEN ve Ahmet TAYFUN (2009a), Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, (Ed: Şenol ÇAVUŞ ve Zehra EGE ve Eralp ÇOLAKOĞLU, “Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim”), Beta Yayıncılık, Ankara, s.28; Kültür ve Turizm Bakanlığı; TÜİK <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13471> (E.T:23.04.2013).

Grafik 11: Yıllara Göre GSMH ve Turizm Gelirleri (Dolar)



Kaynak: TÜİK.

Grafik 11’deki yıllara göre GSMH ve turizm gelirleri incelendiğinde GSMH’nın 2009 yılı haricinde sürekli bir artış içerisinde olduğu görülmektedir. Turizm gelirleri incelendiğinde ise 2006, 2009, 2010 yılları haricinde artış gösterdiği görülmektedir. Grafik 12’de yıllara göre turizmin GSMH içindeki payının genel itibariyle bir düşüş içerisinde olduğu görülmektedir.

Grafik 12: Yıllara Göre Turizmin GSMH İçindeki Payı



Kaynak: TÜİK.

Tablo 10: Turizm Gelirlerinin Yabancı ve Vatandaş Ayrımı Çerçevesinde Dağılımı

Yıllar	Toplam			Yabancı			Vatandaş		
	Turizm Geliri (1000 \$)	Ziyaretçi Sayısı	Ortalama Harcama (\$)	Turizm geliri (1000 \$)	Ziyaretçi Sayısı	Ortalama Harcama (\$)	Turizm geliri (1000 \$)	Ziyaretçi Sayısı	Ortalama Harcama (\$)
2001	10 067 155	13 450 121	748	7 386 246	11 276 532	655	2 680 908	2 173 589	1 233
2002	11 900 925	15 214 516	782	9 009 677	12 921 981	697	2 891 247	2 292 535	1 261
2003	13 203 144	16 302 050	810	9 676 623	13 701 418	706	3 526 520	2 600 632	1 356
2004	15 887 699	20 262 640	784	12 124 059	17 202 996	705	3 763 639	3 059 644	1 230
2005	18 153 504	24 124 501	752	13 929 300	20 522 621	679	4 224 203	3 601 880	1 173
2006	16 850 947	23 148 669	728	12 556 829	19 275 948	651	4 294 117	3 872 721	1 109
2007	18 487 008	27 214 988	679	13 989 952	23 017 081	608	4 497 055	4 197 907	1 071
2008	21 950 807	30 979 979	709	16 801 618	26 431 124	636	5 149 189	4 548 855	1 132
2009	21 249 334	32 006 149	664	15 853 074	27 347 977	580	5 396 260	4 658 172	1 158
2010	20 806 708	33 027 943	630	15 577 357	28 510 852	546	5 229 352	4 517 091	1 158
2011	23 020 392	36 151 328	637	17 798 000	31 456 076	562	5 222 000	4 826 000	1082

Kaynak: TÜİK.

3.1.3.Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesi ve İhracata Etkisi

Türkiye’nin ödemler bilançosunu olumsuz yönde etkileyen en önemli kalemleri dış ticaret hesabı ve dış borç anapara ve faiz ödemeleri olarak sayabiliriz. Son yıllarda gerek ihracatın artması gerekse turizm gibi görünmeyen kalemlerdeki artış sonucu dış ödemeler bilançosunda kısmi düzelme meydana gelmiştir. Bu düzelmenin devamı için görünmeyen kalemlerin içinde bulunan turizmin gibi kalemlerin geliştirilmesi önem arz etmektedir²³². Dış ödemeler açığının kronik bir hal alan ülkemizde bu açık turizm ve işçi dövizleriyle kısmen finanse edildiği söylenebilir. Turizm, az dışalım gerektiren ve kısa zamanda döviz girişi sağlayan, geliri, istihdamı, verimliliği artıran önemli bir ekonomik faaliyettir. Bu sebeple Türkiye turizm sektöründen olabildiğince yararlanması gerekmektedir²³³.

Önceki bölümlerde turizm gelir ve giderlerin yıllara göre dağılımını gösteren Grafik 10 incelendiğinde turizmden turistik faaliyetler sonucu elde edilen gelirlerin turistik faaliyetler sonucu yapılan giderlerden çok daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum turizm gelir-gider dengesinin pozitif olduğunu göstermektedir. Bu durum Türkiye’nin ödemeler bilançosuna etkisinin pozitif yönde olduğunun göstergesidir.

Tablo 11 incelendiğinde turizmin dış ticaret açığını kapatmada payı 1996 yılında %27,7 iken 2010 yılında 34,1 olarak meydana gelmiştir. Bu rakam dış ticaret açığının üçte birinden fazlasını turizm gelirlerinin kapattığını göstermektedir. 2001 yılında ise dış ticaret açığından daha fazla turizm geliri elde ettiğimiz görülmektedir. Bu durum turizmin Türkiye ekonomisindeki yerinin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Dış ticaret açığının kapatılmasında turizm gelirlerinin çok önemli bir araç olduğu aşağıdaki Tablo 11’de çok açık şekilde görülmektedir.

²³² ÖNAL ve DÜZAKIN ve ÇİFTÇİ (2006), ss.52.

²³³ YAMANOĞLU (2010), s.39.

Tablo 11: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarına Oranı

Yıl	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	Turizm Geliri	Turizm Gelirinin DTA'ya Oranı (%)
1996	20.402	5650	27,7
1997	22.298	6208	27,8
1998	18.947	7177	37,9
1999	14.100	5203	36,9
2000	27.178	7636	28,1
2001	10.065	10450	103,8
2002	15.495	12420	80,2
2003	22.087	13854	62,7
2004	34.373	17076	49,7
2005	43.298	20322	46,9
2006	54.041	18593	34,4
2007	62.791	20942	33,4
2008	69.936	25415	36,3
2009	38.785	25064	64,6
2010	71.563	24930	34,8
2011	105.935	28115	26,5
2012	84.008	29351	34,9

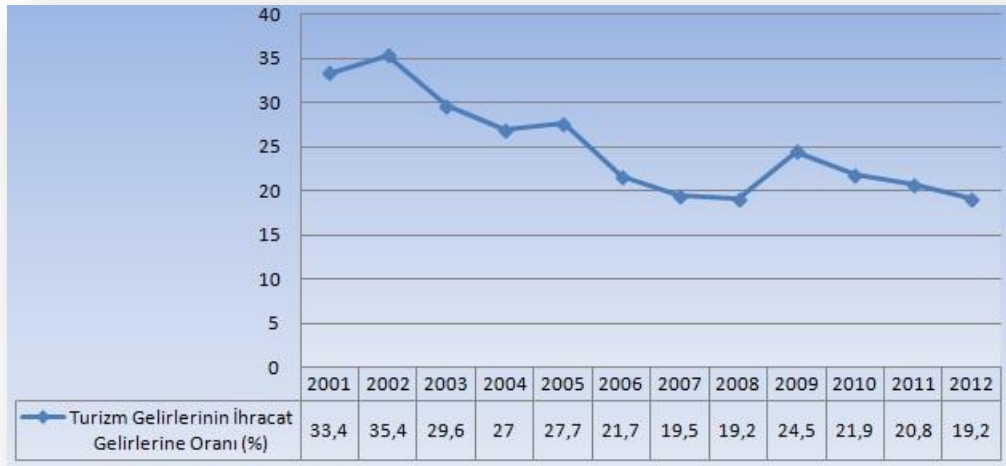
*2001 yılından sonraki turizm gelir ve gider verileri TÜİK tarafından revize edilen güncel rakamlardır.

Kaynak: TURSAB, http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi_916.html, (E.T:20.12.2012); TÜİK.

Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı yıllar itibariyle gösteren Grafik 13 incelendiğinde turizm gelirlerinin ihracat içerisinde payının 2001 yılında %33,4 iken genel bir düşüş eğilimiyle %19,2'ye kadar düşmüştür. Turizm giderlerinin ithalattaki yerini yıllar itibariyle gösteren Grafik 14 incelendiğinde turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı 2001 yılında %4,1 iken 2008 yılına kadar çok büyük bir düşüş yaşayarak %1,7 'ya kadar düştüğü görülmektedir. Daha sonraki yıllardaki artışla 2010 yılında 2,6'ya çıktığı görülmektedir. Bu grafiklerden çıkacak en büyük sonuç turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içerisindeki payı turizmin ithalat giderlerindeki payından kıyaslanamayacak kadar yüksektir. Yani ödemeler dengesini olumlu etkileyen ihracat gelirleri içerisinde turizm payı yüksekken ödemeler dengesini olumsuz etkileyen ithalat giderlerinin içindeki turizmin payının düşük olması turizmin ödemeler dengesinde açık yapmadığını, turizm gelirlerinin ödemeler dengesini düzenlediğini rahatlıkla

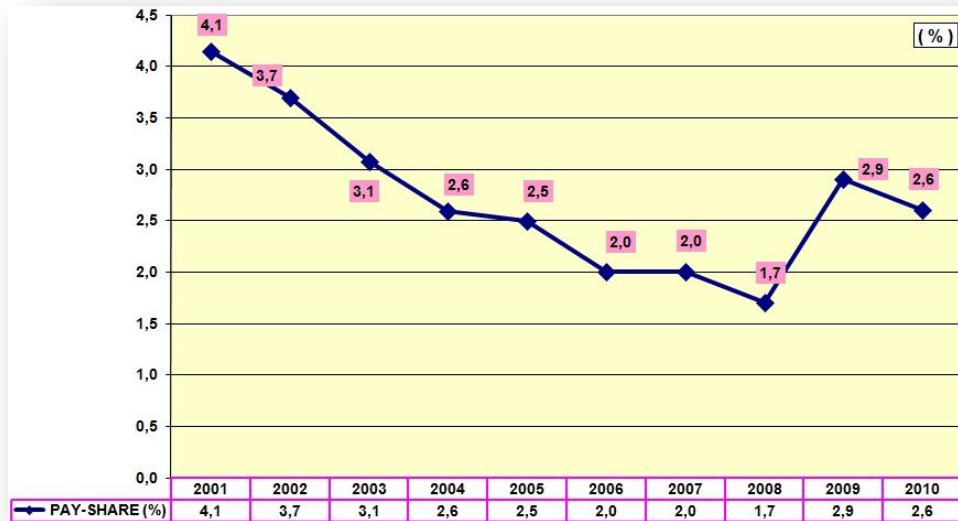
söyleyebiliriz. Bu durum Türkiye’de turizmin ödemeler dengesi üzerinde tartışılmaz şekilde olumlu bir etki yaptığını ortaya koymaktadır.

Grafik 13: Turizmin İhracat Gelirlerine Oranı



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı; TÜİK.

Grafik 14: Turizmin İthalat Giderlerine Oranı



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Grafik 15 incelendiğinde turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payı 2003-2012 yılları itibariyle durumu verilmiştir. Bu grafiğe göre turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payının dalgalı bir seyir izlemektedir. Turizm gelirlerinin genel olarak artış eğiliminde olmasına rağmen turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payı 2008, 2009 yılları hariç azalma eğilimi göstermektedir. Buna rağmen turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapamada çok önemli bir rol oynadığı görülmektedir.

Grafik 15: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarına Oranı



Kaynak: TÜİK.

Tablo 12:Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı

YILLAR	İHRACAT	TURİZM GELİRLERİ	TURİZM GELİRLERİNİN İHRACAT GELİRLERİNE ORANI (%)
1966	490	12,1	2,5
1967	523	13,2	2,5
1968	496	24,1	4,9
1969	537	36,6	6,8
1970	588	51,6	8,8
1971	677	62,9	9,3
1972	835	103,7	12,4
1973	1 317,1	171,5	13
1974	1 532,2	193,7	12,6
1975	1 401,1	200,9	14,3
1976	1 960,0	180,5	9,2
1977	1 753,0	204,9	11,7
1978	2 288,0	230,4	10,1
1979	2 261,2	280,7	12,4
1980	2 910,1	326,7	11,2
1981	4 702,9	381,3	8,1
1982	5 746,0	370,3	6,4
1983	5 727,8	411,1	7,2
1984	7 133,6	840	11,8
1985	7 958,0	1 482,0	18,6
1986	7 456,7	1 215,0	16,3
1987	10 190,0	1 721,1	16,9
1988	11 662,0	2 355,3	20,2
1989	11 624,7	2 556,5	22
1990	12 959,3	3 225,0	24,9
1991	13 593,5	2 654,0	19,5
1992	14 714,6	3 639,0	24,7
1993	15 345,1	3 959,0	25,8
1994	18 105,9	4 321,0	23,9
1995	21 637,0	4 957,0	22,9
1996	23 225,5	5 962,1	25,7
1997	26 261,1	8 088,5	30,8
1998	26 974,0	7 808,9	28,9
1999	26 587,2	5 203,0	19,6
2000	27 774,9	7 636,0	27,5

2001	31 334,2	10450	33,4
2002	35 081,1	12420	35,4
2003	46 877,6	13854	29,6
2004	63 167,0	17076	27,0
2005	73 476,4	20322	27,7
2006	85 534,7	18593	21,7
2007	107271,8	20942	19,5
2008	132027,2	25415	19,2
2009	102142,6	25064	24,5
2010	113979,5	24930	21,9
2011	134907	28115	20,8
2012	152537	29351	19,2

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı; T  K.

Tablo 12’deki turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı incelendiğinde daha öncede belirttiğimiz turizm gelirlerinin  demeler dengesine olumlu etki yaptığı yorumunu desteklemektedir. Bu tabloya göre 1966 yılında turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içerisindeki payı 2,5 iken bu oran yıllar itibariyle genel bir artış eğilimi göstermektedir. 2012 yılında bu oran 19,2 olarak gerçekleşmiştir. İhracat gelirlerinin artması  demeler dengesini olumlu etkilediğini düşündüğümüzde turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içerisindeki payı ne kadar çok ise turizmin  demeler dengesine etkisi o kadar çok olacaktır diyebiliriz. Tablo 11 ve Tablo 12’deki rakamlar göz önünde bulundurduğumuzda Türkiye için turizm gelirlerinin  demeler dengesini kapatmada çok önemli rol oynamaktadır. Ayrıca Tablo 13’e baktığımızda turizm gelirlerinin turizm giderlerinden yıllar itibariyle birkaç yıl hariç fazla olduğu görülmektedir. Bu rakamlar turizmin gelir gider dengesinin pozitif olduğunu göstermektedir. 2012 yılı itibariyle turizmin  demeler dengesine net etkisinin yaklaşık 24 milyon 758 bin dolar olduğu görülmektedir. Kısaca turizm gelirleri net olarak dış ticaret açığını 24 milyon 758 bin dolar azaltmaktadır. Bu rakam ise dış ticaret açığını kapatmada yaklaşık olarak %35 gibi büyük bir oranda turizm gelirlerinin kullanıldığını göstermektedir.

Tablo 13:Turizm Gelir - Gider Dengesi

YILLAR	GELİR	GİDER	DENGE
1964	8 317	21 807	- 13 490
1965	13 758	24 310	- 10 552
1966	12 134	26 329	- 14 195
1967	13 219	26 813	- 13 594
1968	24 082	33 409	- 9 327
1969	36 573	42 231	- 5 658
1970	51 597	47 738	3 859
1971	62 857	42 192	20 665
1972	103 731	59 320	44 411
1973	171 477	93 013	78 464
1974	193 684	151 797	41 887
1975	200 861	154 954	45 907
1976	180 456	207 893	- 27 437
1977	204 877	268 528	- 63 651
1978	230 398	102 476	127 922
1979	280 727	95 070	185 657
1980	326 654	114 738	211 916
1981	381 268	103 313	277 955
1982	370 320	108 919	261 401
1983	411 088	127 337	283 751
1984	840 000	276 806	563 194
1985	1 482 000	323 600	1 158 400
1986	1 215 000	313 570	901 430
1987	1 721 117	447 739	1 273 378
1988	2 355 295	357 966	1 997 329
1989	2 556 529	565 000	1 991 529
1990	3 225 000	520 000	2 705 000
1991	2 654 000	592 000	2 062 000
1992	3 639 000	776 000	2 863 000
1993	3 959 000	934 000	3 025 000
1994	4 321 000	866 000	3 455 000
1995	4 957 000	912 000	4 045 000
1996	5 962 100	1 265000	4 697 100
1997	8 088 549	1 716000	6 372 549
1998	7 808 940	1 753900	6 055 040
1999	5 203 000	1 471000	3 732 000
2000	7 636 000	1 711000	5 925 000
2001	10.450.728	1738000	8.712.728
2002	12.420.519	1880000	10.540.519

2003	13.854.868	2.424.827	11.430.041
2004	17.076.609	2.954.459	14.122.151
2005	20.322.111	3.394.602	16.927.509
2006	18.593.950	3.270.947	15.323.003
2007	20.942.501	4.043.283	16.899.218
2008	25.415.067	4.266.197	21.148.871
2009	25.064.481	5.090.440	19.974.041
2010	24.930.996	5.874.520	19.056.476
2011	28.115.694	5.531.486	22.584.208
2012	29.351.446	4.593.390	24.758.056

***2001 yılından sonraki turizm gelir ve gider verileri TÜİK tarafından revize edilen güncel rakamlardır.**

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı; TÜİK.

3.1.4. Türkiye’de Turizmin İstihdama Etkisi

Türkiye’de turizm sektörünün istihdama ait özelliklerini kısaca şöyle sıralayabiliriz²³⁴:

- Turizmin mevsimlik karakterinden dolayı; turizm işletmelerinde daimi personelin yanında mevsimlik personeline istihdam edilmesi, eksik istihdam şartlarının geçerli olması, mevsimlik özellikten dolayı istihdamda aşırı dalgalanma, turizm işletmeleri arasında işgücü mobilitesinin yüksek olması, turizm döneminde istihdamın artarken dönem dışında istihdamın azalmasından dolayı sosyal maliyet oluşturması gibi özellikler taşır.
- Turizm sektörü yarı kalifiye ve niteliksiz eleman istihdamına olanak tanır.
- Turistik işletmelerin boyutu istihdam edilecek personel sayısını doğrudan etkiler.
- Aile işletmelerinin fazlalığından dolayı kadın, çocuk ve yaşlı personel istihdamı diğer sektörlerle göre fazladır.
- Turizmde istihdam edilen personelin eğitime tabi tutulmuş personel oranı düşüktür.
- Uzun çalışma saatleri, hafta sonu ve boş zamanlardaki yoğun çalışma saatlerinden dolayı çalışanların büyük baskı altında olmasından dolayı sosyal bakımdan bazı zorluklar doğurmaktadır.

²³⁴ ÖNAL ve DÜZAKIN ve ÇİFTÇİ (2006), ss.55-56.

- Turizm işletmelerinde küçük işletmelerin yaygın olmasından dolayı işyeri değiştirmelere sık rastlanmaktadır. Sendikalaşma olgusu yaygınlaşmamıştır.
- Turizm sektörünün belkemiğini oluşturan konaklama tesisleri doğrudan istihdamın kaynağı olup konaklama tesislerinin artması doğrudan istihdamı sayısını da artırmaktadır.

Aşağıdaki Grafik 16 yıllar itibariyle Türkiye’de turizmin istihdama katkısı gösterilmiştir. Bu grafikte turizm gelirlerinin GSYİH üzerindeki direk ve dolaylı etkisinin ile turizmin istihdam üzerindeki dolaylı ve doğrudan etkisi bir arada gösterilmiştir. Buna göre turizm gelirlerinin GSYİH üzerindeki etkisinin giderek arttığı görülmekle birlikte turizmdeki istihdamında daha az arttığı görülmektedir. 2014 yılıyla ilgili tahmini rakamlarda ise istihdamın bundan önceki artış seyrinden daha yüksek bir artış seviyesinin yakalanacağı görülmektedir. Buradan çıkarılacak en önemli sonuç turizmdeki gelişmelerin istihdama olumlu yansıtacağından dolayı turizmin gelişmesinin bir nebze olsa işsizliğe çözüm olacağıdır. Özellikle reel sektörün gelişmediği geri kalmış bölgelerde oluşturulacak turizm bölgeleri sayesinde işsizliğin yoğun olduğu bu bölgeler için istihdam alanı oluşturacaktır.

Grafik 16: Yıllar İtibariyle Türkiye’de Turizmin İstihdam’a Katkısı



Kaynak: Türkiye Turizm Sektörü Raporu (2010), Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, s.6.

Tablo 14: Dünya Geneli ve Türkiye Turizm Sektörü İstihdam Verileri

Yıllar	Türkiye				Dünya			
	Doğrudan		Toplam İstihdam		Doğrudan		Toplam İstihdam	
	(000 kişi)	%	(000 kişi)	%	İstihdam	%	(000 kişi)	Dolaylı)
2004	521,5	2,4	1853,7	8,5	94246,3	3,3	254790	9,5
2005	474	2,1	1794,2	8,1	95307,4	3,5	256508	9,4
2006	495,4	2,2	1747,3	7,9	98473,9	3,5	263553	9,5
2007	441,4	2,1	1710,3	8,2	97794	3,4	271805	9,6
2008	461,1	2,1	1756	8,3	97527,6	3,4	260838	9,1
2009	459,1	2,1	1773,5	8,3	95260,1	3,3	252720	8,8
2010	477,3	2,1	1833,9	8,1	96130,5	3,3	250565	8,6
2021*	658	2,5	2216	8,3	120427	3,6	323826	9,7

*Tahmini rakamlardır.

Kaynak: Kurban ÜNLÜÖNEN ve Salih Zeki SAHİN (2011), Turizmde İstihdam, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10 Sayı:37, s.6

Yukarıdaki Tablo 14 yıllar itibariyle dünya genelinde ve Türkiye’de doğrudan istihdam miktarları ve toplam istihdam içerisinde payları verilmiştir. Bu veriler turizm sektörü içindeki doğrudan istihdam rakamlarıdır. 2004-2010 yılları arasında yatay bir seyir izlediği söylenebilir. Bunun yanında dünyadaki oranların gerisinde kaldığı görülmektedir. Turizm zenginliği olan bir ülke için bu rakamların daha da artırılmasının mümkün olabileceğini en azından dünya ortalamasını yakalayabileceğimizi düşünürsek turizmin ileriki dönemlerde işsizlik konusunda ülkemiz ekonomisine daha fazla katkı sağlayabileceğini söyleyebiliriz.

3.1.5.Türkiye’de Turizm Sektörünün SWOT Analizi

SWOT Analizi; dört İngilizce kelime, Strengths (Avantajlar), Weaknesses (Dezavantajlar), Opportunities (Fırsatlar) ve Threats (Tehditler) kelimelerinin baş harflerinden meydana gelen ve işletmenin güçlü-zayıf yönlerini bunlara karşı olduğu fırsat tehditleri analiz ederek gelecek için stratejiler geliştirmeyi ifade eden kavramdır. SWOT analizi pazarlamanın içinde bulunduğu durumun incelenmesi ve durum ile ilgili

sistematik bir çerçeve ortaya konmasıdır²³⁵. Buna göre Türkiye’de turizmin SWOT analizini şu şekilde yapabiliriz²³⁶:

Strengths (Güçlü Noktalar)

- Mükemmel bir kıyı şeridi, çok sayıda doğal güzellik, eşsiz tarihi mekanlar, arkeolojik öneme sahip turistik yerlerin varlığı ve Türkiye’nin ılıman iklime sahip bölgelerinin olması,
- Konaklama sektöründeki geniş bilgi birikiminin varlığı,
- İyi eğitilmiş işgücünün varlığı,
- Güçlü devlet desteğinin varlığı.

Weaknesses (Zayıf Noktalar)

- Ortalama fiyatların komşu ülkelere kıyasla daha düşük seviyede olması ve piyasadaki çok sayıda firmalar arasındaki fiyat rekabetinin yaşanması,
- Artan girdi maliyetleri,
- Sektördeki nispeten küçük ölçekli şirketlerde rastlanan kayıt dışı işlemler ve vergi kayıplarının varlığı,

Opportunities (Fırsatlar)

- Kıyı turizmine ek olarak, sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi ve yat turizmi gibi çeşitli turizm türlerinde henüz değerlendirilmemiş bir potansiyel bulunması,
- Genç ve donanımlı iş gücünün mevcut bulunması,
- Havacılık sektöründe artan liberalleşme,
- İstanbul’un 2010 Avrupa Kültür Başkenti olması.

²³⁵ Murat YEŞİLTAS ve Hüseyin ÇEKEN ve İlker ÖZTÜRK (2009), “Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi”, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl:2, Sayı:3, s.252.

²³⁶ Türkiye Turizm Sektörü Raporu (2010), Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, s.13.

Threats (Tehditler)

- TL'nin diğer para birimlerine karşı değer kazanması,
- Alkolden alınan Özel Tüketim Vergisi'nin yüksek seviyede olması,
- Günlük konaklama ücretlerinden %3 oranında vergi alınması.

3.2.TÜRKİYE'DEKİ TURİZM KÜMELENMESİ ÖRNEKLERİ

Türkiye özellikle 1980 yılları sonrası ihracata dayalı kalkınma modeli ve sanayileşme stratejisini benimsemiştir. Bu nedenle Türkiye'de uluslararası rekabet gücümüzün artırılması için yüksek teknolojiye, AR-GE ve yenilikçi kaynağı yenilikçiliğe dayanan verimliliğe, sermaye ve bilgi yoğun üretim yapının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Kalkınma için sadece ihracata dayalı kalkınma stratejisinde yeterli olmayacağından dolayı bunun yanında verimliliğin gerçekleştirilmesi kalkınmaya çok yardımcı olacaktır. Maksimum verim miktarına yaklaştıkça hem ihracat rakamları artacak hem de ücretler yükselecektir. Ulaşmak istediğimiz sonuç ülkemizdeki üretilen ürünlerin kalitesinin ve verimliliğinin artırılmadan istenilen kalkınma seviyesine çıkmanın zorluğudur²³⁷.

Türkiye'de uluslararası rekabette avantaj sağlama üzerine gerçekleştirilen özel ve kamunun yaptığı çalışmalar henüz 10 yıllık bir geçmişe dayanmaktadır. Bu yapılan çalışmaların sadece son beş yıldır daha gerçekçi bir şekilde ortaya konduğunu söyleyebiliriz. Türkiye'de ilk kez gündeme gelen rekabet avantajı elde etme gerekliliği 1999 yılında Competitive Advantage of Turkey (CAT), Türkiye'nin Rekabet Avantajı Projesi ile başlamış olup 2004 yılında bu proje kurumsallaştırılarak Uluslararası Rekabet Avantajları Kurumu'nun (URAK) kurulmasıyla bu konu gerçek ilgiyi görebilmiştir²³⁸. CAT ekibi kümelenme modelini bölgesel kalkınmada kullanmak için Harvard Üniversitesi İşletme Bölümü akademisyenlerinden olan ve kümelenme modelini geliştiren Prof. Michael Porter'ın ekibinden çeşitli eğitimler almıştır. Porter'ın asistanı olan Dr. Asya Rudkovskaya'nın liderliğinde 1999 senesinde çalışmalara

²³⁷ Nail Fatih KÖK (2010), "Bölgesel Kalkınma Turizm İlişkisinde Kümelenmenin Rolü: Kavramsal Bir Analiz", Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara, ss.72-74.

²³⁸ KUŞAT (2010),ss.132-133.

başlamıştır. CAT ekibi yaptığı araştırmalar sonucunda Türkiye’de turizm sektörünü uluslararası rekabet edebilir bir sektör olarak belirleyerek turizm kümelenmesini pilot çalışma olmasına karar vermiş daha sonra da ilk kümelenme çalışması olarak Sultanahmet bölgesinde kümelenme çalışmaları başlatılmıştır. Bu proje 2000 yılında başlayarak 2005 yılına kadar devam etmiştir²³⁹.

URAK tarafından Sultanahmet Bölgesi Turizm Sektörü Kümelenme Geliştirme Çalışması, Bartın İli Rekabetçilik Analizi ve Kümelenme Analizi Projesi, OSTİM OSB Rekabetçilik ve Kümelenme Analizi gibi kümelenme çalışmaları yapılmıştır. Bunun yanında Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ve GAP-GİDEM tarafından Adıyaman İli Hazır Giyim Sektörü Kümelenme Analizi ve Küme Geliştirme Çalışması, Şanlıurfa İli Organik Tarım Sektörü Kümelenme Analizi Çalışması ve Diyarbakır İli Mermercilik Kümelenme Analizi Çalışması; İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilen İstanbul Metropolitan Alanı Sanayi ve Hizmet Sektörü rekabetçilik ve Kümelenme Analizi; Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından sürdürülmekte olan Türkiye Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi; İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçısı Birlikleri (İTKİB) tarafından sürdürülen Türkiye’de Moda ve Tekstil iş Kümesi oluşturma Projesi; Konya Sanayi Odası tarafından patronajlığında yürütülen kümelenme çalışmaları; Elazığ İl Valiliği ve Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası (ETSO) tarafından organize edilen Kümelenme Temelli Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi; KOSGEB Tekirdağ İşletme Geliştirme Müdürlüğü, Tekirdağ, Çorlu, Çerkezköy, Malkara Ticaret ve Sanayi Odaları ve Tekirdağ İl Valiliği işbirliği neticesinde yürütülen Kümelenme Temelli Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi Türkiye’de yürütülen kümelenme projeleridir²⁴⁰.

Türkiye’de Kümelenme Çalışmaları Kronolojisine bakmak gerekirse aşağıdaki önemli unsurlar göze çarpmaktadır²⁴¹:

- Porter kümeler konusundaki ünlü makalesini 1998 de yayınladı.

²³⁹ Melih BULU ve Ayça CANGEL ve Nurdoğan ŞENGÜLER (2007), “Turizm Sektöründe Kümelenme Geliştirme Örneği Sultanahmet Bölgesi Turizm Kümelenmesi”, (Ed: Melih BULU ve İ.Hakkı ERASLAN, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejik ve Uygulamalar),URAK, İstanbul, s.977.

²⁴⁰ KUŞAT (2010),ss.132-133.

²⁴¹“Kümelenme Kavramı ve Sektörel Yaklaşımlar”, http://ref.advancity.net/tr/dokumanlar/m_bulut.pdf, (E.T:22.02.2011).

- Türkiye Ofisi 1999'da CAT olarak çalışmalarına başladı.
- İş dünyası, devlet kuruluşları, akademisyenlerin ve medyanın desteği kazanıldı.
- Türkiye'nin ulusal ekonomik performansı ve iş ortamı analizi tamamlandı.
- Türkiye'nin rekabet gücü yüksek endüstrileri belirlendi ve bu alanlarda küme çalışmalarına başlandı.
- 2001 yılında Sultanahmet pilot çalışması başarı ile sonuçlandı.
- Y.lisans ve doktora tezleri yazılmaya başlandı, dergilere makaleler hazırlandı, TV programları yapıldı.
- Türkiye'de bağımsız kurumsallaşmaya gidilmesine karar verildi ve bu bağlamda URAK kuruldu.
- KOSGEB, DPT ve Hazine Müsteşarlığı ile ortak Bartın Yerel Kalkınma Projesi başlatıldı. (2003)
- İstanbul kümelenme envanter çalışmasına başlandı.

Türkiye ekonomisi açısından kümelenme stratejisinin SWOT analizini aşağıdaki şekilde yapabiliriz²⁴²:

Strengths (Güçlü Noktalar)

- 1- Türkiye ekonomisinde KOBİ'lerin önemli bir yer tutması ve kümelenme açısından da KOBİ'lerin önemli bir yeri olması.
- 2- Ulusal kaynakların mevcut olmasıyla birlikte, “doğal” iş yığılmaları değerlendirilecektir.
- 3- Kamu birimlerinin KOBİ politikalarındaki ve mevcut yapılarıdaki rolü güçlü olmasıyla KOBİ'lerin gelişimine yönelik mevcut destek mekanizmaları ve altyapılar güç kazanmaktadır.

Weaknesses (Zayıf Noktalar)

- 1- Değişik destek mekanizmaları ile mevcut kurumlar arasında koordinasyon eksikliği.

²⁴² Beyaz Kitap-Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, s.14, <http://cluster.kso.org.tr/Beyaz.pdf>, (E.T: 22.02.2011).

- 2- “Triple helix” yani üçlü sarmal denilen üçlü bağlantının (şirketler, kamu kuruluşları ve üniversiteler arasındaki işbirliği) verimsiz çalışması.
- 3- Şirketlerin doğrudan ve bireysel maddi girişimlerine ilişkin beklentileri, işbirliği ve iş ortaklığına dair iş kültürünün mevcut olmaması.

Opportunities (Fırsatlar)

- 1- Kümelenme sayesinde daha fazla Ar-Ge çalışmalarının gerçekleştirilmesi için fırsatların mevcut olması, bilgi aktörlerinin karşılıklı değişimi ve yenilikçilik için kaynaklar kümelenme içinde rahatlıkla ulaşılabilmesi.
- 2- Kümeler ve kümelenmeler, çok hızlı değişen ekonomik bir çevreye esnekliği ve uyumu arttırmaktadır.
- 3- Kümeler ve kümelenmeler, yenilikçilik ve rekabet edebilirliği canlandırmak için uygun araçlardır.

Threats (Tehditler)

- 1- Potansiyel yerel paydaşların konumlarının net olmaması ve kapasitelerinde belirsizlik olması.
- 2- İş çevresinde ciddi güven eksikliğinin mevcut olması.
- 3- Kamu ve özel sektörde farkındalık eksikliği.

3.2.1. Sultanahmet Turizm Kümelenmesi

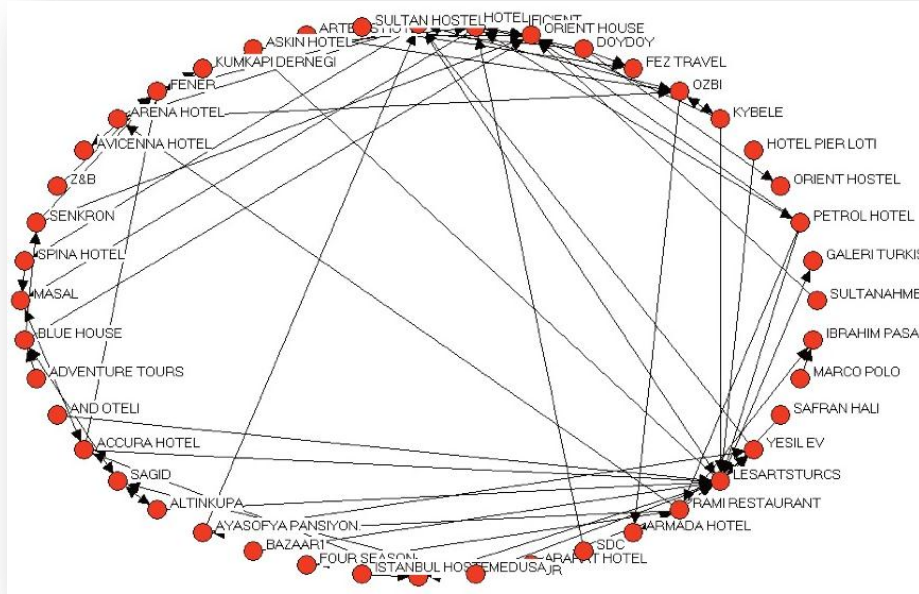
Yüzyıllar boyunca doğu ve batı medeniyetlerine başkentlik tapan İstanbul, geçmiş yüzyıllardan kalma birçok eser, saray, cami veya kilisenin bulunduğu turistler için önemli bir çekim merkezi olup turizm açısından Antalya’dan sonra %22 ile Türkiye’nin 2. en önemli turizm merkezidir. 1999 yılındaki deprem ve küresel ölçekte yaşanan bazı gelişmeler sonucunda Eminönü dolayısıyla Sultanahmet Bölgesi turizmi olumsuz etkilenmiştir. Bu dönemde otel fiyatları 20 dolar gibi düşük bir seviyede olmasına rağmen doluluk oranı %10’da kalmıştır. . CAT tarafında başlatılan ve

kümelenme için pilot uygulama olan Sultanahmet Turizm Kümelenmesi 2000 yılında başlamış ve 2005 yılına kadar devam etmiştir²⁴³.

Sultanahmet turizm kümelenmesi üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Bu aşamalar²⁴⁴:

- 1- Sultanahmet bölgesi turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik analizi
- 2- Sultanahmet bölgesi kümelenme analizi
- 3- Sultanahmet turizm kümelenme geliştirme aşamaları.

Şekil 8: Sultanahmet Turizm Kümelenmesi Analizi Haritası (2000)



Kaynak: BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), s.980.

Sultanahmet Bölgesi Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi:

Sultanahmet turizm kümelenmesinde Porter Modeli esas alınmış olup elmasın köşelerini belirleyen 4 ana faktör yani rekabet avantajının belirleyen dört ana faktör girdi koşulları, firma stratejileri ve rekabet yapısı, talep yapısı, ilgili ve destekleyici kuruluşlar olarak

²⁴³ BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), ss.975-976.

²⁴⁴ BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), s.977-980.

değerlendirilmiştir. Bu faktörlerin her birinin rekabetçilik seviyesi yüksek, orta ve düşük olarak belirlenmiştir. Bu belirttiğimiz rekabetçiliği belirleyen dört ana faktörlerden girdi koşulları orta, talep koşulları orta, firma stratejileri ve rekabet yapısı düşük, ilgili ve destekleyici kuruluşlar orta şeklinde puanlanmıştır²⁴⁵.

Sultanahmet Bölgesi Kümelenme Analizi: Kümelenme analizi anketler hazırlanarak kartopu tekniğiyle Sultanahmet turizm kümelenme oyuncularına uygulanmıştır. Uygulanan anketleri özel yazılım programıyla değerlendirilerek kümelenme haritası ortaya çıkarılmıştır. Çıkarılan bu harita sonucunda 44 oyuncu ve 85 bağlantı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre küme içerisinde ciddi bir iletişim ve güven eksikliğinin yanında eksik oyuncu olduğu saptandı. Ayrıca bu haritadan merkez ve çevre oyuncular tespit edildi. Buna göre merkez oyuncular daha çok bağlantısı olan oyuncular olup küme geliştirme aşamasında kurulacak Yerel Komitenin en büyük adaylarıydı²⁴⁶.

Sultanahmet Turizm Kümelenme Geliştirme Çalışması: Yukarda bahsettiğimiz anket sonuçları ışığında liderlik özelliğine sahip oyunculardan kurulu Yerel Komite oluşturulmuştur. Bu komitede pozitif düşünebilen, başarılı ya da mevcut stratejinin başarı getirmeyeceğine inanan bunun yanında açık ve beklentileri hayata geçirmek için istekli olan oyuncular seçilmiştir. Bu komite 10 Nisan 2000 yılında And Otel’de ilk toplantısını yapmıştır. 4 kişiyle başlayan kümelenme toplantıları 40 katılımcıya ev sahipliği yapmıştır. Toplantıya restorasyon sahipleri, otel temsilcileri, üniversiteler, medya temsilcileri, tur operatörleri, IT (Information Technology-Bilişim Teknolojileri) firmaları, dükkan sahipleri, kamu kurumları, dernekler ve özel şirket temsilcileri toplantıların gündemlerine göre katılmışlardır. 5. Toplantı olan sonuncu toplantı 29 Ağustos 2000 tarihinde Sultanahmet Sarayı Otel’inde gerçekleştirilmişti. Bu toplantıların yanı sıra projelere ait eylem planlarının gözden geçirilmesi amacıyla daha sık bir araya gelen alt proje grupları oluşturuldu. Turizm sektörü oyunları arasında

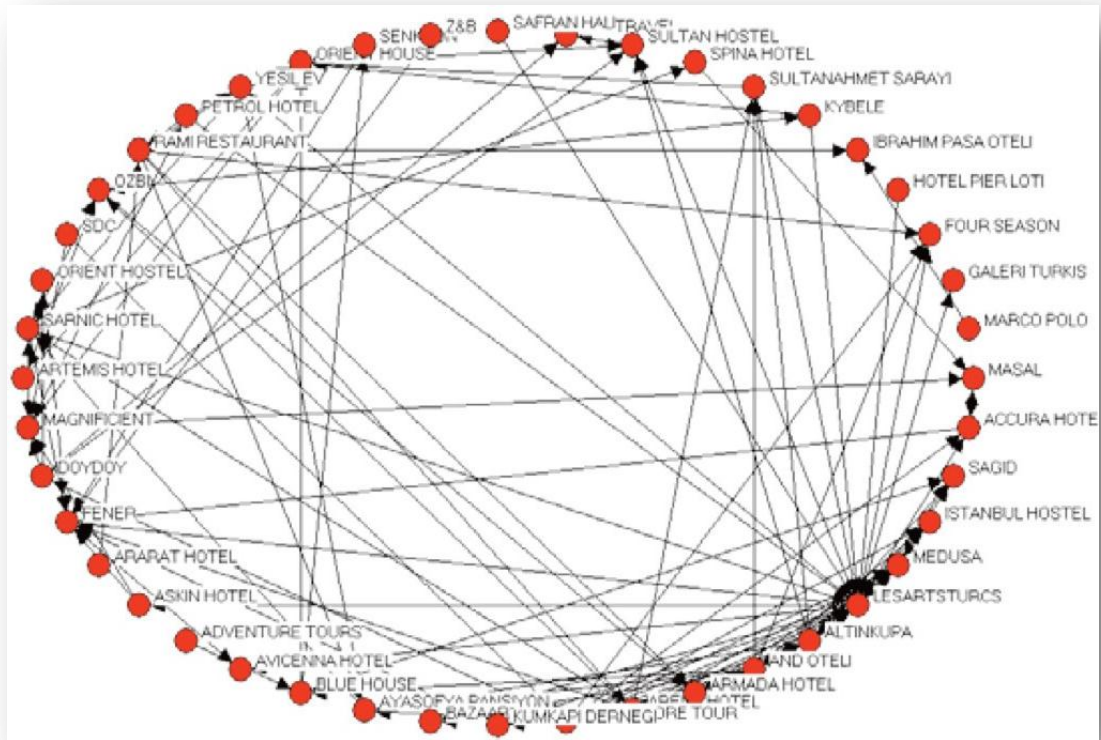
²⁴⁵ BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), ss.977-979.

²⁴⁶ BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), ss.979-980.

iletişimi geliştirmek için elektronik haberleşme grupları oluşturulmuş, internet siteleri yayınlanmış, yerel gazete çıkarılmıştır²⁴⁷.

Sultanahmet Turizm Kümelenmesi çalışması sonucunda firmaların aralarındaki bağlantı sayısında %73'lük yükselmeye 2005 yılında 85 olan bağlantı sayısı 147'ye yükselmiştir. Bu durumu gösteren Şekilde 8'de kümelenme faaliyeti başlamadan önce bölgedeki ağ yapısı ile Şekil 9'de ise kümelenme sonucunda bölgedeki ağ yapısı verilmiştir²⁴⁸.

Şekil 9: Sultanahmet Turizm Kümelenmesi Analizi Haritası (2005)



Kaynak: BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), s.983.

²⁴⁷ BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), ss.980-982.

²⁴⁸ BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), ss.983-985.

3.2.2.MEVKA Bölgesi Turizm Kümelenmesi

Çeşitli uygarlıklara sahne olan Konya M.Ö. 7000 yılına kadar giden bir tarihin izlerini taşımaktadır. Ören yerleri, tarihi ve doğal sit alanları, mağaraları ve sivil mimari örnekleriyle zengin bir tarihi mirasa sahip, Selçuklu Devletine başkentlik yapmış, Hz. Mevlana ve Nasrettin Hoca gibi dünya çapında tanınan şahsiyetleri yetiştirmiş olan Konya önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Konya merkezinde Mevlana, Karatay Çini eserleri, İnceminare, Sırçalı Medrese, Atatürk, Etnografya ve Arkeoloji Müzeleri olmak üzere yedi, ilçelerde Çatalhöyük Örenyeri Müzesi, Ereğli Müzesi, Akşehir Batı Cephesi Karargâhı Müzesi ve Akşehir Arkeoloji Müzesi dört adet olmak üzere toplam 11 müze bulunmaktadır. Ayrıca Bölge Yazma Eserler Kütüphanesi ve Yusufâğa Yazma Eserler Kütüphanesi adında Konya ilinde ulusal kültürümüzün korunduğu yazma eserler kütüphaneleri bulunmaktadır. Bölgenin konumu ve coğrafi yapısı gereği ulaşım bağlantı noktası olarak belirlenmiş olan Konya, kültür ve inanç turizmi odaklı yerleşimler kapsamında değerlendirilmiş ve planlanmıştır²⁴⁹.

Konya’da, turistlerin ülkelere göre dağılımına bakıldığında en fazla turist Japonya’dan geldiği görülmektedir. Japonya’dan sonra en fazla turist Fransa, Almanya ve İtalya’dan gelmektedir. Konya’da iki adet beş yıldızlı, beş adet dört yıldızlı, yedi adet üç yıldızlı, üç adet iki yıldızlı, iki adet tek yıldızlı otel bulunmaktadır. Topkapı Sarayı Müzesi’nden sonra ülkemizde en çok ziyaret edilen müze Mevlana Müzesi’dir. Oldukça yüksek turizm potansiyeline sahip olan Konya turizmden 1.803.375 ziyaretçi ile 2.099.827 TL gelir elde etmiştir²⁵⁰.

İnsanoğlunun, üstünde ilk uygarlık adımlarını attığı ve insanlık tarihinin her safhasına tanıklık etmiş Karaman'ın uygarlığa 4500 Yıllık Katkısı vardır. Bilim adamları; Karaman Kalesi'nin üzerinde yükseldiği höyük başta olmak üzere diğer höyüklerde yaptıkları yüzey araştırmalarında bronz çağına ulaşıyorlar²⁵¹.

²⁴⁹ <http://www.mevka.org.tr/Content/ViewArticle/turizm?articleID=I6D%2Bq5%2FM3XI%3D>, (E.T:01.09.2012).

²⁵⁰ <http://www.mevka.org.tr/Content/ViewArticle/turizm?articleID=I6D%2Bq5%2FM3XI%3D>, (E.T:01.09.2012).

²⁵¹ http://www.mevka.org.tr/Content/ViewArticle/karaman_da_turizm?articleID=SAGCAEvTxfU%3D, (E.T:15.09.2012).

Karaman Müzesi, Karaman Kalesi, Derbe Kilisesi, Madenşehir Öreni, Değlene Öreni, Mahalaç Kilisesi, Manazan Mağaraları, Dereköy Fisandon Kilisesi (Camisi), İbrala (Yeşildere) Kilisesi (Camisi), Alahan Manastırı (Kocakalesi), Hz. Mevlana'nın Annesinin ve Yakınlarının Kabirleri (Mader-i Mevlâna (Aktekke) Camii), Yunus Emre Camii ve Türbesi (Yunus Emre Karamanlıdır), Çeşmeli Kilise, Binbir Kilise Karaman'ın belli başlı turistik yerleridir²⁵²:

Tablo 15: Türkiye, TR52 Düzey 2 Bölgesi, Konya ve Karaman Turist Sayıları Tablosu (Kişi)

	MEVCUT DURUM		HEDEF 2023	
	2010		HEDEF 2023	
TURİST SAYISI	28.500.000		50.000.000	
TÜRKİYE	YERLİ	YABANCI	YERLİ	YABANCI
TR52	1.416.678	422.060	7.600.000	2.507.500
KONYA	1.380.000	420.000	7.500.000	2.500.000
KARAMAN	36.678	2.060	100.000	7.500

Kaynak: TR52 Düzey 2 Bölgesi (Konya-Karaman) 2023 Vizyon Raporu (Turizm Sektörü), <http://www.tr52.org/d/doc/48-turizm-sektor-raporu--taslak-.pdf>, s.53, (E.T:01.09.2012).

Tablo 16: Türkiye, TR52 Düzey 2 Bölgesi, Konya ve Karaman Turizm Gelirleri Tablosu (Milyon Dolar)

	MEVCUT DURUM		HEDEF 2023	
	2010		HEDEF 2023	
TURİZM GELİRİ	20.800		50.000	
TÜRKİYE	20.800		50.000	
TR52	408,5		2.530	
KONYA	400		2.500	
KARAMAN	8,5		30	

Kaynak: TR52 Düzey 2 Bölgesi (Konya-Karaman) 2023 Vizyon Raporu (Turizm Sektörü), <http://www.tr52.org/d/doc/48-turizm-sektor-raporu--taslak-.pdf>, s.53, (E.T:01.09.2012).

²⁵² <http://www.karamankulturturizm.gov.tr/>, (E.T:01.09.2012).

Konya ve Karaman illerindeki turizm sektörünün ele alındığı MEVKA Turizm Kümelenmesi çalışmasında ilk etapta sektörün mevcut durumu incelenmiş ve bu kapsamda bölgedeki turizm sektörünün tarihsel gelişimi, paydaş analizi, çevre analizi yapılmış, sektörün mevcut durumu tespit edilmiştir. Daha sonra dünya ve Türkiye genelindeki turizm sektörlerine yönelik araştırma çalışmaları yapılmış ve bölgenin hem ulusal hem de küresel rakipleri belirlenerek bölgenin rakiplerine göre durumu ve pozisyonu ortaya konmuştur²⁵³.

MEVKA Bölgesi'nin ekonomik gelişimini sağlıklı ve planlı bir şekilde gerçekleştirmek, geliştirmek ve sürdürülebilir hale getirmek için bölgede faaliyet gösteren turizm sektörünün sektörel kümelenme analizleri yapılmış ve makro düzey stratejik planı ortaya çıkartılarak MEVKA Bölgesi Turizm Kümelenmesi çalışması yapılmıştır. Bölgenin ekonomik planlamasına ve gelişimine önemli katkı sağlaması beklenen bu kümelenme çalışmasıyla bölgede var olan turizm alt sektörlerinin uluslararası rekabetçilik gücü tespit edilmiş, bu bağlamda, rekabet üstünlüğü taşıyan ve/veya taşıma potansiyeli olan turizm alt sektörleri belirlenmiştir. Rekabetçilik analizleri sonuçlarına göre öncelikli olarak gelişme potansiyeline sahip sektörlerin kümelenme analizleri yapılmış olup daha sonra bölge ve içinde yer alan sektörel ve destinasyonlar incelenerek makro düzey stratejiler önerilmiştir²⁵⁴.

MEVKA Bölgesi Turizm Kümelenmesi Analizi çalışması esnasında toplanan verilerin analizinde uluslararası rekabetçilikte geçerlilik ve güvenilirliği olan Elmas Model (*Diamond Model*), Kümelenme (*Cluster*), Kıyaslama (*Benchmarking*), Stratejik Düşünce (*Strategic Thinking*) gibi yöntemlere müracaat edilerek makro düzey *turizm stratejik planı oluşturulmuştur*. MEVKA Bölgesi önemli oranda inanç, kültür-tarih, toplantı ve event, sağlık, spor, doğa, gibi alternatif turizm faaliyetlerini de bünyesinde barındırmaktadır. İnanç, kültür turizmleri gibi bazı alt turizm sektörlerine yönelik önemli derecede sektörel yapılanma ve ürünler de geliştirilmiştir²⁵⁵.

²⁵³ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), Mevlana Kalkınma Ajansı, Vezir Araştırma ve Danışma, s.3, <http://www.mevka.org.tr/Download.aspx?filePath=FRHLfVa0EBoBX0BauQFJmw>, (E.T:01.09.2012).

²⁵⁴ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), Mevlana Kalkınma Ajansı, Vezir Araştırma ve Danışma, s.3.

²⁵⁵ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), Mevlana Kalkınma Ajansı, Vezir Araştırma ve Danışma, s.3.

MEVKA Bölgesi Turizm Kümelenmesi çalışması yapılırken, alt sektörlerin küresel rekabetçilik pozisyonu, çevrenin korunması, bölgenin taşıma kapasitesi, hâlihazırda üretilen hizmetin katma değerinin artırılarak sektörel gelirlerde ve kârlarda sıçrama sağlanması, tüm turizm faaliyetlerinin on iki aya yaygınlaştırılması bölgenin çekirdek yetenekleri (*core competences*) gibi değişkenler incelenip küresel rekabetçilik analizi yapılmıştır. Bu analizde göre sektörel kümelenmeler belirlenmiş ve makro düzey sektörel stratejilere elde edilmiştir²⁵⁶.

Bölgenin önemli destinasyonları ve bu destinasyonlarda öncelikli olarak geliştirilmesi gereken alt turizm sektörleri de ortaya çıkarılmıştır. Konya Merkez, Beyşehir, Akşehir ve Karaman odaklı turizm sektörlerinin kümelenme yapıları değerlendirilerek sektörlerin küresel rekabetçilik güçlerinin artırılması için inanç kültür-tarih ve sağlık alt sektöründe bölgesel kümelenmeye (*regional cluster*) gidilmesi gerektiği ortaya çıkarılmış ve sektörel olarak makro düzey stratejik planları yapılmıştır²⁵⁷.

MEVKA bölgesinde potansiyel arz eden turizm sektörleri²⁵⁸:

İnanç Turizmi	}	1.derece potansiyel
Tarih-Kültür Turizmi		
Sağlık Turizmi		
Kongre-Event Turizmi		
Doğa Turizmi	}	2.derece potansiyel
Gastronomi Turizmi		
Eğlence Turizmi- Alışveriş Turizmi		
Spor Turizmi		

Bölgede yapılan araştırma sonuçlarına göre farklı turizm alt sektöründen *inanç, kültür-tarih, sağlık, toplantı ve event* öncelikli olarak geliştirilmesi öngörülmüş olup *bu sektörler detaylı sektörel kümelenme çalışmaları ile analiz edilerek, değer zincirleri-*

²⁵⁶ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.3.

²⁵⁷ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.3.

²⁵⁸ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.3.

*value chain ortaya çıkarılmış, sektörel oyuncular ve rolleri belirlenmiş, eksik oyuncular tespit edilmiş, oyuncular arasındaki iletişimin dereceleri tespit edilmiş ve ayrıca kümelenme geliştirme- cluster development çalışmalarının altlığı hazırlanmış ve tüm sistem modellenmiştir*²⁵⁹. Adı geçen sektörler Elmas Model yöntemi ile kapsamlı uluslararası rekabetçilik analizine tabi tutulmuş ve bu sektörlerden; *inanç, tarih-kültür, sağlık, kongre-event* turizmlerinin kümelenme analizlerinin yapılması öngörülmüştür²⁶⁰.

Bu bağlamda MEVKA bölgesindeki inanç, tarih ve kültür, sağlık, kongre- event turizmi sektörlerinin kümelenme analizi yapılırken öncelikle kümelenme analizine yönelik oyuncu analizi yapılmış bu analize göre sektörlerdeki kritik ana oyuncuların eksik olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu oyuncuların sektörlerdeki rolleri ve kümelenme oluşumunda yönlendirme kapasiteleri ve kabiliyetlerinin farklılık gösterdiği saptanmıştır²⁶¹. Daha sonra yapılan MEVKA bölgesi turizm sektörü kümelenmesi ilişki analizine göre sektörün ana oyuncuları, tedarikçi örgütler ve diğer paydaşlar arasındaki ilişkiler kümelenme çalışmasında ortaya çıkarılmıştır. MEVKA Bölgesi'nde özellikle alternatif turizm sektörleri içerisinde faaliyet gösteren oyuncuların çeşitli şekillerde iş ilişkilerinde bulunduğu tespit edilmiştir. İnanç, tarih-kültür, sağlık ve toplantı-event gibi alt sektörlerde özellikle yayın üreten işletmeler, rehberlik hizmeti veren kuruluşlar, tur operatörleri bu sektörde uzmanlaşmış turizm acentelerinin (incoming yapanların) eksik olduğu saptanmıştır. Bu ana oyuncuların eksik olması, sektörün stratejik olarak gelişmesinin önündeki en önemli engellerden biri olmasının yanında ulaşım, temel hizmetler, insan kaynakları, uzman ve profesyonel destek mekanizmalarının zayıf olduğu görülmektedir. Ayrıca bölgede iyi oteller olmasına rağmen kapasitelerinin yetersiz kaldığı görülmektedir. Mevcut otellerin yıllık olarak doluluk oranlarının %60-70'de kalması bu konuda en kısa sürede yeni kapasite oluşturacak otellerin yapılması zorunluluğunu doğurmaktadır. Ayrıca yeni yapılacak otellerin kapasite ve mimari olarak kentin temel turizm stratejisine ve yeteneklerine göre tasarımılanmasında büyük fayda vardır. Kapasitenin sınırlı olması, kenti turizm ürünü açısından da pahalı hale getirmektedir. MEVKA Bölgesi'nin en temel turizm ürünü inanç turizmi özellikle

²⁵⁹ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.3.

²⁶⁰ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.41.

²⁶¹ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.42.

küresel turizm pazarına yönelik olarak gelişmesi için mutlaka kümelenme analizinde ortaya konulan eksik, zayıf ve gelişmesi gereken süreçlerin iyi bir düzeye çıkarılması gerekmektedir. Çalışmanın sonunda özellikle bölgenin bu alanlarda gelişmesine yönelik operasyonel proje önerileri yapılmıştır Bu proje önerilerinin uygulanmasıyla bölgede mevcut olarak hızlı bir büyüme ve talep gören inanç turizminin niteliği geliştirilecek diğer ürünlerinde etkin bir şekilde gelişmesi sağlanmış olacaktır²⁶².

Oyuncu analizinden sonra MEVKA Bölgesi İnanç Turizmi Sektörünün Kümelenme Analizi yapılmış, MEVKA Bölgesi Tarih-Kültür Turizmi Sektörünün Kümelenme Analizi yapılmış, MEVKA Bölgesi Sağlık Turizmi Sektörünün Kümelenme Analizi, MEVKA Bölgesi Kongre-Event Turizmi Sektörünün Kümelenme Analizi yapılmış, Kümelenme Temelli Master Plan ve Makro Düzey Stratejiler geliştirilmiş, MEVKA Bölgesi Turizm Sektörü Stratejik Planı Uygulama Projeleri hazırlanmıştır²⁶³.

MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı'nda yer alan bu incelemeler şu şekilde özetlenebilir²⁶⁴:

- *MEVKA Bölgesi İnanç Turizmi Sektörünün Kümelenme Analizi*

MEVKA bölgesinde inanç turizmi açısından önemli bir yere sahiptir. Hz. Mevlana'nın varlığı, Türk ve Müslüman Selçuklu medeniyetinin varlığı, Farklı toplumlara ait inançların kentte uzun süreli olarak inkişafı, eski camiler ve medreselerin varlığı, kiliselerin varlığı, Lystra, Sille, Derbe, Antik kentlerinin varlığı gibi nedenler MEVKA Bölgesi'nde inanç turizmi açısından yüksek potansiyele sahip olmasına neden olmuştur²⁶⁵. Özellikle MEVKA Bölgesi'ndeki insanlık için barış ve dostluk mesajları veren Hz Mevlana'nın varlığı ile Asya'dan, Amerika'dan ve dünya genelindeki birçok yerden turist çeken çok önemli bir destinasyon sahip olan dünyanın dört bir yanından

²⁶² MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), ss. 50-51.

²⁶³ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.51

²⁶⁴ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), ss.51-175.

²⁶⁵ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.52.

çok sayıda turistin ziyaret ettiği Mevlana Müzesi, Topkapı Sarayı Müzesi'nden sonra ülkemizde en çok ziyaret edilen müze olmuştur²⁶⁶. Müze her yıl 10-17 Aralık tarihleri arasında düzenlenen Mevlana Haftası'nda gerçekleştirilen *Vuslat Törenleri* sırasında otellerdeki doluluk oranını yüzde 100'e çıkmaktadır. Nitekim Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Mevlana'nın doğumunun 800'üncü yılı nedeniyle 2007 yılının *Dünya Mevlana Yılı* olması konusundaki önerisini kabul etmesi ülkemizin dünyaya sunabileceği en önemli sembol isimlerinden biri olan Mevlana'nın dünyaya tanıtılması açısından çok önemli bir adım olmakla birlikte bu sürecin devam ettirilmesi gerekmektedir.

- *MEVKA Bölgesi Tarih-Kültür Turizmi Sektörünün Kümelenme Analizi*

MEVKA Bölgesi'nin Türkçe'nin başkenti olması, festivaller, tarihi ve doğal çekiciliği olan alanların varlığı, dünyadaki en eski yerleşim birimlerinin bölgede olması, üniversitelerin bölgede var olması, yöre mutfağı gibi nedenler bölgenin tarih-kültür turizmi açısından zengin bir potansiyele sahip olmasına neden olmuştur²⁶⁷. Özellikle Mevlana ve Yunus Emre gibi büyük zatların bölgenin tasavvuf kültürüne sağladığı katkı nedeniyle, bu kültürü yerinde görmek, öğrenmek ve incelemek üzere Asya ve Amerika'nın yanı sıra dünya genelindeki pek çok ülkeden turist bu kenti ziyaret etmektedir. Tasavvuf felsefesi ve kültürü, bölge genelindeki tarihi varlıklar, düzenlenen festivaller, yöre mutfağı, bölgenin kültür ve tarih turizmine ilişkin önemli varlıkları olup bölgedeki kültür ve tarih turizmi için Konya ve Karaman illeri birlikte değerlendirilmelidir. Eski çağlara ve Roma, Bizans, Karamanoğulları, Osmanlı dönemine ait tarihi varlıklar her iki kente yayılması bu durumu desteklemektedir. Bunun yanında Karaman ilinin Türkçenin başkenti ve Türk Kültür Başkenti olması gibi özellikler de bölgenin kültür turizmine kazandırılmalıdır.

²⁶⁶ <http://www.mevka.org.tr/Content/ViewArticle/turizm?articleID=16D%2Bq5%2FM3XI%3D>, (E.T:15.09.2012).

²⁶⁷ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.58.

- *MEVKA Bölgesi Sağlık Turizmi Sektörünün Kümelenme Analizi*

Termal turizm, geriatri turizmi ve medikal turizm olmak üzere üç başlık altında değerlendirilmesi gereğini ortaya çıkarmıştır²⁶⁸. MEVKA bölgesinde potansiyeli bulunan bu sağlık turizm alt dallarının geliştirilmesi için stratejiler geliştirilmiştir.

- *MEVKA Bölgesi Kongre-Event Turizmi Sektörünün Kümelenme Analizi*

MEVKA bölgesinde önemli sayıda Kongre-Event Turizm faaliyetleri bulunmaktadır. Bu faaliyetler incelenerek iyi organize edilip içeriği zenginleştirildiği takdirde bölgenin imajının geliştirilmesi ve destinasyonda bu faaliyetlerin değerlendirilmesinin yolu açılacaktır. Bu kapsamda aşağıdaki faaliyetler kongre-event turizminde önemli bir yere sahiptir²⁶⁹:

- Hz. Mevlana'yı Anma Törenleri
- Uluslararası Konya Mistik Müzik Festivali
- Uluslararası Nasreddin Hoca şenliği
- Lille Yörük şöleni
- Yukarıçiğil Kilim Festivali
- Yörük-Türkmen Kültür şöleni
- Kulu Altınbaşak Düden Gölü Kültür ve Sanat Festivali
- İlgin Kaplıca Kültür ve Turizm Festivali
- Uluslararası Türkçe Tiyatro Yapan Ülkeler Festivali
- Geleneksel Aşıklar Bayramı
- Bozkır Kültür ve Turizm Festivali
- Huğlu Tüfek Bayramı

²⁶⁸ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.64.

²⁶⁹ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), ss.72-75.

- Ekonomi ve Kalkınma Bayramı
- Uluslararası Türkçe Olimpiyatları
- Yunus Emre Kültür  enlikleri
- Dünya Yamaç Paraşütü  ampiyonası.
- *Kümelenme Temelli Master Plan ve Makro Düzey Stratejiler*

Sektörün mevcut durumu incelendiğinde zaman orta vadede sürdürülebilir bir turizm endüstrisinden söz edemeyiz. Bu çerçevede kümelenme çalışması ile teşhis edilen alanlar dikkate alınarak sektörün her bakımdan ciddi bir şekilde yeniden organize edilmesi gerekmektedir. Aksi taktirde birim turistin yarattığı katma değer gittikçe azalacaktır. Gerekli  nlemler alınır ve alternatif turizm sektörlerine yönelik stratejiler ortaya konursa sektörün meydana getirdiği katma değer önümüzdeki dönemde iki-üç kat daha fazla olması kuvvetle muhtemeldir. Bu sayede sektörde ciddi bir sermaye birikimi olacak ve gelişim döngüsüne büyük bir katkı sa lanacaktır²⁷⁰.

MEVKA Turizm Kümelenmesi çalışmasıyla yapılan araştırmalar ve analizler sonucu bölgenin sektörel temelde gelişmesine yönelik makro düzey stratejiler belirlenmiştir. Bunları  u şekilde sayabiliriz²⁷¹:

- Markalaşma stratejileri başlatılmalıdır.
- Yeni hedef pazarların geliştirilmelidir.
- Çevresel öğelere önem verilmelidir.
- Ulaşım altyapısı iyileştirilmelidir.
- Turizm sektöründe holistik bakış ve yönetim yapısı oluşturulmalı: Sektöre yönelik makro-mezo-mikro düzeyde planlama yapılmalıdır.
- Güvenlik ve sigorta hizmetleri yaygınlaştırılmalıdır.
- Nitelikli istihdam yaygınlaştırılmalıdır.

²⁷⁰ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), s.86.

²⁷¹ MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), ss.86-93.

- Doğal ve su kaynağı kullanımı yönetimi modellenmelidir.
- Destinasyon yönetim yaklaşımı uygulanmalıdır.
- Sektörün dönüştürülmesi ve modellenmesi yapılmalıdır.
- İnanç turizmine yönelik rekabet stratejileri geliştirilmelidir.
- İnanç turizmine yönelik pazarlama stratejileri geliştirilmelidir.
- Yerel yönetimler entegre edilmeli ve ortak bir yaklaşım geliştirmelidir.
- Bölgenin sağlık turizmi sektörüne yönelik makro düzey stratejik plan ve kümelenme geliştirme programı yapılmalıdır.
- **MEVKA Bölgesi Turizm Sektörü Stratejik Planı Uygulama Projeleri**

MEVKA Bölgesi Turizm Kümelenmesi Analizleri yapıldıktan sonra kümelenme ile ilgili stratejik uygulama planı yapılarak bu çerçevede çeşitli projeler sunulmuştur. Bunları şu şekilde sayabiliriz²⁷²:

- MEVKA Turizm Kümelenme Konseyi'nin kurulması
- Kümelenme konseyi stratejik planının hazırlanması
- Konya – Karaman minyatür kentinin yapılması
- MEVKA Turizm Portalının hazırlanması
- Kent merkezleri genelinde tanıtım videolarının gösterilmesi
- Bölgede yeni fotoğraflama çalışmalarının yapılması
- İşletmelerde pazarlama departmanlarına yer verilmesinin teşvik edilmesi ve eğitimi
- Medyanın ilgisinin sektöre çekilmesine yönelik çalıştay yapılması
- Sema törenlerinin yaygınlaştırılması – diğer kentlerde sahnelenmesi
- Sufizm ve tasavvuf eğitim programı paketinin hazırlanması
- Mevlana ve Mevlevilik doktrinin ilk, orta ve yüksek öğretimde anlatılmak üzere eğitim programının oluşturulması

²⁷²MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), ss.110 -175.

- Uluslararası mistik müzik festivalinin 30 gün boyunca düzenlenmesi
- Uluslararası dini yayınlar fuarının organize edilmesi
- Mevlana'yı anma törenlerinin küreselleştirilmesine yönelik organizasyon modeli geliştirilmesi
- Uluslararası İnanç ve Hoşgörü Kongresinin düzenlenmesi
- Lystra, Silles ve Derbe inanç turizmi bölgesinin ve kutsal yürüyüş yolunun oluşturulması
- Tarihi yapıların olduğu bölgelerde yerleşimin engellenmesi
- Tarihi yapıların restore edilmesi
- Çatalhöyük neolitik tarım köyünün kurulması
- Zengibar Kalesinin turizme kazandırılması
- Eflatun Pınar Hitit anıtının çevre düzenlemesi ve renovasyonunun yapılması
- Sillenin açık hava müzesi olarak düzenlenmesi
- Kilistra Bölgesinin renovasyonunun yapılması
- Fasıllar (Taşbaba) anıtının renovasyonu
- Manazan Mağaralarının turizme kazandırılmasına yönelik iş modeli geliştirilmesi
- Tahıl ambarları konaklama tesislerinin oluşturulması
- Alaaddin Tepesinin çevre düzenlemesinin yapılarak: Selçuklu Medeniyeti Açık Hava Müzesinin oluşturulması
- Karaman Türk Kültür Başkenti özelliğinin küresel düzeyde organizasyonunun yapılması
- Konya - Karaman mutfağının turizmde kullanılması
- Canlı Etnografya Müzesi'nin kurulması
- Uluslararası Gençlik Festivali ve Kongresi'nin düzenlenmesi
- MEVKA Tasarım Haftası'nın organize edilmesi
- Hitit Medeniyeti Şenlikleri ve İvriz Tarım Haftası'nın düzenlenmesi
- Sağlık ve spa şehrinin kurulması
- Tuz Sağlık ve Anti Aging Merkezinin kurulması
- Yabancı hastaların bölgeye gelmesine yönelik çalıştay yapılması
- Sağlık acenteleriyle işbirliği yapılması
- Uluslararası organizatör firmalarla işbirliği yapılması

- Expo'nun Konya'da düzenlenmesi
- Uluslararası Yamaç Paraşütü Şampiyonası'nın sistematik bir şekilde düzenlenmesi
- Uluslararası Türkçe Olimpiyatları etkinliklerinin Karaman'da düzenlenmesi
- Uluslararası Nasreddin Hoca Şenliği konseptinin geliştirilmesi ve küresel düzeyde markalaştırılması
- MEVKA Bölgesi organizasyon listesinin hazırlanması
- Sivil havaalanı yapılması
- Ankara – Konya hızlı tren projesi Karaman bağlantısının yapılması
- Konya ve Karaman illerinde kent merkezlerindeki turistik alanların yayalaştırılması
- Elektrikli bisiklet parklarının oluşturulması
- Gerekli yolların asfaltlanması çalışmalarına ağırlık verilmesi
- Turistik otobüslerin hizmete sunulması
- Mesleki ve yabancı dil eğitimi verilmesi
- Sektöre yönelik uzman ve profesyonel kuruluşların bölgeye çekilmesi
- Turizm bilinçlendirme kampanyasının hazırlanması ve uygulanması
- Üniversitelerin altyapı sorunlarının giderilmesi
- Üniversite – sektör arasındaki işbirliğinin artırılması
- Bölgenin turizm yatırım potansiyelinin tanıtılması
- Sektördeki işletmecilik modellerinin franchasing yapısı üzerine kurulması
- Eğlence tesislerinin artırılması
- Mistik müzik mekanlarının çoğaltılması
- Uzman rehberlerin bölgeye getirilmesi
- Rehberlik programlarının geliştirilmesi
- Levha ve tabela sayısının artırılması
- Bilgilendirme panolarının tanıtım ve enformasyonda kullanılması
- Ulusal ve uluslararası acente ve tur operatörlerine bölgenin tanıtılması
- Kafe, restoranlarda gerekli düzenlemelerin yapılması
- Hediyelik eşya pazarının oluşturulması
- Doğal güzelliklerin turizmde kullanılması.

3.2.3.Kapadokya Turizm Kümelenmesi

Kayseri Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi (ABİGEM) tarafından, Kapadokya bölgesinin dünya turizminde bir marka olması için Kapadokya Turizm Kümelenmesi Girişimi Projesi başlatmıştır²⁷³.

Nevşehir'in tamamını, Kayseri, Niğde, Kırşehir ve Aksaray'ın bir kısmını kapsayan Kapadokya Bölgesi'nde önemli yere sahip olan turizm sektörünün rekabet gücünü artırmak, çevresel ve ekonomik kalkınmayı desteklemek ve kümelenme yaklaşımı ile ilgili farkındalık oluşturmak için "Kapadokya Turizm Kümelenmesi Girişimi Projesi Çalıştayı"ı gerçekleştirilmiştir²⁷⁴.

ABİGEM Teknik Destek Direktörü Peter Wilson çalıştayda kümelenmenin önemi üzerinde durmuştur. Kümelerin verimliliği artıran ve rekabet gücünü yükselten güç birlikleri olduğunu dile getiren Wilson, kümelerin güçlendirilmesinin devlet, şirketler ve diğer kurumlar için çok önemli olduğunu kaydetmiştir. Rekabetin küreselleşmeyle birlikte bütün alanlarda olduğu gibi turizm sektöründe de acımasız bir şekilde devam ettiğini vurgulayan Wilson: *"Rekabet ortamında başarılı olmanın yolu değişim ve gelişimden geçmektedir. Bunun için de sektörlerin kümelenerek güç birliği yapmaları şarttır. Kümelenmeyi Türkiye'de Denizli tekstil sektöründe çok güzel yapmaktadır. Orada pamuk üreticileri, banka ve fabrikalar iyi bir işbirliği içerisinde bulunmaktadır. Bu durum sektörün kümelenmesi sonucunu doğurmakta ve gelişmesine önemli katkıda bulunmaktadır. Kapadokya'nın da turizm alanında kümelenmeyi başarması gerekmektedir. Rekabet ortamında hayatta kalmanın tek yolu, güç birliği içerisinde değişmektir"*²⁷⁵.

Çalıştayı'nın açılışında konuşan Kayseri ABİGEM Direktörü Arif Ergin, ABİGEM'in bir AB projesi olmakla birlikte uluslararası bir eğitim ve danışmanlık anonim şirketi olduğunu kaydetmiştir. ABİGEM Kayseri'nin kurulmasındaki hedeflerinin ulusal ekonomik kalkınmaya yönelik çalışmaların yapılması, ekonominin bel kemiğini oluşturan KOBİ'lerin rekabet edebilirliğinin arttırılmasına yardımcı olmak

²⁷³ ABİGEM'ler Tarafından Yürütülen Kümelenme Çalışmaları (2010) , ABİGEM Gazetesi, Sayı:2, s.5.

²⁷⁴ <http://www.turizminsesi.com/haber/abigem-kayseriden-gucbirligi-cagrisi-3082.htm>, (E.T:18.04.2012).

²⁷⁵ <http://www.haberler.gen.al/2009-06-04/kapadokyanin-sorunlari-duzenlenen-calistayda-ele-alindi/>, (E.T:15.04.2012).

olduğunu belirten Ergin, bunun yanında merkezin ulusal kalkınmaya fayda sağlayacak çeşitli projelerde geliştirdiğini vurgulamıştır. Katılımcılara Kapadokya Turizm Kümelenmesi Girişimi Projesi hakkında da bilgi veren Arif Ergin, "Projenin amacı; Kapadokya bölgesinin dünya turizm sektöründe uluslararası rekabet gücünü arttırmaya yardımcı olmaktır. Bu amaç doğrultusunda ABİGEM Kayseri, AB uzmanları ile birlikte gerekli görüşmeleri, masa başı ve saha çalışmalarını yaparak projenin ön hazırlıklarını tamamlamıştır. Proje kapsamında düzenlediğimiz çalıştay ile de Kapadokya bölgesinin turizm sektöründe yaşadığı sıkıntıları masaya yatırarak, çözüm yolları ile ilgili resmi kurumlar, sivil toplum kuruluşları ve özel işletmeler ile birlikte aramak ve yol haritası çıkartmak" demiştir²⁷⁶.

ABİGEM tarafından 2009 yılında Kayseri – Kapadokya Turizm Kümelenmesi Nihai Raporu hazırlanmıştır. Bu rapora göre Kapadokya yöresinin elmas analizi şu şekilde yapılmıştır²⁷⁷:

Girdi Koşulları

Örnekler: Çevre, işçi, turizm yerleri ve tesisleri, sermaye kaynakları, bilgi, altyapı.

Güçlü Yanları:

- Çok çeşitli yerler, tesisler ve aktiviteler,
- Doğal güzellik,
- Sıfatlı turizm fırsatları,
- Bölgesel etiket geliştirilmesi potansiyeli,
- Gelişme potansiyeli ve pazar çevresi,
- Kış turizm fırsatları,
- İşgücü ulaşılabilirliği (özellikle kış ayları boyunca),
- İyi otobüs taşımacılığı ağı,
- Otobüs duraklarının geliştirilmesi için bölgesel planlar,

²⁷⁶ “Kapadokya Turizm Kümelenmesi Girişim Projesi” (2009), <http://www.kayserim.net/haberd.asp?id=11058>, (E.T: 15.05.2012).

²⁷⁷ Ann E. WILLIAMS ve Özge ÖZ ve Aybars GÜLENSOY (2009), “Kayseri – Kapadokya Turizm Kümelenmesi Nihai Rapor”, ABİGEM, ss.120-153.

- Bölgede iki havaalanı bulunması,
- Uçuşların arttırılması potansiyeli,
- Bölgesel su planları,
- Çevre korumanın, levhaların ve yolların geliştirilmesi potansiyeli,
- Resmi Kümelenme Kalite Standartları oluşturulması fırsatıvarlığı.

Zayıf Yanları:

- Zayıf nitelikli işçi,
- Düşük teknoloji seviyesi,
- Düşük pazar ve pazarlama bilgisi,
- Düşük pazarlama ve tanıtım seviyeleri (ulusal+ denizaşırı)
- Düşük yenilik seviyeleri,
- Yüksek komisyon oranları ve fiyat baskısı,
- Küresel finansal kriz.

Talep Koşulları

Güçlü Yanları:

- Artan turist sayısı,
- Büyüyen pazarın yüksek potansiyeli,
- Özel/uyarlanmış yolculuğa olan talebin artması,
- Niş ürünlere ve sıfatlı turizme(örn. Kültürel, yaratıcı, eğitici, dinsel) olan talebin artması,
- İslami kültürlere olan ilginin artması,
- Düşük maliyetli istikametlere alan talebin artması,
- Yaşlı turistlerin fazla harcama oranının yüksek olması,
- Yeterli kapasite,
- Kış turizminin gelişmesi için potansiyel olması.

Zayıf Yanları:

- Yerel harcama aktivitelerinin düşük olması,
- Sezonluk yüksek talep,
- Geri dönme oranının düşük olması,

- Paket turistlerin hacimlerinin yüksek olması,
- Bağımsız yolcuların hacimlerinin düşük olması,
- Yüksek komisyon oranları,
- Değişen standartlar.

İlgili ve Destekleyici Aktörler

Kapadokya bölgesindeki var olan problemlerin çözümü için Kayseri – Kapadokya Turizm Kümelenmesi Nihai Rapor’unda yalnızca çevre ve altyapıyı geliştirmek için değil, aynı zamanda tanıtım, turizm yönetimi, ağ oluşturma, kalite ve insan kaynakları ve beceri geliştirmeye değinilmesi için Kapadokya Turizm Geliştirme Ajansı (KTGA) kurulması önerilmektedir.

Örnekler: Yiyecek ve temizlik ürünü şirketleri, tur operatörleri, özel taşımacılık şirketleri, perakende outletler, turist danışma ofisleri, şarapçılık.

Güçlü yanları:

- Bölgede birçok tedarikçi bulunması,
- İyi hizmet seviyesinin sağlanması,
- Ortaklık ilişkilerinin geliştirilmesinde potansiyel,
- Bilgi ofislerinin geliştirilmesi potansiyeli,
- Şarap standartlarının geliştirilmesi potansiyeli ve uzun ürünleri pazarı.

Zayıf yanları:

- Yüksek komisyon oranları,
- Turistlerin eşit olmayan beklentileri.

İşbirliği Kuruluşları;

Örnekler: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, TURSAB, SKAL ve KAPTİD, üniversiteler, turizm ve otelcilik okulları, ABİGEM, Bölgesel Geliştirme Merkezleri, UNESCO.

Güçlü Yanları:

- Yerel kuruluşların varlığı,

- Özel eğitim kurumları sektörü,
- Etkilerin geliştirilmesi potansiyeli,
- Bilgi ulaşılabilirliği,
- Devam eden destekleyici aktiviteler.

Zayıf Yanları:

- Kümelenme ile işbirliğinin az olması,
- Veri ve bilgi kümelenmeye iletilmemektedir.
- Destekleyici aktiviteler kümelenme tarafından bilinmemektedir.
- Tüm alt sektörleri de içeren bir yerel kümelenme derneğinin olmaması.

Hükümet;

Örnekler: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, yerel ve bölgesel hükümet, Devlet Su İşleri Müdürlüğü.

Güçlü Yanları:

- Ulusal tanıtım bütçesi,
- Veri erişilebilirliği,
- Ulusal ve Bölgesel Turizm Geliştirme Planları.

Zayıf Yanları:

- Yüksek enerji maliyetleri ve vergiler,
- Dengesiz KDV oranları,
- Zorunlu ulusal turizm standartlarının bilinmemesi,
- İyi bilinmeyen aktiviteler.

Şekil 10: Kapadokya Turizm Geliştirme Birliği (KTGA) Yapısal Modeli



Kaynak: Ann E. WILLIAMS ve Özge ÖZ ve Aybars GÜLENSOY (2009), “Kayseri – Kapadokya Turizm Kümelenmesi Nihai Rapor”, ABİGEM, s.151.

Kümelenme Stratejisi ve Rekabet Faktörü

Güçlü Yanları:

- Farklı alt sektörlerde profesyonel şirketlerin varlığı,
- İşbirliğinde iyi çıkarlar,
- Transit yolcular için stratejik lokasyon,
- Türkiye’deki merkez lokasyon,
- Bazı pahalı, katma değerli aktiviteler,
- Yüksek düzey Girişimcilik,
- Aile şirketlerinden, endüstrilileşmiş şirketlere geçiş potansiyeli,
- Yatırım olanakları.

Zayıf Yanları:

- Daha fiyat esaslı rekabet,
- Kümelenme üyeleri arasında geçmişe dayalı güven ve işbirliği eksikliği,
- Yetersiz nitelikte denetleme sistemleri,
- Yenilik için genel düşük kabiliyet,
- Türkiye’deki düşük maliyetli istikamet,
- Yerli turist için yüksek fiyatlar,
- Tarihsel düşük işbirliği seviyesi
- Birçok turizm dışı nitelikte iş sahipleri.

Kümelenme programı sonucunda kümelenmenin potansiyel faydaları Kayseri – Kapadokya Turizm Kümelenmesi Nihai Rapor’unda şu şekilde sıralanmıştır²⁷⁸:

Kısa dönemde

- Küme işbirliğinin konsept ve potansiyel kazançları hakkında bilinçlenme sağlanacaktır.
- Küme odaklanma ve yönelim elde edecek ve organize bir teşekkül haline gelecektir.
- Gurubun bölgesel faaliyet içinde yer alması sağlanacaktır.

²⁷⁸ WILLIAMS ve ÖZ ve GÜLENSOY (2009), ss.152-153.

- Küme üyeleri arasında ağ oluşturma ve işbirliği geliştirilecektir.
- Küme ve dış kuruluşlar arasında ağ oluşturma ve işbirliği tesis edilecektir.
- Beceri seviyeleri gelişecektir.
- Standartlar yükselecektir.
- Devlet kuruluşları ve mercileri küme aktiviteleri ile daha fazla ilgilenecek ve böylece bunlara kolaylık sağlama konusunda ileriye dönük etkili olacaklardır.
- Devlet faaliyetleri hakkında bilgi ve destek artacaktır.
- Reklam ve pazarlama faaliyeti artacaktır.
- Küme üyeleri piyasa ihtiyaçları ve eğilimleri hakkında daha fazla bilgiye sahip olacaklardır.
- Niş pazarlama kabiliyeti tesis edilecek / artırılacaktır.

Orta vadede

- Beceri seviyeleri yükselmeye devam edecektir.
- Grubum profesyonelliği gelişecektir.
- Turizm sektöründeki istihdam fırsatları herkes için geliştirilecektir. (kadınlar, genç insanlar ve yaşlı vatandaşlar dahil)
- Küme faaliyetlerinin ana odağı ve yönü olarak kültürel, dini ve yaratıcı turizm tesis edilecektir.
- Daha fazla katma değerli ürünler sunulacaktır.
- Geleneksel el sanatları sanayi desteklenecektir ve beceriler yeniden hayat kazanacak veya yeniden tesis edilecektir.
- Küme ihtiyaçlarına daha uygun olacak eğitici tesisler ürünleri geliştirecektir.
- Bölge halkı Kapadokya turizm arzı hakkında daha fazla bilinçli olacaktır.
- Çevresel gelişmeler meydana gelecektir.
- Vahşi yaşam teşvik edilecektir.
- Turistlerin deneyimi, özellikle bağımsız ziyaretçiler çoğalacaktır.
- Turist sayısı, ve tekrar bağımsız turist sayısı artacaktır.
- Tur operatörlerinin ve seyahat acentelerinin grup faaliyetleri ve dinamikleri üzerindeki etkileri azalmaya başlayacaktır.
- Kümenin rekabet etme imkanı gelişecektir.
- Küme kazancı artacaktır.
- Küme KOBİ lerinin sürdürülebilirlikleri gelişecektir.

- Turizm geliri küme içinde daha düzenli dağıtılır hale gelecektir.
- Bölge kazancına küme katkısı yükselecektir.
- Kapadokya'nın imajı ve profile gelişecek ve dünya sahnesinde bilinir hale gelmeye başlayacaktır.

Uzun vadede

- Bağımsız ve gurup turist sayıları artmaya devam edecektir.
- Yaz turizm sezonu uzatılmalıdır.
- Kış turizmi geliştirilmelidir.
- ABİGEM hizmetleri ve küme kabiliyetleri tüm bölgede daha iyi bilinmeye başlayacaktır.
- Kapadokya markası milli ve uluslararası arenalarda tesis edilmiş olacaktır.
- Girişimcilik teşvik edilecektir.
- Yeni iş alanları tesis edilecektir.
- Altyapı gelişmiş hale gelecektir.
- Sosyoekonomik şartlar ve istihdam şartları gelişecektir.
- Bölgede turizm yatırımları artacaktır.

Tablo 17: Kapadokya Turizm Kümelenmesinin Muhtemel Etkileri

Maliyetler	-5 % - -10%
Satışlar	+10% - +20%
Karlılık	+15% - +25%
Rekabetçilik	+20% - +30%

Kaynak: Ann E. WILLIAMS ve Özge ÖZ ve Aybars GÜLENSOY (2009), “Kayseri – Kapadokya Turizm Kümelenmesi Nihai Rapor”, ABİGEM s.153.

Yukarıdaki Tablo 17 Kapadokya Turizm Kümelenmesi’nin hayata geçirilmesiyle bölgeye muhtemel etkileri verilmiştir. Veriler incelendiğinde kümelenme sayesinde bölgede turizmin her açıdan sıçrama yaparak bölge ekonomisine daha fazla

katkıda bulunacaktır. Bu veriler aynı zamanda turizmde kümelenme uygulamasının yararlarını tüm çıplaklığıyla bizlere göstermekle birlikte diğer bölgelerimiz içinde bizlere umut vermektedir.

Ahiler Kalkınma Ajansı'nın 2011 yılında yaptığı Kapadokya Bölgesi Turizm Çalıştayı'na göre turizm ile ilgili genel sorunlar ve talepler şu şekilde belirtilmiştir²⁷⁹:

- Turizm konusunda strateji yokluğu, koruma imar planı ve master planın olmaması,
- İşbirliği yerine bireyselliğin hâkim olması, yıkıcı fiyat rekabeti,
- Turizm bölgelerinde özellikle katı atık ve kanalizasyon konusunda altyapı eksikliği,
- Profesyonel olmayan girişimcilerin (patronlar/müdürler) standartları düşürmesi, güveni sarsması,
- Turistik değerlerin korunmaması sorunu,
- Devlet kurumları arasında yetki sorunu ve koordinasyon eksikliği, denetim eksikliği,
- Çarpık yapılaşma ve görüntü kirliliği,
- Etkili tanıtım eksikliği,
- Girişimciler için finansman temin sorunu,
- Vizyon eksikliği,
- Turizmcilerin mesleki eğitim ihtiyacı,
- Turizm etiğinin yokluğu,
- Kalite derecelendirme ihtiyacı,
- ATV/motosiklet gibi araçların doğal ortama zarar vermesi, bilinçsiz/kontrolsüz kullanımı,
- Ziyaretçi istatistiklerinde mükerrerlik,
- Günübürlük çok ucuz turlar,
- Menfaat temini amacıyla yabancıların kandırılıp mağdur edilmesi,
- Rehberlikte arz fazlası ve bazılarının komisyonculukla çalışması,
- Disiplinli bir örgütlenme ihtiyacı,

²⁷⁹ “Kapadokya Bölgesi Turizm Çalıştayı” (2011), Ahiler Kalkınma Ajansı Saha Çalışmaları Raporu, s.7.

- Yurtiçi/yurtdışı turizm fuarlarından acentelerin haberdar edilmemesi ve katılım için teknik destek sağlanmaması,
- Yönlendirme levhalarının eksik olması/ adres bulmanın zorluğu.

3.2.4.Antalya Bölgesi Turizm Kümelenmesi

Antalya, Deniz-kum-güneş turizminin yanında Antalya Müzesi, Side Müzesi, Alanya Arkeoloji Müzesi, Alanya Kızılkuşe Etnografya Müzesi, Alanya Atatürk Evi ve Müzesi, Perge Müzesi, Perge, Sillyon, Termessos, Olympos, Ariassos, Phaselis, Limyra, Arycanda, Demre (Myra), St. Nicholas Kilisesi, Simena (Kale), Kekova, Patara, Xanthos, Kaş (Antiphellos), SİDE: Tiyatro, Apollon Tapınağı, SELGE: Tiyatro, SELEUKEİA: Agora, Side Su Yolları, Kargıhan, Aspendos, Selinus, İotape, Syedra, Laertes, Hamaxia, Colybrassus (Ayasofya) gibi daha birçok turistik ürüne sahiptir²⁸⁰. Türkiye'nin en önemli turizm bölgesi olan Antalya Bölgesi'nde Haziran 2012'de Antalya Valiliği, Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, BAKA, POYD ve Turizm Fakültesi tarafından Antalya İli Turizm Endüstrisinin Kümelenme ve Rekabetçilik Analizi Arama Konferansı yapılarak turizm kümelenmesi çalışması başlatılmıştır. Bu çerçevede ilk olarak Antalya'nın güçlü ve zayıf yönleri tespit edilmiştir. Daha sonra sırasıyla vizyon ve misyon unsurları tespit edilmiş, stratejiler belirlenmiş, uygulamaya yönelik görüşler verilmiş, rekabete yönelik görüşler verilmiş, turizm sektöründeki aktörler ve işbirliği üzerinde durulmuştur. Yapılan bu çalışmaları şu şekilde özetleyebiliriz²⁸¹:

Antalya Bölgesi'nin Güçlü ve Zayıf Yönlerinin Analizi

Antalya'nın güçlü yönlerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Turist sayısındaki artış
- Yatak arzı
- Ulusal charter firmaları
- Akdeniz çanağında yer alma

²⁸⁰ <http://www.turizmtrend.com/turkiye/antalya/antalya-gezilecek-yerler-3799.html>, (E.T: 10.09.2012).

²⁸¹ <http://www.turizmguzel.com/haber/akademisyenler-arastirdi-antalyanin-zayif-ve-guclu-yonleri-h11262.html>, (E.T:10.09.2012).

- İyi bir havalimanına sahip olma
- Şehrin turizme istekli olması
- Arazi tahsisleri
- Turizmin ekonomiye katkısı
- Antalya'nın marka olması
- El sanatlarının varlığını sürdürmesi
- Expo 2016
- ICCA 2014
- Genç tesisler
- Misafir memnuniyetinin yüksek olması
- Düşük maliyet yapısı
- Misafirperverlik
- İklim.

Antalya'nın zayıf yönlerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- Mevsimsel yığılma
- Şehir alt ve üst yapısının yetersizliği
- Turizmin çeşitlendirilememesi
- İç kesimlerde arz oluşturmama
- Şehrin göç alması
- Doğrudan tarifeli uçuşların olmaması
- Kongre merkezi yetersizliği
- Eğitimli işgücü ihtiyacının yetersizliği
- Zincir otel işletmeciliğinin yaygın olamaması
- Şehir - halk bütünleşmesinde eksiklik
- Çevresel olumsuzluklar
- Eğlence yönünün eksik olması
- Pazar payını arttıramama
- Devlet politikalarında (turizm ve dış politika) eksiklikler
- Türk tur operatörlerinin sayıca yetersiz olması
- 3S turizmi ile sınırlı olması
- Ucuz tatil destinasyonu imajı
- Mevsimlik istihdam sorunu

- Kùltürü ön plana çıkaramama
- Turistin şehre gelmemesi
- Şehir otellerinin sayısının azlığı
- Avrupa'nın ekonomik olarak zayıflaması
- İyi bir kıyı planının olmaması
- İşgören devir hızının yüksekliği
- Birimler arası koordinasyon eksikliği
- Toplu taşıma sorunu
- Arz ve talep arasındaki dengesizlik
- Planlı ve bütüncül bir pazarlama anlayışının olmaması
- Stratejik yönetim bakış açısına sahip olmaması.
- *Vizyon ve Misyon Unsurlarının Analizi*

Antalya Bölgesi'ne yönelik hazırlanan raporda aşağıdaki vizyon unsurlarına yer verilmiştir:

- Spor kenti
- Turizm başkenti olma
- Alt yapısı tamamlanmış destinasyon
- Çekim merkezi haline gelmiş şehir
- Aktivite kenti
- Dünya kenti
- Sanat kenti
- Barış kenti
- Dünyada sayılı turizm kentleri arasında yer alma
- Avrupa'nın en iyi tatil destinasyonu olma
- Kùltür kenti.

Antalya Bölgesi'yle ilgili misyon (amaçlar) unsurlarını da şu şekilde sıralayabiliriz:

- Turizmi tüm yıla yayma
- Mutlu turist elde etme

- Çevresel sorunları en aza indirme
 - Tarihi ve doğayı koruyan turizmi sağlama
 - Türk misafirperverliğini koruma
 - Sürdürülebilir turizmi oluşturma
 - Turizmin, geçmişi ve geleceği kaynaştırmasını sağlama
 - Turizm potansiyelini tam kullanma
 - Yüksek kaliteli hizmet ve ürün oluşturma.
- *Stratejiler*

Bu aşamada Antalya Bölgesi'nin turizm ürün ve hizmetleri olarak üçüncü yaş turizmi, sağlık turizmi, spa-wellness turizmi, golf turizmi, spor turizmi, deniz turizmi, aile turizmi, kongre turizmi, incentive turizmi, kuş gözlemciliği, gastronomi turizmi, mağaracılık, fuarcılık, festivaller, kitle turizmi, yayla turizmi, şehir turizmi, kültür turizmi, ekoturizm belirlenmiştir. Bu ürün ve hizmetlere yönelik pazarlar olarak Çin, Hindistan, Amerika, Ortadoğu, Türkî Cumhuriyetler, yerli turistler, İngiltere, Almanya, Rusya, Japonya, Brezilya belirlenmiştir.

- *Uygulamaya Yönelik Analizler*

Öncelikle tesisleşmeye yönelik yapılması gereken yatırımlar sıralanmıştır. Buna göre yeni bir fuar/sergi merkezi, yeni üniversiteler, altyapı yatırımları, olimpiik stadyum, hafif raylı sistemin yaygınlaştırılması, enerji yatırımları, atık yönetimi yatırımları, konser alanları, kongre merkezleri, Alanya'da havalimanı, Kemer havalimanı, kurvaziyer ve yat limanı, golf sahaları, sağlık serbest bölgeleri, futbol arenası, rekresyonel alanlar ve temalı parklar gibi yatırımların yapılması gerektiği belirtilmiştir. Daha sonra uygulamada yapılması gerekenler ve ilkeler şu şekilde sıralanmıştır:

- Antalya için Turizm Master Planının hazırlanması
- Sorunlara yönelik proje bazlı çözümler
- Kamu-özel sektör işbirliğinin artırılması
- Etkili bir ulusal dış ilişkiler politikasının benimsenmesi
- Uluslararası organizasyonlara ev sahipliği

- Reklam ve tanıtım bütçelerinin gereksiz yere harcanmaması
- Öğrenciler ve sektör çalışanları için eğitimler
- Antalya'nın lezzetlerini turistlerin tatmasını sağlama
- Nadir dillerde rehber yetiştirilmesi
- Daha küçük yatırımlara yönelme
- Tarımın potansiyelinden yararlanma
- Turizmin kurumsallaşması ve planlı gelişimi
- Antalya'nın marka olarak bütüncül tanıtımı
- Antik kentlere yönelik düzenlemeler yapılması
- Deniz taşımacılığının canlandırılması
- Doğrudan tarifeli uçuşların yapılması
- Türk tur operatörlerinin desteklenmesi
- Müzeciliğin geliştirilmesi
- Eğlence turizminin koordineli bir şekilde geliştirilmesi
- Destinasyon Yönetim Birimi Kurulması (Kamu özel sektör işbirliği)
- Çevreye duyarlı kent imajı oluşturulması
- Yerel kültürün korunması ve turizme kazandırılması
- Koruma/kullanma dengesinin gözetilmesi
- Ürün ve hizmet yenilikleri ile Pazar payının artırılması
- Turizm ürün paketinin geliştirilmesi
- Tanıtımın etkin bir şekilde yürütülmesi
- Ürünlerde standardizasyon sağlanması (Her şey dahil uygulamaları)
- Çevre illerde kombine olacak ürün paketlemelerin geliştirilmesi
- Turizmin envanterinin çıkartılması
- Türk otelcilik ekolünün oluşturulması
- Bilgi teknolojilerine yatırım yapılması
- Antalya'nın "Ölmeden önce gidilmesi gerek yüz yer" arasında yer alabilmesi
- İnsanların Antalya'yı merak etmelerinin sağlanması
- Otellerde şehir ile ilgili bilgilerin yer aldığı "info kanalı" konması
- İstatistik çalışmalarının artırılması ve koordinasyonun sağlanması.

- *Rekabete Yönelik Analizler*

Rekabete yönelik öncelikle Antalya Bölgesi'ne rakip olabilecek yerler belirlenmiştir. Buna göre Kanarya Adaları, Mallorca, Tenerife, Yunanistan, Paris, Roma, Barselona, Mısır, İtalya, Fransa, Dubai rakip olarak bölgelerdendir. Antalya Bölgesi'nin rekabetçi özellikleri ise şu şekilde sıralanmıştır:

- Zengin tarih ve kültür
- Coğrafya ve iklimin elverişliliği
- Temiz deniz
- Hizmet kalitesi ve fiyat dengesi
- Konaklama tesislerin kalitesi ve yeni olması
- Avrupa'ya yakınlık
- Misafirperverlik
- Antalya markası
- Vize kolaylıkları
- Gastronomi
- Sahil uzunluğu
- Her şey dahil sistemine uygun konaklama tesislerinin varlığı
- Her şey dahil sisteminin iyi uygulayabilme becerisi
- Turizm faaliyetlerinin coğrafik olarak bölge içerisinde yayılmışlığı
- Burdur ve Isparta ile turizm açısından bütünleşebilme olanağı
- Antalya'nın fuarlar şehri olarak ilerleme kaydetmesi
- Antalya'da hastane sayısının artması
- Nitelikli rehberlerimizin olması
- Gelen turisti memnun edebilme becerisi
- Her türlü turistik ürün sunabilme potansiyeli.

- *Antalya Turizm Sektöründeki Aktörler ve İşbirliği Analizi*

Bakanlık, valilik, belediyeler, üniversite, kaymakamlıklar, ATSO, AKTOB, ICF, ATAV, ALTİT, TURSAB, TÜROFED, ANTAV, otel işletmeleri, seyahat acenteleri, tur operatörleri, rehberler, turistler, kongre bürosu, Antalya Tanıtım AŞ, sağlık sektörü,

gıda sektörü, ulaşım sektörü, yerel halk, medya, inşaat sektörü Antalya bölgesin turizm sektörünün aktörleri olarak göze çarpmaktadır. Bu saydığımız aktörler üzerinde yapılan analizlerde aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir²⁸²:

- Aktörler arası kısmi işbirliği,
- Otel işletmeleri ve seyahat acenteleri arası güçlü işbirliği,
- Yabancı tur operatörlerinin taktikleri,
- Çekirdek aktörler arası fiyata dayalı rekabet,
- Planlama eksikliği,
- Rekabet/çekişme,
- Koordinasyon eksikliği,
- İşbirliği ve motivasyon eksikliği,
- Önceliklerin tespiti,
- Denetim-gözetim eksikliği,
- Aktörler arası amaç birliği,
- Aktörler arası diyalog,
- Üniversite-sektör arasında gelişmeye elverişli güçlü işbirliği.

3.2.5.Muğla Turizm Kümelenmesi

Taşıdığı alternatif turizm potansiyeli ile sektöre yönelik birçok ürün sunan ve ülkemizin önemli destinasyonlarından biri olarak öne çıkan Muğla Bölgesi, Muğla İli'nin ekonomik gelişimini sağlıklı ve planlı bir şekilde gerçekleştirmek ve sürdürülebilir hale getirmek amacı ile turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik gücünün analizi yapılarak kümelenme faaliyeti başlamıştır. Bu kapsamda turizm alt sektörlerinin rekabetçilik analizleri yapılmış, tüm alt sektörlerin uluslararası rekabetçilik gücü tespit edilmiş, bu bağlamda, rekabet üstünlüğü taşıyan ve/veya taşıma potansiyeli olan aşağıda belirtilen turizm alt sektörlerinden Elmas Model yöntemi ile kapsamlı uluslararası rekabetçilik analizine tabi tutulmuş ve bu sektörlerden; (1) geleneksel (deniz-kum-güneş), (2) sağlık, (3) spor ve (4) deniz turizmlerinin kümelenme

²⁸² <http://www.turizmuncel.com/haber/akademisyenler-arastirdi-antalyanin-zayif-ve-guclu-yonleri-h11262.html>, (E.T:10.09.2012).

analizlerinin yapılması öngörülmüştür²⁸³. Bu bağlamda, Marmaris’te geleneksel, sağlık ve deniz; Bodrum’da geleneksel, sağlık, deniz ve spor, Fethiye’de ise geleneksel, deniz, sağlık ve spor alt turizm sektörlerinin kümelenme yapıları incelenmiştir²⁸⁴.

*Elmas Model yöntemiyle incelenen turizm alt sektörleri*²⁸⁵:

1. Geleneksel (deniz-kum-güneş) Turizm,
2. Sağlık Turizmi,
3. Spor Turizmi,
4. Deniz Turizmi,
5. Doğa Turizmi,
6. Gastronomi Turizmi,
7. Eğlence Turizmi,
8. Kongre ve Toplantı Turizmi,
9. Alışveriş Turizmi,
10. Kültür, Tarih ve İnanç Turizmi.

İlde yapılan araştırma sonuçlarına göre rekabetçilik gücü yüksek olan geleneksel turizm (deniz-kum-güneş) sektörü, deniz turizmi, sağlık turizmi, spor turizmi öncelikli olarak geliştirilmesine karar verilmiştir. Bu sektörler detaylı kümelenme çalışmaları ile analiz edilerek, değer zincirleri (value chain) ortaya çıkarılmış, sektörde faaliyet gösteren oyuncular ve bu oyuncuların rolleri belirlenmiş; zincirdeki eksik oyuncular tespit edilerek oyuncular arasındaki iletişimin dereceleri ortaya çıkarılmış, kümelenme geliştirme (cluster development) çalışmalarının altlığı hazırlanarak tüm sistem modellenmiştir²⁸⁶.

Muğla İli geleneksel turizm sektörüne (deniz-kum-güneş) yönelik genel stratejiler aşağıda belirtilen şekilde belirlenmiştir²⁸⁷.

²⁸³ Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2010), T.C. Muğla Valiliği, <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/dosya/1-293622/h/muglakum.pdf>, s.32.

²⁸⁴ Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2010), T.C. Muğla Valiliği, s.116.

²⁸⁵ Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2010), T.C. Muğla Valiliği, s.32.

²⁸⁶ Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2010), T.C. Muğla Valiliği, s.116.

²⁸⁷ Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2010), T.C. Muğla Valiliği, ss.96-108.

- Markalaşma stratejileri başlatılmalıdır.
- Yeni hedef pazarlar geliştirilmelidir.
- Çevresel öğelere önem verilmelidir.
- Ulaşım altyapısı iyileştirilmelidir.
- Deniz kirliliği önlemleri alınmalıdır.
- Turizm sektöründe holistik bakış ve yönetim yapısı oluşturulmalı.
- Sektöre yönelik makro-mezo-mikro düzeyde planlama yapılmalıdır.
- Güvenlik ve sigorta hizmetleri yaygınlaştırılmalıdır.
- Nitelikli istihdam yaygınlaştırılmalıdır.
- Su kaynağı kullanımı yönetimi modellenmelidir.
- Destinasyon yönetim yaklaşımı uygulanmalıdır.
- Sektörün dönüştürülmesi ve modellenmesi yapılmalıdır.
- Turizm üniversitesi açılmalıdır.
- Geleneksel turizme yönelik rekabet stratejileri geliştirilmelidir.
- Geleneksel turizme yönelik pazarlama stratejileri geliştirilmelidir.
- Muğla ili turizm sektörü kümelenmesi geliştirme süreci başlatılmalıdır.
- Muğla ili turizm sektörü kümelenme geliştirme konseyi kurulmalıdır.
- Muğla Valiliği ve ticaret ve sanayi odaları, turizm sektörü kümelenmesi konseyinin kurulmasına liderlik etmelidir.
- Yerel yönetimler entegre edilmeli ve modellenmelidir.

Kümelenme geliştirme çalışmaları ile gelecek 20 yıl içerisinde Muğla İli turizm sektörünün yaklaşık 10 milyon turist çekeceği tahmin edilmektedir. Bunun yanısıra sektörünün dönüşümü ve alternatif turizm sektörüne yönelmesi ile birlikte 20 milyar Dolar (USD) ciroya ulaşacağı tahmin edilmektedir²⁸⁸.

²⁸⁸ Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2010), T.C. Muğla Valiliği, s.116.

Tablo 18: Geleneksel Turizme Yönelik Makro Düzey Stratejiler

Stratejik Amaçlar	Genel Hedefler	Makro Stratejiler	Mezo	Projeler	Uygulama Birimi
Sektörün Küresel Rekabetçilik Gücünün Artırılması Çevrenin Korunması Taşıma Kapasitesinin Korunması Kentın İyileştirilmesi Sosyal Refahın ve Bireysel Mutluluğun Artırılması	Geleneksel turizm sektöründe 5 milyon turist 5 milyar dolar	Sektörün dönüştürülmesi ve hedef kitle portföyünün değiştirilmesi ve çeşitlendirilmesi	Kümelenme geliştirme çalışmaları ve stratejik planlama çalışmalarının başlatılması	Sektörel kümelenme geliştirme çalışması Kümelenme konseyinin ihdası Kümelenme komisyonlarının ihdası	Muğla Valiliği Turizm Bakanlığı İşletmeler
	Doluluk oranının yıl boyuna yaygınlaştırılması	Alternatif turizm sektörleri ile işbirliğine gidilmesi ve sinerji oluşturulması	Modelleme çalışmalarının başlatılması	Yeni müşteri segmentlerine yönelme Yeni pazarlara yönelik stratejilerin uygulanması	Turizm Bakanlığı İşletmeler Muğla Valiliği Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları
	Arz-talep dengesinin sağlanması	Düşük fiyat (low cost) rekabet stratejilerinden, farklılaşma (differentiation) stratejilerine geçilmesi	Kapasite kullanım oranını geliştirecek iş modellerinin gündeme alınması	Tur operatörlerinin iş sistemlerinin analiz edilmesi Konaklama işletmelerinin operasyonel sistemlerinin analizi	TURSAB Sektör STK'ları İşletmeler
	Yerel yönetim faaliyetlerinin ve planlarının konsolide edilmesi	Her bir destinasyonun tek belediye altında toplanması ve yönetilmesi	Fethiye, Marmaris ve Bodrum'un ayrı ayrı büyükşehir statüsünde bir yapılanmaya gitmesi	Özel yasa çıkarılması	İl siyasi partileri

Altyapı sorunlarının çözülmesi	Ulaşım ve kanalizasyon altyapılarının tamamlanması	Bölge düzeyindeki karayollarının otoban sınıfına yükseltilmesi Arıtma tesislerinin tamamlanması	Destinasyonlar arasındaki yolların tamamlanması Arıtma tesislerinin tamamlanması	İl Özel İdaresi Yerel Yönetimler
Kalite standartlarının yükseltilmesi ve denetlenmesi	Kalite politikalarının oluşturulması	Bölge düzeyinde kalite standartlarının tespit edilmesi ve rehber hazırlanması	Uluslararası iyi uygulama standartlarının belirlenmesi; ödül ve teşvik sistemlerinin oluşturulması	Muğla valiliği Sektörel sivil toplum kuruluşları
Markalaşma ve imaj çalışmalarının başlatılması	Her bir destinasyon düzleminde kültürler arası kaynaşmaya yönelik uluslar arası sportif, kültürel ve sanatsal organizasyonların tertip edilmesi	Uçak şirketlerinin taşımacılık maliyetleri düşürülmeli veya sübvansede edilmesi. Tur operatörlerinin ve seyahat acentelerinin tanıtım ve reklâm harcamaları desteklenmesi	PPP projelerinin gündeme alınması Farklı faaliyetlerinin konsolidasyonuna yönelik çalışmalar yapılması	Turizm Bakanlığı, İşletmeler, Muğla Valiliği Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları TURSAB
KOSGEB desteklerinin sektöre kanalize edilmesinin sağlanması	Rekabet gücü gelişme eğilimi olan işletmelerin tespit edilmesi	Nitelikli eleman desteği uygulamasının sektör için formüle edilmesi	İşletme düzeyinde rekabet unsurlarının değer zinciri modeli ile analizi	KOSGEB Üniversite İşletmeler
SGK'nın Bölgeye yönelik olarak kış sezonunda prim indirimine gidilmesi	Doluluk oranının iyileştirilmesi	İşletmelerin on iki ay faaliyetlerini sürdürmelerinin sağlanması	İşletmelerin sabit ve değişken maliyetlerinin analizi ve yönetim modellerinin geliştirilmesi	SGK İşletmeler Ticaret ve Sanayi Odaları

Lojistik sisteminin iyileştirilmesi	Lojistik hizmetlerinin çeşitlendirilmesine yönelik sistemlerin geliştirilmesi	Karayolu ulaşım şirketlerinin örgütsel gelişimine yönelik yönetim modellerinin geliştirilmesi	Örgüt geliştirme çalışmalarının uygulanması	KOSGEB İlgili işletmeleri Ticaret ve Sanayi Odası
Sektörel oyuncular arasındaki iletişim ve işbirliğinin geliştirilmesinin sağlanması	Ortak girişim ve ortaklık alanlarının tespit edilmesi	Sektördeki işletmelerin B2B ilişkilerinin geliştirilmesine yönelik yönetim modellerinin geliştirilmesi.		İşletmeler, Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları TURSAB Bankalar
İşletmelerin ticari potansiyelinin geliştirilmesine yönelik çapraz satış ilişkilerinin (cross sales) geliştirilmesine yönelik iş sisteminin geliştirilmesi.	B2B ve B2C ilişkilerinin güçlendirilmesi	Mevcut işletmelerin üretim sistemlerinin geliştirilmesi. Sanatsal ve seri üretim kültüründen yoksun işletmelerin üretim sistemlerinin yeniden yapılandırılarak daha rekabetçi bir konuma getirilmesi. Sektöre daha büyük ölçekli işletmelerin girmesini sağlayacak analizler yapılarak, bu yönde projeler ortaya konması.	Fırsatlar platformunun kurulması ve yönetilmesi	İşletmeler, Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları TURSAB Bankalar

		Sektörün üniversite, turizm bakanlığı ile ilişkilerinin geliştirerek ticari derinliğin gelişmesinin sağlanması		
Bakanlık-Valilik ve Yerel Yönetimler arasındaki işbirliğinin güçlendirilmesi	Sektör ve B2S modelinin çoklu paydaş ilişkisi çerçevesinde analiz edilerek yeniden yapılandırılması.	Özellikle valilik ve yerel yönetimler düzeyinde yeniden yapılanmaya gidilerek; organizasyonel formlar ortaya konması	Gerekli mevzuat düzenlemelerinin sektör ihtiyaçları dikkate alınarak yapılandırılması	Turizm Bakanlığı, İşletmeler, Muğla Valiliği Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları
Destinasyonu tanıtan yayın ve broşürlerin hazırlanması	Bakanlık, valiliğin ve yerel yönetimlerin bu konular ile ilgili yapmış oldukları çalışmaların konsolide edilmesi.	Alana yeni yatırımcıların girmesine yönelik çalışmaların yapılması. Medya işletmelerinin bu konuda iş yapmalarına yönelik desteklerin sağlanması.	Destinasyonda var olan fırsatların tespiti ve pazarlanması Medya'nın turizm sektörü konusunda daha üretken ve yaratıcı yapılanmasını sağlanması	Turizm Bakanlığı, İşletmeler, Muğla Valiliği Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları Ulusal ve yerel medya işletmeleri

Turizm acentelerinin diğer oyuncular ile ilişkilerinin güçlendirilmesinin sağlanması	Sektörün yeni pazarlara açılımına yönelik araştırmalar yapılması.	Örgütler arası ilişkilerin ve işbirliklerinin geliştirilmesine yönelik iş modellerinin geliştirilmesi ve uygulanması. Alandaki işletmelerin rekabet gücünün geliştirilmesine yönelik modeller geliştirilmesi.	İşletmelerin yapısal sistemlerinin analizi Stratejik pazarların araştırılması ve stratejilerin ortaya konması.	Turizm Bakanlığı İşletmeler, Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları TURSAB Reklam ve Tanıtım Ajansları
İnsan kaynaklarının niteliğinin güçlendirilmesinin sağlanması	İnsan kaynakları tedariki sağlayan örgütlerin yeniden yapılandırılması.	İşletmelerdeki elamanlarının bütün destinasyon düzeyinde kapsamlı bir şekilde gelişmiş bir eğitim programında geçirilmesi	Üniversiteler ve sektör arasında ilişkilerin geliştirilmesine yönelik bir işbirliği modeli geliştirilmesi.	Turizm Bakanlığı İşletmeler, Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları TURSAB Danışmanlık şirketleri KOSGEB

Turizm destek merkezlerinin güçlendirilmesinin sağlanması	Profesyonel bir organizasyon modelinin kurulması. Mevcut yapılar çok basit ve çözüm geliştirmekten daha çok müdahale ederek çözüm yaklaşımları ortaya koymaktadır. Bu alanda sektöre yeni oyuncuların girmesine yönelik çalışmaların yapılması. Özellikle kurulacak yeni profesyonel örgütlerin sistemin gelişimi üzerinde olumlu bir katkı sağlayacağı, düşünülmektedir. Sektör destek hizmetlerinin geliştirilmesine yönelik PPP (public private partnership) iş modeline yönelik bir çalışmanın başlatılması.	Sektörde yeni örgütsel formların geliştirilmesi	Alternatif modellerin uygulanması	Turizm Bakanlığı, İşletmeler, Muğla Valiliği Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları Ulusal ve yerel medya işletmeleri
---	---	---	-----------------------------------	--

	Rehberlik hizmetlerinin yeniden yapılandırılması ve güçlendirilmesi	Rehberler ve turizm acenteleri arasındaki iş ilişkisinin daha kurumsal bir modelle ele alınmasına yönelik sistem geliştirilmesi	Bölgede çalışan rehberlere yönelik olarak mesleki gelişim eğitimi verilmesi. Özellikle iletişim becerisi, farklı kültürleri anlama ve değerlendirilmeye yönelik eğitim programlarının geliştirilmesi.	Rehberler ile ilgili STK'ların daha etkili bir organizasyonel model olarak değerlendirilmesine yönelik projeler yapılması	Sektörel sivil toplum kuruluşları
	Konaklama işletmeleri yeniden yapılandırılması ve güçlendirilmesinin sağlanması	Sektörün standartlarını geliştirmeye yönelik belgeleme kurumlarının piyasaya girmesine yönelik iş sisteminin geliştirilmesi ve gerekli bağlantıların yapılması.	İşletmelerin sürdürülebilir bir iş modeli ile yönetilmesini sağlayacak bir sistemin geliştirilmesi. Oteller, tur operatörleri ve tedarik süreçlerinin karlılık ve sürdürülebilirlik açısından yeniden tasarlanması.	Kârlı ve rekabetçi otel örgütlenme modelleri geliştirilmesi ve pilot uygulanmasının yapılması.	Turizm Bakanlığı İşletmeler, Sektör STK'ları Ticaret ve Sanayi Odaları Danışmanlık şirketleri KOSGEB

Kaynak: Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2010), T.C. Muğla Valiliği, ss.117-118.

3.2.6.Mardin Turizm Kümelenmesi

Bir firmanın bulunduğu yer firmanın rekabet gücünü etkileyen önemli unsurlardan biridir. Kümelenme yaklaşımında Porter (2000) rekabet gücünün önemli ölçüde firmaların bulundukları yere hatta alt birimlerinin bulunduğu yerle ilgili olduğunu ifade eder. İş kümesinin yeri pazar ve kaynaklara erişim açısından iş kümesine önemli avantajlar sağlayabiliyorsa iş kümesinin rekabet gücünü olumlu etkiler²⁸⁹.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi binlerce yıllık yerleşimlerin olduğu tarihi özellikleri ile bütün dünyanın ilgisini çeken bir coğrafyadır. Mardin de bu coğrafyada ayakta kalan tarihi eserler ile özel bir yere sahiptir. Mezopotamya ovası bölgedeki tarihi ve dini yapıları bir deniz gibi sarmaktadır. Komşu ülkelerde yaşayan kişiler bu coğrafyaya hem etnik hem de dinsel nedenlerden dolayı ilgi duymaktadır. Örneğin ülkemizde ve Suriye’de yaşayan Süryaniler için en önemli eserler Mardin sınırları içinde bulunmaktadır. Çok kültürlü yapısının zaman içinde korunması Mardin’e turizm açısından cazip nitelikler kazandırmaktadır. Dolayısıyla Mardin ili turizm iş kümesi için rekabet gücü yüksek, avantajlı bir konumda yer almaktadır²⁹⁰.

2000 yılından sonra artan ziyaretçi sayıları otel yatırımlarının hız kazanmasına neden olmuştur. Tarihi konaklar restore edilerek butik otel ve restoranlar inşa edilmiştir. Bu gelişim ilin çehresini de olumlu yönde etkilemektedir. Gelen ziyaretçilere alışılmış oteller yerine otantik taş evlerde hizmet verilmesi turistler açısından ziyareti daha cazip hale getirmektedir. Mardin turizm iş kümesi son yıllarda oldukça ilgi çekmiştir. İstanbul ve diğer illerde yaşayan Mardin kökenli yatırımcılar turizm işletmeleri kurmuşlardır ve bu genellikle öz kaynaklar ile finanse edilmiştir. Finansman kaynaklarına erişim bakımından diğer illerde yaşanan sorunlar burada da gündeme gelmektedir. Teminat sorunları, yüksek kredi faizleri, kısa kredi vadeleri firmaların en

²⁸⁹ Mardin Turizm İş Kümesi Analizi (2009), <http://www.clusterturkey.com/TR/dokumanlar/Brop%20Raporlari/Kume%20Olusumu%20%20Mardin%20Turizm%20Is%20Kumesi%20Analizi.pdf>, ss.10-12, (E.T:18.04.2012).

²⁹⁰ Mardin Turizm İş Kümesi Analizi (2009), <http://www.clusterturkey.com/TR/dokumanlar/Brop%20Raporlari/Kume%20Olusumu%20%20Mardin%20Turizm%20Is%20Kumesi%20Analizi.pdf>, ss.10-12, (E.T:18.04.2012).

fazla şikayet ettiği konuların başında yer almaktadır. Bölge 5084 sayılı teşvik kapsamında yer almaktadır. Ancak bu teşvik yasası hizmet sektörünü kapsamamaktadır. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca turizm firmaları 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'na göre Turizm sektöründe; teşvik tedbirleri ile istisna, muafiyet ve haklardan yararlanabilmek için Bakanlıktan, turizm yatırımı belgesi veya turizm işletmesi belgesi alınması zorunludur. Turizm Yatırım veya Turizm İşletme Belgeli işletmelere ait elektrik enerjisi giderlerinin, şantiye dönemi de dahil olmak üzere o bölgedeki mesken ve sanayi abonelerine uygulanan tarifelerden en düşüğü ile kendi abone grubuna uygulanan tarife arasındaki farkın Hazine Müsteşarlığı tarafından karşılanmaktadır²⁹¹.

Mardin sahip olduğu kültürel miras ile güçlü bir rekabet avantajına sahiptir ancak destekleyici sektörlerdeki eksiklikler, düşük hizmet kalitesi, tur operatörlerinin etkin çalışmaması sahip olunan kapasitenin yeterince kullanılmamasına neden olmaktadır. Yeni kurulan firma sayısı özellikle konaklama tesislerinin sayısı düşünüldüğünde 2002 yılından bu yana düzenli olarak artmaktadır. Firma görüşmelerinde ve yapılan anketlerde firma yetkililerinden alınan bilgiler firma stratejilerinin sahip olunan özellikle kültür varlığı ile ilgili rekabet avantajına dayandırıldığı ve uzun vadede planlamanın yaygın olmadığı görülmektedir. Mardin kültür mirası ve yedi bin yılı bulan geçmişiyle turizm iş kümesi için çok değerli bir rekabet avantajına sahiptir. Ancak altyapı eksiklikleri neredeyse her noktada kendini hissettirmektedir. Yetersiz tanıtım hem iç hem de dış piyasada ulaşılan ziyaretçi sayısını sınırlı tutmaktadır. Yetersiz insan kaynakları kapasitesi bir taraftan yatırımcıların ihtiyacını karşılamakta yetersiz kalmakta diğer yandan hizmet kalitesini olumsuz yönde etkileyerek uzun vadede ziyaretçi kapasitesinin korunmasını ve artırılmasını güçleştirmektedir²⁹².

Mardin'in sahip olduğu kültürel miras ile ne kadar güçlü bir rekabet avantajının olduğunu göstermek için aşağıda SWOT analizi yapılmıştır.

²⁹¹ Mardin Turizm İş Kümesi Analizi (2009), <http://www.clusterturkey.com/TR/dokumanlar/Brop%20Raporlari/Kume%20Olusumu%20%20Mardin%20Turizm%20Is%20Kumesi%20Analizi.pdf>, ss.10-12, (E.T:18.04.2012).

²⁹² Mardin Turizm İş Kümesi Analizi (2009), <http://www.clusterturkey.com/TR/dokumanlar/Brop%20Raporlari/Kume%20Olusumu%20-%20Mardin%20Turizm%20Is%20Kumesi%20Analizi.pdf>, ss.14-15, (E.T:18.04.2012).

Mardin Turizm İş Kumesinin SWOT Analizi²⁹³:

Strengths (Güçlü Noktalar)

- Önemli tarihi varlıklar ve tarihi ve dönemsel açıdan son derece önemli mimari.
- Tarihi ve dini açıdan önemli dini sahalar.
- Coğrafya ve alışagelmedik doğal görünüş
- Yer, kimlik ve tarih anlamında güçlü ve somut yerli olma hissi; bu sayede ziyaretçiler kendilerini bir şekilde insan uygarlığının “kökeniyle” bağlantıya geçmiş hissetmektedirler.
- Farklı kültürlere, dinlere ve geleneklere ev sahipliği yapmış olmak ve dini hoşgörü ve uyum simgesi taşımak.
- İlginç ve değişik damak tatları: mutfak, şarap ve yerel tarımsal ürünler.
- Vasıflı zanaatkarlar ve yüksek kalitede el işleri, dans ve müzik.
- Geniş sezon için uygun iklim koşulları

Weaknesses (Zayıf Noktalar)

- Düşük konaklama kapasitesi
- Tarihsel ve kültürel sahaların düşük kalitede ziyarete açılması
- Düşük eğitim kapasitesi-insan kaynağı
- Zayıf altyapı olanakları
- Zayıf kurumlararası ilişkiler
- Zayıf tanıtım-promosyon faaliyetleri
- Mevcut mali kaynaklarla ilgili düşük farkındalık
- Özel sektör mevcut piyasalarının ne olduğu, kimleri hedeflemeleri gerektiği ve yeni piyasalara etkili biçimde nasıl girebilecekleri konularında yeterli bilgiye sahip değildir.

²⁹³ Mardin Turizm İş Kumesi Analizi (2009),
<http://www.clusterturkey.com/TR/dokumanlar/Brop%20Raporlari/Kume%20Olusumu%20-%20Mardin%20Turizm%20Is%20Kumesi%20Analizi.pdf>, s.18, (E.T:18.04.2012).

Opportunities (Fırsatlar)

- Giderek artan yurtiçi ve yurtdışı talep
- Kültürel faaliyetlerin, festivallerin (kültürler buluşması vb.) artma eğilimi
- Türkiye genelinde artan turist sayısı
- Yeni kurulan üniversite
- Çevre iller ile turizm bağlantılarının kurulması
- AB fonları

Threats (Tehditler)

- Global finansal krizin turizm sektörünü olumsuz etkilemesi
- Kamu yatırımlarının kriz yüzünden durması
- Kapasite azalmasına bağlı olarak firmaların kapanma riski ile karşılaşması ve mevcut kapasitenin daha fazla düşmesi
- Mardin il özelinin ve aynı zamanda Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin çeşitlilik içeren kültürü ülkeye ait tanıtım ve pazarlama kampanyalarına yeterince dahil edilmemiştir ve bölgenin kültürel varlıkları hakkında farkındalık yaratma fırsatı kaçırılmaktadır.
- Yüksek bölünmüşlük düzeyi dikkate alındığında bölgenin turizm alanında faaliyet gösteren KOBİ'leri kaynak ülkelerdeki tedarik zincirlerine entegre olamamışlardır.
- İlgili iş kümelerinde yer alan aktörler kritik güçlükleri aşarak kümelerinin rekabet edebilirlik şansını yükseltmek için gereken örgütlenme, ağ oluşturma ve işbirliği becerilerine sahip değildir.
- Düşük hizmet kalitesinin talebi zayıflatması.

Mardin İş Kümesinin SWOT analizinde; önemli tarihi varlıklar, çeşitli dönemlere ev sahipliği yapan mimarilere sahip olması ve değişik damak tatlarının olması güçlü yönleri; düşük konaklama tesisleri, zayıf tanıtım faaliyetleri ve zayıf altyapı olanakları zayıf yönleri; ülke genelinde artan turist sayısı, giderek artan yurt içi ve yurt dışı talep fırsatları; global krizin turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemesi,

kamu yatırımlarının kriz yüzünden azalması, düşük hizmet kalitesinin talebi zayıflatması da tehditleri göstermektedir²⁹⁴.

3.2.7.Bolu Turizm Kümelenmesi

Ülkemizin batı kesiminde yer alan ve Karadeniz, Marmara ve Orta Anadolu bölgelerinin coğrafi ve lojistik geçiş bölgesi olarak nitelendirilen Bolu ili, aynı zamanda önemli bir turizm bölgesi olarak da öne çıkmaktadır. Kent, alternatif turizm çeşitleri ile sadece şehir merkezi olarak değil farklı destinasyon ve zengin turizm ürünleri ile de cazibe merkezi haline gelmiştir. Arkeolojik verilere göre ilk yerleşimi M.Ö. 7000'e kadar uzanan Bolu ili sınırlarında birçok medeniyet hüküm sürmüştür. Bolu ve çevresine, Brithynialılar'dan sonra sırasıyla Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar hakim olmuşlardır. Selçuklu ve Osmanlı dönemi eserlerinin de halen ayakta ve kullanılır durumda olduğu bölge kültür ve tarih turizmine önemli bir ev sahipliği yapmaktadır²⁹⁵.

Bolu ili, coğrafi durum, su kaynakları, orman alanları, flora zenginliği ve tarihi eserler açısından turizm sektörüne konu olabilecek birçok değer ihtiva etmektedir. İlin doğal zenginlikleri envanteri içerisinde Abant, Yedigöller, Gölçük, Sünnet gölleriyle birlikte toplam 14 göl, gölet, irili ufaklı 48 suni gölet, 320 yayla, 3 tabiatı koruma alanı, 7 orman içi dinlenme alanı, 4 yaban hayatı koruma sahası bulunmaktadır. Bolu ilinde tescil edilerek, koruma altına alınmış 42 adet arkeolojik sit, 2 adet kentsel sit ve 3 adet doğal sit olmak üzere toplam 47 adet sit alanı bulunmaktadır. İlde 5 adet askeri yapı, 8 adet doğal anıt, 5 adet idari yapı, 93 adet dini-kültürel yapı ve 353 adet de sivil mimari örneği olmak üzere toplam 464 adet tescilli yapı mevcuttur. Özetlemek gerekirse, Bolu ili geleneksel turizm faaliyeti dışında yer alan 10 çeşit alternatif turizm dalının 6 çeşidini barındırmaktadır. Bolu ili sınırlarında turizm çeşitleri aşağıda yer alan

²⁹⁴ Mardin Turizm İş Kümesi Analizi (2009), <http://www.clusterturkey.com/TR/dokumanlar/Brop%20Raporlari/Kume%20Olusumu%20-%20Mardin%20Turizm%20Is%20Kumesi%20Analizi.pdf>, s.18, (E.T:18.04.2012).

²⁹⁵ Melih BULU ve İ. Hakkı ERASLAN (2008), "Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi", http://www.urak.org/URAK_Yayinlar/2008BuluVeEraslan.pdf, ss.7-8, (E.T:18.04.2012).

şekilde belirlenmiştir²⁹⁶.

- Spor Turizmi (*kış sporları, doğa sporları, pasif tabanlı sporlar*)
- Sağlık Turizmi (*termal turizm*)
- Kültür ve Tarih Turizmi
- Gastronomi Turizmi
- Kongre ve Toplantı Turizmi
- Doğa Turizmi (*çadır ve karavan turizmi, yayla turizmi, dinlence turizmi*).

Bolu ili Türkiye'nin kuzeybatısında yer almaktadır. Bolu'nun sahip olduğu iklim ve doğa, turizm sektörü için birçok fırsat sunmaktadır. Özellikle son on yılda ilde turizm sektörüne yapılan yatırımlar hız kazanmıştır. Bolu ili turizm sektörünün gelişimi ve turizm kümelenmesinin sağlıklı bir şekilde gelişebilmesi için turizm sektörü *Kümelenme Analizi* çalışmaları yapılmıştır. Proje, Bolu Sanayi ve Ticaret Odası ve Bolu Valiliği öncülüğünde gerçekleştirilmiştir. Proje kapsamında, Bolu ili turizm sektörünün alt sektörleri (sağlık, doğa, spor, kongre, kültür turizmi), sektörün lider ve eksik oyuncuları tespit edilerek ilişki analizleri yapılmış ve sektörün kümelenme haritası çıkarılmıştır²⁹⁷.

İstanbul'da yerleşik bir kurulunun önderliğinde Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu'nun da aktif danışmanlık desteği sağladığı kümelenme çalışmaları ile sektörün resmi ve özel tüm unsurları aynı masa etrafında toplanarak kalıcı ve sürdürülebilir bir turizm kalkınması için yapılması gerekenlere dair bir yol haritası belirlenmiştir²⁹⁸.

Kümelenme projesi sektörel ve bölgesel teşvikle desteklenirse Bolu turizm sektöründe ciddi sıçrama ve atılımlar gerçekleştirecektir. Bolu ili, sahip olduğu potansiyel ile birçok bölge ve yöreden daha büyük avantajlara sahiptir. Yatırıma dönüşen girişimler ile önümüzdeki dönemde adından sıkça söz ettirmeye de aday konumdadır. Çünkü Bolu, konuklarına aynı zaman diliminde kış turizminden doğa

²⁹⁶ Melih BULU ve İ. Hakkı ERASLAN (2008), "Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi", http://www.urak.org/URAK_Yayinlar/2008BuluVeEraslan.pdf, ss.7-8, (E.T:18.04.2012).

²⁹⁷ <http://www.vezirdanismanlik.com/referanslar.htm>, (E.T:18.04.2012)

²⁹⁸ "Turizm Kümelenmesi Bolu'nun Umudu Oldu", Dünya Gazetesi, 2008, <http://www.dunyagazetesi.com.tr/haber.asp?id=6677>, (E.T:21.04.2012).

turizmine, termal ve sağlık turizminden kongre turizmine ya da spor turizmine kadar uzanan geniş bir yelpazede birçok seçenek sunmaktadır²⁹⁹.

Türkiye'nin Davos'u olmaya aday olan Abant'ın, yanı sıra bir doğa harikası olan Yedigöller Milli Parkı, Gölcük, kış sezonunda 4 tesisiyle yüzde 100'lük doluluk oranı ile alışan Kartalkaya, Göynük ve Mudurnu'daki tarihi ve kültürel yapılar ile Bolu, kısa tatiller için ziyaretçilerine vazgeçilmez bir alternatif sağlamaktadır. Karacasu Bölgesi ise 9 bin kişilik termal su rezerviyle çok güçlü bir kaynağa sahiptir. Mevcut tesislerin kapasitesi bu rakamın çok altındadır. Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Hastanesi oluşan talebi karşılamakta ciddi güçlükler yaşamaktadır. Üniversite bünyesinde projesi tamamlanan fizik tedavi ve rehabilitasyon ünitesi oluşan yoğun talebi kısmen de olsa hafifletilmiş olacaktır. Karacasu yeni yatırımcılarını beklemeye devam etmektedir. Bölgede toplam 127 dönümlük turizm alanı, bakanlıkça ihale edilerek yatırımlara açılacaktır. Bölgede yeni yatırımlara da start verilmiş ve biri 5 yıldızlı Gazella Resort & SPA Oteli olmak üzere girişimcilerimiz tarafından ciddi tesisleşme adımları atılmıştır³⁰⁰.

Gelecekte sağlık turizminin daha da önem kazanacağı düşünülürse Bolu'nun ilerde büyük termal tesislerin olacağı bir il haline gelmesi kaçınılmazdır. Ülkemizde bu tesislerden faydalanmak isteyen binlerce insan mevcuttur. Adeta burası "termal hastane" olarak adını duyuracaktır. Bunun dışında kış ve doğa turizmi de oldukça gelişmiştir. Önümüzdeki yıllarda yapılacak olan yatırımlar sayesinde sürdürülebilir turizm kümelenmesi sağlanmış olacaktır. Bu da diğer turistik bölgelerimiz için güzel bir örnek teşkil edecektir.

3.3.TURİZM KÜMELENMESİNİN BÖLGESEL KALKINMA ÜZERİNDE ETKİLERİ

Bölgelerarasında gelişmişlik farklarının azaltılması, dengeli büyüme ve kalkınmanın sağlanabilmesi için turizm sektörüne önemli görevler düşmektedir.

²⁹⁹ "Turizm Kümelenmesi Bolu'nun Umudu Oldu", Dünya Gazetesi, 2008, <http://www.dunyagazetesi.com.tr/haber.asp?id=6677>, (E.T:21.04.2012).

³⁰⁰ "Turizm Kümelenmesi Bolu'nun Umudu Oldu", Dünya Gazetesi, 2008, <http://www.dunyagazetesi.com.tr/haber.asp?id=6677>, (E.T:21.04.2012).

Turizmin bölgede ve yurttaki gelişmesi için tüm imkanların tam olarak kullanılması ve daha fazla yabancı turistin ülkemize ziyaretiyle birlikte istihdam, gelir ve oluşturduğu katma değer artacak, böylece bölgeler arasında var olan dengesizlikler bir nebze olsa çözümlenecektir³⁰¹.

Turizmin Türkiye ekonomisindeki yerini incelediğimiz bundan önceki bölümde turizmin Türkiye ekonomisi için ne kadar önemli olduğunu görmüştük. Bu incelememiz genel çerçevede olup aynı durumun bölgeler arasında incelendiğinde söz konusu olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Ülkemiz doğal zenginlikleri itibarıyla zengin bir ülke olmakla birlikte bölgeler arasında gelişmişlik farklılıkları olan bir ülkedir. Geri kalmış bölgelerimiz tıpkı Türkiye'nin gelişmiş ülkelere yaklaşmak için turizm gelirlerini kullanacağı gibi aynı şekilde turizm gelirlerinden yararlanarak ülkemizin gelişmiş diğer bölgelerini yakalama konusunda geri kalmış bölgelerimiz turizm gelirlerini kullanabilir. Kümelenme kavramının turizm sektörüne uygulandığı düşünüldüğünde kümelenme sonucunda oluşacak uzmanlaşma, işbirliği, oluşturulan sinerji ve inovasyonla birlikte turizmin bölgesel kalkınmada istenilen amacı sağlamasına ortam hazırlanabilir. Zengin turizm potansiyeline sahip geri kalmış bölgelerimizde kümelenme sayesinde, turizm potansiyelinin verimli bir şekilde kullanılması sağlanacak, böylece bölgede kalkınma hızı artacak, ülkemizin bölgeleri arasındaki gelişmişlik farkları giderilmesinde turizm etkin bir rol oynayacaktır. Sultanahmet Turizm Kümelenmesi sonucunda elde edilen olumlu sonuçlar bunu desteklemektedir.

Sultanahmet Turizm Kümelenmesi'nin yanında henüz tam olarak gerçekleşmemiş proje aşamasında olan MEVKA Bölgesi Turizm Kümelenmesi, Kapadokya Turizm Kümelenmesi, Antalya Bölgesi Turizm Kümelenmesi, Muğla Turizm Kümelenmesi, Mardin Turizm Kümelenmesi, Bolu Turizm Kümelenmesi gibi turizm kümelenmesi çalışmaları da vardır. Bu çalışmaların ortak noktası yapılan analizlerle turizm potansiyeli belirlenmesi ve bu potansiyelin kümelenme faaliyeti sonucunda nasıl aktif hale getirileceği konusunda araştırmalar yapılmasıdır.

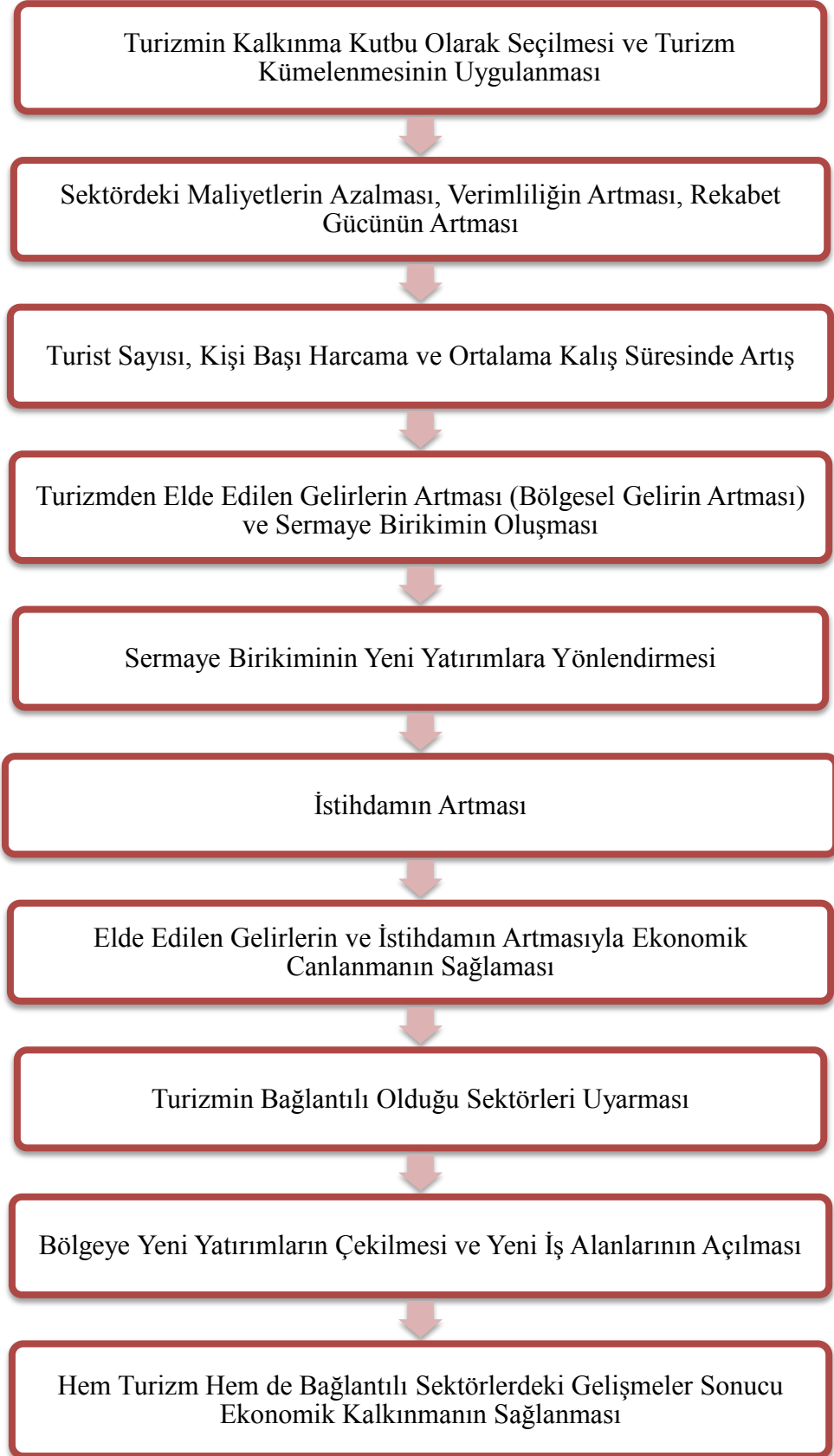
Ülkemizdeki turizm faaliyetlerine bakıldığında turizm çeşitliliğinin sağlanamadığı görülmektedir. Turizmle ilgili çalışmaların büyük bir bölümünün

³⁰¹ İlker BAYRAM (2010), Ege Bölgesindeki Turizm Faaliyetleri ve Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkileri, Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara, s.74.

Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgeleri'nde yoğunlaşmış olması turizmde çeşitliğin sağlanamadığını doğrular niteliktedir. Oysaki geri kalmış bölgelerimizdeki turizm potansiyeli, doğru tanıtım ve pazarlama faaliyetleri sonucunda söz konusu bölgenin kalkınmasında turizm lokomotif görevi üstlenebilir³⁰². Bu potansiyeli kümelenmeyle birlikte aktif hale getirilmesi halinde geri kalmış bölgelerdeki ekonomik kalkınma turizmin yaklaşık 35 sektörü harekete geçireceği düşünüldüğünde çarpan etkisiyle artacaktır. Turizm kümelenmesinin bölge içinde kalkınma kutbu oluşturması, sektördeki maliyetleri düşürmesi, sektörün verimliliğini artırması, turizmden elde edilen gelirlerin artmasıyla bölgesel gelirin artması, turizm ve bağlantılı sektörlerin gelişmesiyle bölge içinde istihdamın artması, rekabet gücünün artmasıyla daha fazla turist'in bölgeye çekilmesi, sosyo-kültürel kalkınma sağlaması turizm kümelenmesinin bölgesel kalkınmaya etkilerinden birkaçıdır. Turizm Kümelenmesi yardımıyla bölgesel kalkınmanın sağlanmasının aşamaları Şekil 11'de özetlenmiştir. Bu bölümde turizm kümelenmelerinin bölgesel kalkınmaya etkilerden bazıları incelenecektir.

³⁰² KÖK (2010), ss.93-94.

Şekil 11: Turizm Kümelenmesi Kalkınma Modeli



3.3.1. Turizm Kümelenmesinin Kalkınma Kutbu Oluşturması

Turizm katma değer yoluyla bölge ekonomisine çok büyük katkıları olmaktadır. Turistik ürünün milli gelir üzerinde yarattığı katma değer etkisi, diğer sektörel üretimden yüksek olduğundan kalkınma için büyük bir önem arz etmektedir. Turizm sektörü taşıdığı özellikler nedeniyle 35 sektörle yakın bir ilişki içindedir. Yani turizmin gelişmesi demek aynı zamanda bu 35 sektörün de gelişmesi anlamına gelmektedir³⁰³.

Perroux tarafından ortaya atılan Kalkınma Kutbu Teorisi'nin özünde, kalkınma potansiyeli olarak belirlenen sektörün desteklenerek geliştirilmesi, o sektör sayesinde toptan bir ekonomik yükselme sağlanabileceği temeline dayanmaktaydı. Ülkemiz açısında da düşünüldüğünde bazı bölgelerimizin kalkınmasında turizmin çok önemli rolü olduğu açıktır. Bunun yanında zengin turizm potansiyeline sahip olup halen istenildiği seviyede kalkınamamış birçok bölgemiz vardır. Turizm potansiyeli olup bunu kullanamayan bölgelerimizde turizm öncü sektör olarak belirlenerek kalkınma kutbu oluşturulabilir. Kalkınma Kutupları Teorisi'nde belirtilen olumlu sonuçlar sayesinde turizm sektörü birçok sektörü beraberinde geliştirebilir. Bunun yanında turizm sektörünün en etkin şekilde kullanılması gerekliliği vardır. Kümelenme stratejisi sayesinde turizm sektöründen daha fazla verim alınabilir. Turizm kümelenmesi turizmle ilişkili sektörlerin arasındaki işbirliğini artırmada oldukça önemli bir stratejidir. Kalkınma Kutbu Teorisi'nde kalkınma kutbu olan sektörün gelişmesinin diğer sektörleri de harekete geçireceği temelinden hareket ettiği düşündüğümüzde firmalar arasındaki işbirliği ve iletişimin çok önemli bir rol oynayacağı, bu bağlamda düşünüldüğünde kümelenme stratejisinin önemli bir kaynak olacağı açıktır. Turizm kümelenmesi sayesinde kalkınma kutbu oluşturulmasının sonucu aslında turizm kümelenmesinin bölgesel kalkınmaya etkilerinin temel nedenidir.

³⁰³ İlker BAYRAM (2010), Ege Bölgesindeki Turizm Faaliyetleri ve Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkileri, Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara, s.74.

3.3.2.Turizm Kümelenmesiyle Bölgesel Gelirin Artması

Ülkemizde tam anlamıyla uygulanan ve sonuçlarını veren turizm kümelenmesi örneği Sultanahmet Turizm Kümelenmesidir. Sultanahmet Turizm Kümelenmesi ile elde edilen kazanımlar ışığında gelişmekte olan bölgelerimizde uygulanması muhtemel turizm kümelenmesi çalışmasıyla elde edilecek kazanımlar tahmin etmek mümkün olacaktır. Bu çerçevede Sultanahmet Turizm Kümelenmesi sonucunda meydana gelen olumlu sonuçlar incelendiğinde aynı kümelenme çalışmalarının geri kalmış bölgelerimizde uygulanması durumunda bölgede gelir artışı meydana gelmesi muhtemeldir. Buna göre Sultanahmet Turizm Kümelenmesi'nde üyelerinin yıllık ciroları 400.000 dolar'dan 1.000.000 dolara yükselmiştir. Turistlerin ortalama kalış süreleri 2 günden 3 güne çıkmıştır. Turistlerin günlük harcama tutarları ortalama 50 dolardan 80 dolara çıkmıştır. Talepte meydana gelen artışa paralel olarak otel odalarının ücreti 20 dolardan 40 dolara yükselmiştir. 1999 yılındaki olumsuzluklardan oldukça etkilenen Sultanahmet bölgesi başarılı bir kümelenme politikası sayesinde aşmayı başararak Türkiye'nin en başarılı turizm kümelenmesi örneği olmuştur. Bu başarılı kümelenme örneğiyle birlikte kişi başına turizm gelirlerindeki artış sağlaması ile Türkiye'nin dünya turizm pastasından daha fazla pay alması mümkün görünmektedir³⁰⁴. Bunun yanında turizm kümelenmesi sayesinde turizm ürününün kalitesi artacak dolayısıyla turizm talebi de artacaktır. Artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar sayesinde gerek turizm sektöründe gerekse turizmle bağlantılı diğer sektörlerde üretim faktörlerinin gelirleri de artacaktır³⁰⁵. Ayrıca turizm gelirlerinin artması istihdamı da arttıracak, artan istihdam sayesinde kişilerin gelir düzeyi artacak artan bu gelir düzeyi sayesinde de kişiler daha fazla harcama yaparak bölgede ekonomik faaliyetler gelişecektir.

Kümelenme sayesinde örnek kümelenme faaliyetlerinde de görüldüğü gibi bölgeye gelen turist sayısında artış meydana gelecektir. Turist sayısındaki artışla birlikte turizmden elde edilen gelir de artacaktır. Bölgedeki gelir artışı sayesinde ülkenin milli gelir düzeyi de buna paralel olarak artacaktır.

³⁰⁴ BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), ss.983-985.

³⁰⁵ İlker BAYRAM (2010), Ege Bölgesindeki Turizm Faaliyetleri ve Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkileri, Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara, s.74.

Sultanahmet bölgesindeki bahsettiğimiz değişimler bölgedeki turizmle ilişkili firma ve kişilerin gelir artışı olduğunun kanıtıdır. Turizm Kümelenmesi gelişmemiş bir bölgemizde uygulandığında aynı etkilere yakın etkiler ortaya çıkacağı dolayısıyla bölgesel geliri artıracaklarını rahatlıkla söyleyebiliriz. 1999 yılındaki olumsuzlukları Sultanahmet Bölgesi Turizm Kümelenmesi sayesinde aşıyorsa geri kalmış ve turizm potansiyeli olan bölgeler de geri kalmışlıklarını bu sayede giderebilirler. Ayrıca turizm kümelenmesini kalkınma kutbu olarak görülmesi muhtemel etkilerin daha yüksek oranda meydana gelmesine ortam hazırlayacaktır.

3.3.3.Turizm Kümelenmesinin İstihdamı Artırması

Turizm kümelenmesi sayesinde hem girdiler hem de nitelikli işgücü temini kolaylaşır. Tedarikçi, kalifiye işgücü ve destekleyici kurum ve hizmetlerin bulunması, yeni turizm işletmelerinin kurulmasını özendirir. Bilgi ve enformasyon hızlı akışı, ekonomik faaliyetlerin daha dinamik ve iş olanaklarının çoğalmasını sağlar³⁰⁶.

Turizm sayesinde bölgede birçok iş imkanı meydana gelecektir. Turizmde doğrudan istihdam edilen kişilerin yanında bağlantılı sektörlerde de istihdam artacaktır. Hatta turizm sektörünün ilişkili olduğu tarım sektöründe dahi turizm gelirlerindeki artışa paralel olarak tarım ürünlerinin kalitesi artacak, tarımsal ürünlerin değeri artacağından tarımla uğraşan kişi artacak bu sayede tarımdaki istihdama da katkıda bulunarak gizli işsizlik azalacaktır. Dolayısıyla bölgede refah seviyesi artacaktır. Bunun yanında kişiler tarımda istihdam edileceğinden göçler önlenecek, böylece bölgelerarası dengesizlik en aza indirilecektir³⁰⁷.

Sultanahmet Turizm Kümelenme örneğine baktığımızda küme içerisinde istihdam edilen personel sayısı ortalama 12'den 18'e yükseldiği görülmektedir. Bu istatistik turizm kümelenmesinin istihdamı pozitif etkilediğini söyleyebiliriz³⁰⁸. Turizm kümelenmesi sayesinde en başta turizm ürününün kalitesi artacak bu durum ise bölgeye gelen turist sayısını artıracaktır. Artan turist sayısı sayesinde işletmeler daha fazla

³⁰⁶ MARIN ve ERASLAN (2007a), s.939.

³⁰⁷ İlker BAYRAM (2010), Ege Bölgesindeki Turizm Faaliyetleri ve Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkileri, Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara, s.74.

³⁰⁸ BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), ss.983-985.

eleman istihdam etmek zorunda kalacaktır. Turizm sektörün birçok sektörle bağlantılı olduğu düşünüldüğünde geri kalmış bölgelerde uygulanacak başarılı bir turizm kümelenmesi sayesinde çarpan etkisiyle bölgede turizme girdi sağlayan birçok sektörün gelişecektir. Turizm sektörünün gelişmesi girdi olarak kullanılan birçok mamule olan ihtiyaç artacak önceleri bölge dışından ithal edilen birçok mamulün bölge içinde üretilmesi zorunluluğu ortaya çıkacak ve böylece bölgede yeni fabrikalar kurulması için yatırımcıları teşvik edecektir. Yeni fabrikaların kurulması işsizler için yeni bir iş alanı anlamına geleceğinden işsizlik sorunu da böylece çözülecektir. Bu döngü sonucunda turizm kümelenmesi ikinci kez istihdama katkı sağlamış olacaktır. Bölge içinde işsizlik sorunun çözülmesiyle bölge dışına göçler azalacaktır. Bölge dışına göçlerin azalmasıyla göç alan gelişmiş bölgelerdeki nüfus yoğunluğu azalacaktır. Gelişmiş bölgelere yapılan göçlerin azalmasıyla bölgelerde çarpık kentleşme sorunu ortadan kalkacaktır. Yani uygulanan turizm kümelenmesi makro düzeyde olumlu sonuç ortaya çıkaracaktır.

3.3.4. Turizm Kümelenmesinin Rekabet Gücünü Artırması

Kümelenme politikaları sayesinde turizm faaliyetlerindeki rekabet gücünü artırabiliriz³⁰⁹. Turizm potansiyeline sahip geri kalmış bir bölgenin turizm potansiyeli olan ve bunu kullanabilen bir bölge ile rekabet etmesi zordur. Bir turist turistik faaliyet için seçim yapmak zorunda kalsa imkanlarının iyi olduğunu düşündüğü gelişmiş bölgeyi tercih edecektir. Daha öncede belirttiğimiz gibi kümelenmenin en temel amacı rekabet gücünü artırmaktır. Geri kalmış bir bölgede turizm kümelenmesi çalışmasını uyguladığımızda daha önce yapılan analizlerde de görüldüğü gibi bölgedeki turizm faaliyetlerinin kalitesini nitelik ve nicelik olarak artıracaktır. Bu durum bölgenin diğer bölgeyle rekabetini olumlu yönde etkileyerek turistlerin tercihlerini kendi bölgeleri lehine değiştirecektir. Böylece turizm kümelenmesinin rekabet gücünü artmasıyla beraber bölge daha fazla turist çekerek turizmden elde edilen gelirler artacak bu da bu zincir içindeki firmalardan çalışanlara, bakkalından manavına olumlu yansımaları olacaktır. Bu ise bölgenin kalkınması anlamına gelmektedir.

³⁰⁹ BULU ve CANGEL ve ŞENGÜLER (2007), ss.983-985.

3.3.5.Turizm Kümelenmesinin Sosyo-Kültürel ve Diğer Etkileri

Turizm kümelenmesinin sosyo-kültürel ve diğer etkilerini kısaca şu şekilde özetleyebiliriz³¹⁰:

- Turizm sektöründeki gelişmelerle birlikte yerel halk evlerini pansiyon olarak turistlere kiraya vererek gelir elde edeceklerdir. Bunun yanında dışarıdan gelen turistlerle etkileşim sonucunda sosyo-ekonomik kalkınmaya da olumlu etkiler yaparak çağdaş uygarlık düzeyine ulaşmada önemli aşamalar kat edilecektir.
- Doğaya dayalı olarak ortaya çıkan bir turizm faaliyeti sonucu büyük kent ve sanayi merkezinde kazanılmış gelirlerin kırsal yörelere aktarılmasıyla hem ülke düzeyinde hem de uluslararası düzeyde gelirin yeniden dağılımında etkili olacak aynı zamanda sosyal adaletin sağlanması konusunda turizm önemli rol alacaktır.
- Turizm sayesinde bölgede çevre bilincinin gelişmesine ortam hazırlanarak turizm sayesinde bölge insanı çevreyi koruyacak, hava ve su kirlenmesini önleyecektir. Yörede sürdürülebilir bir çevre modeli gelişecek ve kalkınma sürecinin gelişmesine neden olacaktır.
- Turizm sayesinde bölgede, kalkınma hızı ile nüfus artış hızı arasındaki dengesizliğinden kaynaklanan iç göçler, turizmin gelişmesiyle daha az olacaktır. Büyük kentlere göçlerin azalmasına bağlı olarak kentlerde gecekondulaşma ve çarpık kentleşme azalacaktır. Turizm bu sayede aşılması zor olan bu toplumsal sorunların çıkmasını önleyici ve azaltıcı fonksiyonu sayesinde ülkenin kalkınmasına katkıda bulunacaktır.
- Yörenin sahip olduğu gelenekler ve görenekler bölge için birer çekim unsuru olduğundan bölgelerde oturanların sahip oldukları sosyo-kültürel değerleri yıpranmayacak hatta değer kazanacaktır Bu unsurlarının zenginliği aynı zamanda bölgenin de gelişim aşamalarını hızlandıracaktır.
- Turizmin gelişmesi iyi hazırlanmış bir alt yapıya bağlı olduğundan başta yörede yol, su, elektrik, kanalizasyon, otopark ve haberleşme gibi fiziksel alt yapı hizmetleri gibi hizmetler turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak gelişecek böylece yörede fiziksel alt yapı sorunu da ortadan kalkacaktır. Alt yapı

³¹⁰ÇEKEN (2008), ss.300-3002; MARIN ve ERASLAN (2007a), s.939.

imkanlarındaki bu gelişmeyle birlikte alt yapısı hazır olan diğer endüstri bölgeleriyle aradaki dengesizlikler giderilmiş olacaktır.

- Turizm faaliyetlerinin yapıldığı bölgede altyapı yatırımları özendirilir.
- Küme içerisindeki rekabetin ve işbirliği içerisinde girme zorunluluğunun farkında olmaları inovasyon özendirilir.
- Turizm kümelenmesi içerisinde teknoloji çok hızlı yayılacaktır.
- Zincir içerisinde bulunan birçok firma tüketicilerin ihtiyaçlarının karşılayabilme kapasitesini artıracaktır.
- Kümenin gelişmesiyle yeni firmaların kurulması ve piyasaya girmesi özendirilerek endüstri geliştirilir.
- Kişilerin gelir durumunun artmasıyla hırsızlık, gasp gibi asayiş olayları azalacak, ülkemizin de sorunlarından biri olan terör gibi sorunların önüne geçilmiş olacaktır. Böylece bölge içinde huzur ve barış sağlanmış olacaktır.
- Bölge içinde işsizlik sorunun çözülmesiyle bölge dışına göçler azalacaktır. Bölge dışına göçlerin azalmasıyla göç alan gelişmiş bölgelerdeki nüfus yoğunluğu azalacaktır. Gelişmiş bölgelere yapılan göçlerin azalmasıyla bölgelerde çarpık kentleşme sorunu ortadan kalkacaktır. Yani uygulanan turizm kümelenmesi makro düzeyde olumlu sonuç ortaya çıkaracaktır.

Başarılı bir turizm kümelenmesi çalışması için MEVKA Turizm Kümelenmesi çalışması sırasında sunulan makro düzey stratejiler genel olarak bütün turizm kümelenmesi çalışmalarında göz önünde bulundurulması yararlı olacaktır. Buna göre daha öncede belirttiğimiz şu makro düzey stratejiler uygulanmalıdır:

- Markalaşma stratejileri başlatılmalıdır.
- Yeni hedef pazarların geliştirilmelidir.
- Çevresel öğelere önem verilmelidir.
- Ulaşım altyapısı iyileştirilmelidir.
- Turizm sektöründe holistik bakış ve yönetim yapısı oluşturulmalı: Sektöre yönelik makro-mezo-mikro düzeyde planlama yapılmalıdır.
- Güvenlik ve sigorta hizmetleri yaygınlaştırılmalıdır.

- Nitelikli istihdam yaygınlaştırılmalıdır.
- Doğal ve su kaynağı kullanımı yönetimi modellenmelidir.
- Destinasyon yönetim yaklaşımı uygulanmalıdır.
- Sektörün dönüştürülmesi ve modellenmesi yapılmalıdır.
- Yerel yönetimler entegre edilmeli ve ortak bir yaklaşım geliştirmelidir.

SONUÇ

Küreselleşmeyle birlikte dünyanın ekonomik, sosyo-kültürel, psikolojik, siyasal birçok özellikleri değişime uğramıştır. Artık insanlar dünyanın bir yerinde meydana gelen olayları anında öğreniyor, hayatında hiç gidip görmediği yerler hakkında birçok bilgiye sahip oluyor deyim yerindeyse dünyada yaşanan bir gelişme bütün insanlığı etkileyecek bir hal alıyor. Artık sınırlar ortadan kalkmış, sevinçler, üzüntüler aynı anda yaşanır hale gelmiştir. Bununla birlikte insanların gelir düzeyleri artmış, insanlık geçmişe göre daha refah içerisinde yaşamaya başlamıştır. Gelir düzeyi artan insanlığın buna paralel olarak iş yoğunluğu, şehir hayatının getirdiği olumsuzluklar, trafik ve dahası birçok insan yaşamının etkileyen olumsuzluklar insanı psikolojik olarak baskı altına almış, geçmişteki birçok hastalığın yerini yaşanan bu stresten dolayı psikolojik hastalıklar almıştır. Bu saydığımız etmenlerden dolayı insan kendisini bir nebze olsun rahatlatıp özlemini duyduğu huzurlu bir ortama kısa süreliğine de olsa kavuşma isteğinin artması insanı turistik faaliyetler için güdülemektedir. İnsanların gelir düzeylerinin artması, iş yaşamının getirdiği olumsuzluklar ve şehir hayatının getirdiği olumsuzlukların dışında insanların yaşam süresinin artması sonucu daha uzun emeklilik süresi geçirmeleri, çalışanların ücretsiz izin gibi sosyal haklarının artması, aile durumu, reklam ve tanıtım sonucunda insanların turistik faaliyetlere çekilmesi, moda ve gösteriş insanların turistik faaliyetlere girişmelerinin nedenleri arasında sayabiliriz. Yapılan bu turistik faaliyetlerin turizm potansiyeline sahip ülke veya bölge ekonomilerine en önemli olumlu etkisi gelir artışı ve ekonomik büyümedir. Turizm gelirleriyle milli gelirdeki artış arasındaki ilişkiyi inceleyen ampirik çalışmaların sonuçları da bu durumu doğrular niteliktedir. Zira bu çalışmaların çoğunda milli gelir ile turizm gelirleri arasında pozitif ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanında turizmin ödemeler dengesini düzenleme, çarpan etkisi, istihdam alanı oluşturma, farklı kültürlerle etkileşim sonucu ülkelerin sosyal yapılarının gelişmesi, turizm faaliyetlerine ev sahipliği yapan alanların korunması yoluyla çevrenin korunması gibi turizmin olumlu etkileri mevcuttur. Bu olumlu etkilerin yanında ülke veya bölge ekonomilerinde turistik faaliyetlerin belli mevsimlerde yoğunlaşması sonucu mevsimlik dalgalanma nedeniyle yatırımların turizm dönemi dışında atıl kalması ve mevsimsel işsizlik gibi sorunlar meydana gelmektedir. Mevsimsel dalgalanmadan doğan olumsuzlukların yanı sıra

ülkenin turizm giderlerinin turizm gelirlerini aşması sonucu ödemeler dengesinin bozulması, turizmin enflasyona neden olması, turizm mevsimlerinde trafik kazaları, altyapı yetersizlikleri, çevre sorunları, kültürel yozlaşma, turizmin fırsat maliyeti gibi olumsuz sonuçlarda doğurabilir.

Turizmin Türkiye ekonomisi içinde önemli bir yere sahiptir. Dünya turizm gelirleri sıralamasında ülkemiz 12. , turist sayısında 6. sırada bulunması Türkiye’de turizmin önemini ortaya koymaktadır. Dönemler itibariyle birkaç yıl hariç turizm gelirleri turizm giderlerinden fazla olmuştur. Bu durum turizmin ödemeler dengesini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca turizm döviz kazandırıcı etkisi nedeniyle yıllardır işçi dövizleriyle birlikte önemli bir yere sahiptir. Kriz dönemlerinde ihtiyaç duyulan döviz bu sayede sağlanarak krizden kurtulmada araç olarak kullanılabilir. 2012 yılı itibariyle turizmin GSMH’daki payı %3,7 olarak gerçekleşmiştir. Bunun yanında turizmin çarpan etkisi düşünüldüğünde turizmin milli gelir içinde ne derece önemli olduğu görülmektedir. Turizm gelirlerinin ülkemizin dış ticaret açıklarına oranı da dikkat çekici bir husustur. Zira 2012 yılı itibariyle turizm gelirlerimiz dış ticaret açığımızın %34,9’una tekabül etmektedir. Bu durum turizm gelirlerinin ülkemiz ekonomisi için önemli bir yeri olduğunu göstermektedir. Turizm, doğrudan ve bağlantılı sektörler aracılığıyla ülkemiz insanlarına birçok iş alanı açmaktadır. Bunun yanında ülkemizdeki turizm faaliyetlerinin yaz aylarında yoğunlaşmasından dolayı mevsimsel dalgalanmalar yaşanması, istihdamda da dalgalanmalar yaşanmasına neden olmaktadır. Turizm ülkemiz istihdamının %8’ini oluşturmaktadır. Turizm açısından zengin bir potansiyele sahip bir ülkenin bu alanda dünya ortalamasının altında istihdam oluşturmaması ve mevsimsel dalgalanmadan dolayı bazı dönemlerde bu alanda istihdamın azalması Türk turizmi açısından bir eksikliktir. Bu durum turizmde çeşitlendirme yoluna gidilerek aşılabılır. Bu açıdan bakıldığında turizm alanında istihdamın artırılması yolunda çalışmalar yapılmalıdır. Ülkemizdeki işsizlik ve turizm ülkemiz turizm potansiyeli düşünüldüğünde turizmden daha fazla yararlanılabilir. Ülkemiz turizminin bir diğer eksikliği ise turist sayısı açısından dünyada 6.sırada yer almasına rağmen turizm gelirlerinde 12.sırada yer almasıdır. Bu rakam aynı bize turist çekmede sıkıntı yaşamadığımızı fakat turizm gelirlerimizin turist sayısı ile paralel seyretmediğini göstermektedir. Bunun birkaç sebebi vardır. Gelen turistlerin ortalama harcamalarının düşük olması ve ülkemiz turizm ürününün göreceli

olarak ucuz olması bunun nedenlerinden sayılabilir. Turistlerin ortalama harcamalarının düşük olması ve turizm ürünümüzün ucuz olmasının sebebi rekabetçilik açısından güçlü olmadığıdır. Zira rakip olarak gördüğümüz ülkelerle rekabet edebilmek için turistlere daha ucuz hizmet sunmaktayız. Bunun yerine kümelenme gibi turizmde kaliteyi artıracak, rekabet edilebilirlik üzerine stratejiler uygulanmalıdır. Bu sayede var olan turizm potansiyelimizden en etkin verimi alarak turizmin ekonomik yararlarını daha da artırabiliriz.

Ülkemiz ekonomisi için en önemli sorunlardan birisi bölgelerarası dengesizlikler ve bu dengesizliklerin meydana getirdiği sorunlardır. Dünyada da bölgesel dengesizlikler sadece gelişmekte olan ülkelerin değil gelişmiş ülkelerinde sorunudur. Bölgesel dengesizliklerin nedenleri olarak kaynakların bölgeler içerisinde eşit dağılmaması, bölgelerdeki sermaye yetersizliği ile girişimcilik ruhu eksikliği gibi kültürel ve ekoonomik özellikler sayılabilir. Bölgesel dengesizlikler ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasal birçok olumsuzluklara neden olmaktadır. Bunlardan bazılarını gelişmiş bölgelere göçlerin artarak buralarda çarpık kentleşmeye yol açması, gizli işsizlik, bölgede efektif talebin yetersizliği, altyapı yetersizliği, sosyal hizmetlerin yetersizliği, toplumsal huzurun ve barışın bozulması, kır kent dengesinin bozulması şeklinde sıralayabiliriz. Son yıllarda bu olumsuzların giderilmesi için çeşitli bölgesel kalkınma teorileri ortaya atılmıştır. Bu teorilerin bir kısmı bölgesel dengesizlikleri gidermek yerine sorunu daha da derinleştirmiştir. Bir kısmı ise sınırlı bir etki yapmıştır.

Bölgesel dengesizliklerin çözümü için teşvik tedbirleri, kamu yatırımları, idari kararlar ve düzenlemeler ile kalkınma ajansları gibi araçlar devreye sokulmuştur. Son yıllarda adından sıkça söz ettiren kümelenme kavramı, sınırlı kaynaklara sahip geri kalmış bölgelerin kaynaklarını daha verimli kullanmasına olanak sağlayarak bölgesel dengesizlikleri ortadan kaldırmada bir araç olabilir. 1939 yılında Tryon'un literatüre tanıttığı Porter'ın daha da geliştirdiği kümelenme kavramı Porter'ın ifadesine göre; aynı sektörde faaliyet gösteren aralarında işbirliği ve aynı zamanda rekabet olan işletmelerin, onlara mal ve hizmet sunan tedarikçilerin üniversiteler, meslek kuruluşları, iş koluyla ilgili standartları belirleyen ve kontrol eden kurumlar gibi kurumsal yapıların aynı coğrafi bölgede yoğunlaşmasıdır. Yani belirli bir faaliyet kolunda üretim yapan firmalar ve bu firmalara girdi sağlayan firmalar ile bu firmaları destekleyen kurumların bir arada işbirliği içerisinde faaliyet göstermesidir. Kümelenme sayesinde firmalar yeni teknoloji

geliştirme, rekabeti artırma, uzmanlaşmanın sağlanması, oluşturulan işbirliğinin sinerjiye dönüşmesi, bilgi paylaşımı, markalaşma ve maliyetlerin düşmesi gibi meydana gelecek olumlu sonuçlar elde edeceklerdir. Bunun yanında altyapı hizmeti sağlayan devlet dağınık dağınık birçok yere altyapı hizmeti götürmek yerine tek bir yere sağlam bir altyapı hizmeti oluşturarak hem maliyetini azaltacak hem de az firmanın faaliyet gösterdiği yere götürdüğü altyapının atıl kalması gibi olumsuzluğun önüne geçilecektir. Firmalar ihtiyaç duydukları girdileri bölge ya da ülke dışından getirtmek zorunda kalmayacağı için bölgenin kaynakları yine bölgede kalacaktır. Bunun yanında nitelikli eleman yetiştirilmesi sağlanarak uzmanlaşmış bir iş gücü sayesinde verimli bir üretim gerçekleştirilecektir.

Türkiye’de 9. Kalkınma Planı’nda rekabet edebilirlik, firmalar arası işbirliği gibi kümelenmenin temel amaçları öne çıkarılmıştır. Bu amaçla Türkiye için 32 küme kategorisi belirlenmiştir. Turizm bu 32 küme kategorisi içinde yer almaktadır. Turizm kümelenmesi genel olarak konaklama tesisleri, yeme-içme işletmeleri, turizm acenteleri, rehberlik hizmetleri, bilgilendirme merkezleri, nitelikli insan gücü tedariki sağlayan kurumlar, bilgi üreten kurumlar, medya, sivil toplum kuruluşları, hediyeelik eşya işletmeleri, sağlık, bankacılık, sigortacılık gibi temel hizmet sunan işletmelerin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuş kümelenme şeklindedir. Turizm işletmelerinin bir araya gelerek oluşturulan turizm kümelenmesi daha önce belirttiğimiz kümelenmenin bütün faydalarını sağlayarak bu endüstrinin gelişmesine doğal olarak bölge ya da ülke ekonomisinin gelişmesine yardımcı olacaktır. Turizm ekonomisinin ülkemiz kalkınmasında doğrudan ve çarpan etkisi yoluyla dolaylı etkilerini belirtmiştik. Kümelenmenin sektörlerin kalkınmasındaki etkisiyle turizmin ülke ekonomisine etkisini birlikte düşündüğümüzde oluşturulacak bir turizm kümelenmesi sayesinde turizmden elde edilen gelirler kat be kat artacaktır.

CAT’ın Türkiye’nin Rekabet Avantajı Projesi ile başlayan kümelenme projesi URAK adı altında kurumsallaşmıştır. Türkiye’de kümelenme çalışması sürecinde kümelenme konusunda önemli görüşleri bulunan Prof. Porter’ın ekibinden eğitimler alınmıştır. Daha sonraları Porter’ın asistanı Dr. Rudkovskaya ile birlikte Türkiye için kümelenme çalışmalarına başlanmıştır. Türkiye’de uygulanan ilk kümelenme örneği turizm alanında yapılan Sultanahmet Turizm Kümelenmesi’dir. Sultanahmet Turizm Kümelenmesi; Sultanahmet bölgesi turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik analizi,

Sultanahmet bölgesi kümelenme analizi, Sultanahmet turizm kümelenme geliştirme aşamaları olmak üzere üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada elmasın 4 köşesini oluşturan girdi koşulları, firma stratejileri ve rekabet yapısı, talep yapısı, ilgili ve destekleyici kuruluşların özellikleri araştırılarak rekabetçilik analizi yapılmıştır. İkinci aşama olan kümelenme analizinde birbirine bağlantılı 44 oyuncu ve 85 bağlantı tespit edilmiştir. Üçüncü aşamada kümelenme geliştirme çalışmaları yapılmış bu bağlamda küme aktörleriyle toplantılar yapılmıştır. 2000 yılında başlanan proje 2005 yılında küme oluşturulmasıyla tamamlanmıştır. Buna göre başlangıçta 85 olan bağlantı sayısı 147'ye, 400.000 olan ciro 1.000.000'a, turistlerin kalış süreleri 2 günden 3 güne, harcama tutarları 50 dolardan 80 dolara, otel oda ücretleri 20 dolardan 40 dolara yükselmiştir. Sadece bu rakamlar dahi kümelenmenin ne derece katkı sağladığını gözler önüne sermektedir. Bunun yanında geçmişte turizmden elde edilen gelirlerin Türkiye'nin turizm potansiyelinin ne derece altında olduğunu göstermektedir.

Sultanahmet Turizm Kümelenmesi'nin yanında henüz proje aşamasında olan MEVKA Bölgesi Turizm Kümelenmesi, Kapadokya Turizm Kümelenmesi, Antalya Bölgesi Turizm Kümelenmesi, Muğla Turizm Kümelenmesi, Mardin Turizm Kümelenmesi, Bolu Turizm Kümelenmesi gibi turizm kümelenme çalışmaları da mevcuttur. Bu çalışmaların ortak noktası yapılan analizlerle turizm potansiyeli belirlenmesi ve bu potansiyelin kümelenme faaliyeti sonucunda nasıl aktif hale getirileceği konusu üzerinde araştırmalar yapılmasıdır. Bu çalışmalar tamamlandığında hatta zengin turizm potansiyeline sahip diğer bölgelerimizde özellikle geri kalmış bölgelerimizde de turizm kümelenmesi çalışmaları uygulandığında turizmin bağlantılı olduğu sektörleri harekete geçirerek kalkınma kutbu oluşturacak ve bölgeler geri kalmışlığını bu yolla geride bırakacaktır. Sultanahmet Turizm Kümelenmesinden elde edilen kazanımlar geri kalmış bölgelerde uygulanacak turizm kümelenmeleri için umut vericidir. Ülkemizin doğu bölgeleri düşünüldüğünde turizm potansiyeli bakımından güçlü olmasına rağmen hem bu potansiyelini kullanamamış hem de çeşitli nedenlerden dolayı geri kalmışlığından kurtulamamış bir bölgedir. Buralarda turizm faaliyetleri yapılmakta fakat tam olarak bölgesel kalkınmada etkin olarak kullanılamamaktadır. İstanbul'un göbeğindeki bir turizm merkezi dahi turizm potansiyelini kümelenmeden önce kullanamadığı ve kümelenmeden sonra sıçrama yaptığı düşünüldüğünde aynı durumun geri kalmış bölgelerde de uygulanmasıyla benzer sonuçları vermesi

muhtemeldir. Özellikle yukarıda belirttiğimiz gibi turizm potansiyeli yüksek geri kalmış bölgelerde turizm kümelenmesi sayesinde kalkınma kutbu oluşturulabilir.

Geri kalmış bir bölgede oluşturulacak turizm kümelenmesinin uygulanmasıyla birlikte geri kalmış bir bölgede ekonomik etkilerin yanında, eğitimden teröre birçok sosyo-kültürel ve siyasal bir dönüşüm yaşanması turizmin ve kümelenmenin etkileri düşünüldüğünde kuvvetle muhtemeldir. İlk başta bu bölgeler turizm için cazibe merkezi haline getirilmelidir. Bu nedenle devlet altyapı, güvenlik gibi özel sektörün girişmeyeceği yatırımı bölgeye sağlanmalıdır. Daha sonra buralarda turistik işletmelerin kurulmasını teşvik edici tedbirler alınmalıdır. Kurulan turizm tesislerinde ve kümelenme zincirini tamamlayan diğer firmalarında bölgeye gelmesiyle birlikte bölge yeni firmalar için çekim merkezi haline gelecektir. Başarılı bir turizm kümelenmesinin uygulanmasıyla turizmdeki gelişmeler yaklaşık 35 sektörü harekete geçirecektir. Hem turizm sektöründeki olumlu gelişmeler hem de bağlantılı sektörlerdeki gelişmelerle birlikte bölgedeki gelir düzeyi artacak, sektörlerdeki gelişmeler yeni iş alanları açarak istihdamı artıracak, bölgenin rekabet gücü artacak, bu gelişmelerle birlikte bölgede sosyo-kültürel bir dönüşüm yaşanacaktır. ABİGEM tarafından hazırlanan Kayseri – Kapadokya Turizm Kümelenmesi Nihai Rapor’unda belirtilen Kapadokya Turizm Kümelenmesi’nin muhtemel etkilerine göre maliyetlerin %5 - %10 arasında düşeceği belirtilmiştir. Bu beklenti turizm kümelenmesinin maliyetleri düşüreceğini göstermektedir. Aynı raporda satışların %10% - %20 arasında, karlılığın %15 - %25 arasında, rekabetçiliğin %20 - %30 arasında artacağı öngörülmektedir. MEVKA Turizm Kümelenmesi’nde 2023 yılındaki turizm hedefleri olarak turist sayısında 1.838.738’den 10.107.500’e, elde edilen gelirin 408,5 milyon dolar’dan 2.530 milyon dolar’a artması öngörülmüştür. Bu verilerle birlikte Sultanahmet Turizm Kümelenmesi’nden elde edilen verilerle birlikte değerlendirildiğinde uygulanacak turizm kümelenmelerinin bölgesel kalkınmada etkili bir araç olacaktır.

Başarılı bir turizm kümelenme çalışması için aşağıdaki çalışmalar adımlar izlenmelidir:

- Bölgenin turizm potansiyelinin güçlü ve zayıf yönleri belirlenmelidir.
- Bölgenin turizm alt sektörlerini belirlenerek bunlardan gelişme potansiyeli bulunan alt sektörler belirlenmelidir.

- Gelişme potansiyeli bulunan alt sektörlerin analizi yapılmalıdır.
- Bölgedeki turizm aktörleri analiz edilerek aralarındaki ilişki düzeyi belirlenmeli, turizm aktörleri arasındaki ilişki düzeylerini artırmaya yönelik adımlar atılmalıdır.
- Bölgenin rakipleri analiz edilerek bölgenin rekabetçi gücü artırmaya yönelik tedbirler alınmalıdır.
- Turizm master planı hazırlanarak buna uygun makro düzey stratejiler belirlenmelidir.
- Turizm kümelenmesi çerçevesinde uygulanabilir projeler hazırlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- ABİGEM’ler Tarafından Yürütülen Kümelenme Çalışmaları (2010) , ABİGEM Gazetesi, Sayı:2.
- AÇIKGÖZ, Bülent (2012), “Küme Bazlı Yerel Ekonomik Kalkınma Girişimleri ve Yenilikçilik” UNDP, Samsun,
http://www.oka.org.tr/NewsDownload/UN_TR.ppt, (E.T:10.12.2012)
- AKIN, Faruk ve KAMIŞLI, Melik (2009), “Yükselen ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm Sektörünün Ekonomik Kalkınmaya Etkileri: Türk Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme”, ABMYO Dergisi, Sayı:16.
- ALP, Salih (2009), “Küme Ekonomilerine Bir Bakış ve Spesifik Bir Örnek Olarak Bursa PVC Makine Endüstri Kümesi”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:5, Sayı:10.
- ALSAÇ, Filiz (2010), “Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye İçin Kümelenme Destek Modeli Önerisi”, DPT Uzmanlık Tezleri, Ankara.
- ALÜFTEKİN, Nilay ve Diğerleri (2009), “Küresel Krizden Çıkışta Kümelenme Modeli: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:5, Sayı:10.
- ARIÇ, Kıvanç Halil (2011), “Ulusal ve Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesinde Kümelenme Politikası: Kayseri Mobilya Sektöründe Bir Uygulama”, Basılmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BAHAR, Ozan ve KOZAK, Metin (2006), Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- BAHAR, Ozan ve BOZKURT, Kurtuluş (2010), “Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 21, Sayı 2.
- BAYRAM, İlker (2010), “Ege Bölgesindeki Turizm Faaliyetleri ve Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkileri”, Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara.

- Beyaz Kitap-Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, <http://cluster.kso.org.tr/Beyaz.pdf>, (E.T: 22.02.2011).
- BİLİR, Burcu (2010), “İnovasyon İçin Etkili Bir Yol: Kümelenme”, İzmir Ticaret Odası AR-GE Bülten.
- BULU, Melih ve CANGEL, Ayça ve ŞENGÜLER, Nurdoğan (2007), “Turizm Sektöründe Kümelenme Geliştirme Örneği Sultanahmet Bölgesi Turizm Kümelenmesi”, (Ed: Melih BULU ve İ.Hakkı ERASLAN, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejik ve Uygulamalar), URAK, İstanbul.
- BULU, Melih ve ERASLAN, İ. Hakkı (2008), “Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi”, http://www.urak.org/URAK_Yayinlar/2008BuluVeEraslan.pdf, (E.T:18.04.2012).
- BÜYÜKDAVRAS, Sema (1972), “Büyüme Kutupları Kuramı ve Türkiye'de Uygulanmasına İlişkin Çalışmalar”, Amme İdaresi Dergisi, Cilt:5, Sayı:4.
- ÇAĞLAR, Esen (2008), “Kümelenmeler ve Rekabet Gücü”, TEPAV, http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1255437510r3578.Kumelenmeler_ve_Rekabet_Gucu.pdf, (E.T: 28.02.2011).
- ÇAKMAK, Orhan, “Türkiye İçin Kümelenme Stratejisi”, <http://www.deuiktisat.org/Files/418e28a6-9f7a-4a12-8ed6-1d64621cfd9d.pdf>, (E.T:25.09.2011).
- ÇEKEN, Hüseyin (2008), “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir Çalışma”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt: X, Sayı: II.
- ÇİLİNGİR, Canan (2011), “Bölgesel Kalkınmada Teknoloji Geliştirme Bölgeleri”, TEPAV 5. Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu, http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1296461603-8.Canan_Cilingir.pdf, (E.T:10.12.2012).
- ÇİVİ, Emin ve Diğerleri (2008), “Uluslararası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar”, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:4, Yıl:4, Sayı:1.

- DAĞLIOĞLU, Selim (2010), “Turizm Gelişmesinin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkilerinin Ekonometrik Analizi”, Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara.
- DEĞER, M. Kelam (2006), “Turizme ve İhracata Dayalı Büyüme:1980-2005 Türkiye Deneyimi”, Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:20, Sayı:2.
- DEMİR, Osman (2002), “Durgun Durum Büyümeden İçsel Büyümeye”, Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:3, Sayı:1.
- DİNÇER ŞEN, Saadet (2010), “Turizmin Çevresel Etkileri ve Bir Çözüm Olarak Ekoturizm”, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- DİNLER, Zeynel (2001), Bölgesel İktisat, Ekin Kitapevi, 6.Baskı, Bursa.
- DİNLER, Zeynel (2007), Mikro Ekonomi, Ekin Kitabevi, Gözden Geçirilmiş Onsekizinci Basım, Bursa.
- DOĞAN, Seyhun ve YILDIZ, Zafer (2007), “Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi ve Göller Bölgesinin Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2007/2 Sayı:6.
- DOLUN, Leyla ve ATİK, A. Hakan (2006), Kalkınma Teorileri ve Modern Kalkınma Bankacılığı Uygulamaları, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara.
- DPT Bölgesel Gelişmede Temel Araçlar ve Koordinasyon Alt Komisyon Raporu (2006).
- DPT Bölgesel Gelişmede Temel Araçlar ve Koordinasyon Alt Komisyon Raporu (2008), Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu, Yay. No: DPT:2766 ÖİK:702, Ankara.
- DULUPÇU, Murat Ali ve ÖZKUL, Gökhan, “Neo-Klasik (Solow-Swan) Büyüme Modeli”,<http://www.iktisatfakultesi.com/wp-content/uploads/2011/10/Neoklasik.buyume.modeli.ppt>, E.T:09.12.2012).

Endülüs (özerk topluluk),

http://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Dosya:Mapa_de_las_provincias_de_Andaluc%C3%ADa.png&filetimestamp=20081214071629, (E.T:01.01.2013).

ERASLAN, Hakkı ve BULU, Melih ve BAKAN, İsmail (2009), “Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar”, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Yıl:5 Sayı:1.

ERCAN, Fuat (2006), “Bölgesel Kalkınmadan Bölgesel Birikime”, (Der: Aylan ARI, Bölgesel Kalkınma Politikalar ve Yeni Dinamikler), Derin Yayıncılık, İstanbul.

ERKAL, Mustafa E. (1978), “Bölge Gelişmesi ve Bölgelerarası Dengesizlik”, Sosyoloji Konferansları Dergisi, Sayı:16.

ERKAN, Hüsnü (1995), “Bölgesel Gelişme Stratejileri ve Türkiye’nin Bölgesel Kalkınma Politikası”, (Ed: Tamer İŞGÜDEN ve Fuat ERCAN ve Mehmet TÜRKEY, Gelişme İktisadı, Kuram, Eleştiri, Yorum), Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

ESER, Uğur ve KÖSE, Seyit (2005), “Endüstriyel Yerelleşme ve Yoğunlaşma Açısından Türkiye Sanayii; İl İmalat Sanayilerinin Analizi”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt:60, Sayı:2.

FİNDLAY, Ronald (2010), “W. Arthur LEWIS’in Ekonomi Bilimine Katkısı Üzerine”, (Çev. Süleyman ÖZDEMİR), Çalışma ve Toplum Dergisi, Sayı:3.

GÖKGÖZ, Çağatay ve diğerleri (2010), “Bölgesel Kalkınma ve Bölge Planlamada Yeni Dönem”, http://www.ipuder.org/dosya-arivi/doc_download/64-boelgesel-kalknma-ve-boelge-planlamada-yeni-doenem.html, (E.T:02.12.2012).

GÜNEŞ, Erkan (2009), “Turizm Kümelenmesi ve Erzurum Bölgesi Turizm Potansiyeline Yönelik Bir Araştırma”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GÜNÜDÜZ, Ali Yılmaz (2006), Bölgesel Kalkınma Politikası, Ekin Kitabevi, Bursa.

GÜRPINAR, Koray ve SANDIKÇI, Mustafa (2008), “Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter’ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye’deki Bazı

Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması”, SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Yıl:8, Cilt:9, Sayı:15.

HAN, Ergül ve KAYA, Ayten Ayşen (2004), “İktisadi Kalkınma ve Büyüme”, (Ed: Erol KUTLU, İktisadi Kalkınma ve Büyüme), Anadolu Üniv. Yay. No: 1575, AÖF Yay. No:831, Eskişehir.

HASANOĞLU, Mürtaza ve ALİYEV, Ziya (2006), “Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Ajansları”, Sayıştay Dergisi, Sayı:60.

<http://innocentric.blogspot.com/2009/12/kume-egitim-program.html>, (E.T:10.12.2012).

<http://innocentric.blogspot.com/2010/11/rekabet-analizi-yontemleri-elmas-modeli.html>, (E.T:10.12.2012).

<http://ref.advancity.net/tr/dokumanlar/o-Ooz.pdf>, (E.T:13.12.2011).

<http://www.clusterizmir.org/index.php/clustering/14-sample-data-articles/154>, (E.T:20.07.2012)

<http://www.ekitapyayin.com/id/025/03.html>, (E.T:01.12.2011).

http://www.geography.humanity.ankara.edu.tr/ders_notu/COG323.pdf, (E.T:11.10.2011).

<http://www.haberler.gen.al/2009-06-04/kapadokyanin-sorunlari-duzenlenen-calistayda-ele-alindi/>, (E.T:15.04.2012).

<http://www.karamankulturturizm.gov.tr/>, (E.T:01.09.2012).

<http://www.kultur.gov.tr/>, (E.T:01.01.2012)

http://www.metinberber.com/kullanici_dosyalari/file/Kteo2.pp, (E.T:10.10.2012).

http://www.mevka.org.tr/Content/ViewArticle/karaman_da_turizm?articleID=SAGCAEvTxfU%3D, (E.T:15.09.2012).

http://www.sosyalhizmetuzmani.org/kapitalizm_kriz3.htm, (E.T:09.12.2012).

<http://www.tuik.gov.tr>, (E.T:01.01.2012).

<http://www.turizmguncel.com/haber/akademisyenler-arastirdi-antalyanin-zayif-ve-guclu-yonleri-h11262.html>, (E.T:10.09.2012).

<http://www.turizminsesi.com/haber/abigem-kayseriden-gucbirliigi-cagrisi-3082.htm>,

(E.T:18.04.2012).

<http://www.turizmtrend.com/turkiye/antalya/antalya-gezilecek-yerler-3799.html>,

(E.T:10.09.2012).

<http://www.vezirdanismanlik.com/referanslar.htm>, (E.T:18.04.2012)

ILDIRAR, Mustafa (2004), Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

IŞIK, Rıdvan (2006), “Azgelişmişlik Sorunu Demokrasi Krizi ve İnsani Kalkınma Endeksine Göre Azgelişmiş Demokrasiler”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

İÇÖZ, Orhan ve KOZAK, Metin (2002), Turizm Ekonomisi Turizmin Mikro ve Makro Ekonomik Etkileri, Turhan Kitabevi, Ankara.

KARAKAŞ, Ayşegül ve TOPDAL, Yüksel (2007), Turizm 1 Ders Notları, M.E. B Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü Yayınları Açık Öğretim Okulları Ders Kitapları Dizisi, Ankara.

KARGI, Nihal (2009), “Bölgesel Kalkınma Yaklaşımlarındaki Gelişmeler ve AB Perspektifi Altında Türkiye’nin Bölgesel Politika Analizi”, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Cilt:1, Sayı:3.

KAYASÜ, Serap ve Diğerleri (2003), Yerel/Bölgesel Ekonomik Kalkınma ve Rekabet Gücünün Artırılması: Bölgesel Kalkınma Ajansları, Akser Matbaacılık-Yayıncılık, İTO Yay. No:2003-8, İstanbul.

KENDİR ÖZDİNÇ, Hülya (2007), “Neoliberal Politikalar ve Bölge Yönetimi Sorunu: Türkiye Deneyimi”, Basılmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

KIRMIÇ, Mehmet, “Türkiye’de Bölgesel Farklılıkların Nedenleri ve Bu Farklılıkların Azaltılmasına Yönelik Politika Önerileri”,

<http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/mehmetkirmic.pdf>, (E.T:28.02.2011).

KIZILGÖL, Özlem ve ERBAYKAL, Erman (2008), “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:13.

KOZAK, Nazmi ve KAYAR, Çağır Hale (2007), “Genel Olarak Turizm Kavramı; Ekonomik, Sosyal-Kültürel ve Teknolojik Açılardan Gelişim Süreci ve Türk Turizm Sektörü Yansıması”, (Ed: Melih BULU ve İ.Hakkı ERASLAN, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejik ve Uygulamalar), URAK, İstanbul.

KÖK, Nail Fatih (2010), “Bölgesel Kalkınma Turizm İlişkisinde Kümelenmenin Rolü: Kavramsal Bir Analiz”, Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara.

KUŞAT, Nurdan ,“Kobiler İçin Kümelenmenin Önemi ve Turizm Sektörü İçin Kümelenmenin Uygunluğunun Araştırılması”, Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt:2, Say:2.

Kültür ve Turizm Bakanlığı.

MABROUK, Fares ve diğerleri (2008), “The Tunisian Cluster”, Harward University, http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Tunisia_Tourism_2008.pdf, (E.T:10.04.2012)

MAÇ, Nazlı (2006), “Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye”, Konya Ticaret Odası Etüt Araştırma Servisi, Sayı:2006-117/76.

Mapa de Las Provincias de Andalucía, http://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Dosya:Mapa_de_las_provincias_de_Andaluc%C3%ADa.png&filetimestamp=20081214071629, (E.T: 01.01.2013).

Mardin Turizm İş Kumesi Analizi (2009), <http://www.clusterturkey.com/TR/dokumanlar/Brop%20Raporlari/Kume%20Olusumu%20Mardin%20Turizm%20Is%20Kumesi%20Analizi.pdf>, (E.T:18.04.2012)

MARIN, Mehmet M. ve ERASLAN, İ. Hakkı (2007a), “Yerel Yönetimlerin Kalkınma Çabaları ve Turizm Kümelenmelerine Katkıları”, (Ed: Melih BULU ve İ.Hakkı

- ERASLAN, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejik ve Uygulamalar), URAK, İstanbul.
- MEMİŞOĞLU, Hidayet (2010), “Avrupa Birliği Turizm Politikaları Çerçevesinde Gelişen Sosyal Turizmin İstihdama ve Ekonomik Kalkınmaya Katkısı”, Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara.
- MEVKA Bölgesi Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2011), Mevlana Kalkınma Ajansı, Vezir Araştırma ve Danışma, <http://www.mevka.org.tr/Download.aspx?filePath=FRHLfVa0EBoBX0BauQFJmw>, (E.T:01.09.2012).
- Muğla İli Turizm Sektörünün Kümelenme Analizi ve Makro Düzey Stratejik Planı (2010), T.C. Muğla Valiliği.
- OKTAYER, Nagihan ve SUSAM, Nazan ve ÇAK, Murat (2007), Türkiye’de Turizm Ekonomisi, İTO Yay. No:2007-69, İstanbul.
- ORHAN, H. Bayram (2010), “Kümelenmenin Teorik Temelleri ve İktisadi Etkileri”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 2010/2.
- ÖNAL, Nevzat Evrim (2007), “1980 Sonrası Devlet Politikalarının Türkiye’nin Tarımsal Dönüşümüne Etkileri”, Basılmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÖNAL, Yıldırım Beyazıt ve DÜZAKIN, Erkut ve ÇİFTÇİ, Hakkı (2006), Ekonomik Büyümenin Yükselen Değeri Turizm ve Türkiye Ekonomisine Etkisinin Analizi”, Kare Yayınları, İstanbul.
- ÖNEN, M. Oğuzhan (2008), “Dünya’da ve Türkiye’de Turizm”, Türkiye Kalkınma Bankası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara.
- ÖZDEMİR, Ali Rıza ve ÖKSÜZLER, Oktay (2006), “Türkiye’de Turizm Bir Ekonomik Büyüme Politikası Aracı Olabilir Mi? Bir Granger Nedensellik Analizi”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:16.
- ÖZGÜR, Ertuğrul Murat (2010), “Bölgesel Kalkınma, Ankara Üniversitesi Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi Coğrafya Bölümü Ders Notları”,

http://www.geography.humanity.ankara.edu.tr/ders_notu/COG323.pdf,

(E.T:11.10.2011).

ÖZKÖK, Ferah Güngör (2008), Az Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Ekonomik Etkileri, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa.

ÖZTÜRK, Ahmet (2009), “Homojen ve Fonksiyonel Bölgelerin Tespiti ve Türkiye İçin İstatistikî Bölge Birimleri Önerisi”,(Uzmanlık Tezi), DPT, Yay. No: DPT:2802,Ankara.

ÖZTÜRK, Nazım (2006), Türkiye’de Bölgesel Kalkınma ve Güneydoğu Anadolu Projesi, Türkiye Ziraat Odaları Birliği, Yay No:259, Ankara.

ÖZTÜRK, Nazım ve UZUN, Meral (2010), “Bölgesel Kalkınma Dinamikleri: Bölgesel Dengesizliklerin Ortaya Çıkmasında Rol Oynayan İktisadi Etmenler”, Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:11, Sayı:2.

ÖZYURT, Hasan, “Trabzon Alt Bölgesi Girdi Çıktı Modeli”, <http://iibf.ktu.edu.tr/ozyurt/kitap.pdf>, (E.T:28.02.2011).

PAKSOY, Saadettin ve AYDOĞDU, Mustafa H. (2010), “Bölgesel Kalkınmada Girişimciliğin Geliştirilmesi: GAP-GİDEM Örnekleri”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, (5:1).

RAMÍREZ-VALLEJO, Jorge (2011), “The Andalusia Tourism Cluster”, (Project Team: Carlos LASTRA-ANADÓN ve Diğerleri, “Microeconomics of Competitiveness”), Harvard Business School, [http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Spain_\(Andalusia\)_Tourism_2011.pdf](http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Spain_(Andalusia)_Tourism_2011.pdf), (E.T:01.01.2013).

SARAÇ, Ahmet (2006), “Bölgesel Kalkınma Modelleri ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP)” Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, , Aydın.

SAYIN, Erol (2008), “Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye”, ASO Büyüteç Dergisi, Sayı: Ocak-Şubat 2008.

SAZAK, Emrah ve BOZOK, Selçuk (2009), “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi”, Dış Ticaret Müsteşarlığı,

<http://www.bodto.org.tr/images/other/kumelenme%20son.ppt>,

(E.T.12.12.2011).

SEYİDOĞLU, Halil (2001), Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama, Güzem Yayınları, Geliştirilmiş 14. Baskı, İstanbul.

SEYMEN, Dilek, “Klasik ve Neo-klasik Dış Ticaret Teorileri”,
<http://www.deu.edu.tr/userweb/dilek.seymen/dosyalar/Heckscher-Ohlin%20Teoremi.pdf>, (E.T:10.12.2012).

SONDÜL, Emine (2005), “Az Gelişmiş Ülkelerin Dünya Politikasındaki Rolü: Soğuk Savaş Dönemi ve Sonrasının Karşılaştırmalı Analizi”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

SÜMER, Gülara (2010), “Avrupa Birliği Turizm Politikaları Çerçevesinde Gelişen Sosyal Turizmin İstihdama ve Ekonomik Kalkınmaya Katkısı”, Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezleri, Ankara.

ŞENGÜN, Ayşe Elif ve ÖNDER, Çetin (2009), “Endüstriyel Kümelenmede Yenilikçilik: Firma Özellikleri Etkili mi?”, Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt:9, Sayı:1.

TAŞKIN, Ekin (2009), “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi”, Ege Bilgi ve Yönetim Merkezi,
http://portal.izka.org.tr/kumelenme/phocadownloadpap/izka_kumelenme_dcp.pdf, (E.T: 11.12.2011).

TEBER, Kadir B. “Türkiye’de Kümelenme Çalışmaları ve Sinop Turizm Sektöründe Uygulanabilirliği”,
http://www.sinop.edu.tr/akademikbirimler/yuksekokullar/turizm_yo/faaliyetler/turizm_kumesi.pdf, (E.T:12.12.2012).

TEKİN, Ahmet (2011), “Küreselleşen Dünyada Bölgesel Kalkınma Dinamikleri Kamu Politikaları ve Bölgesel Kalkınma Ajansları”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:29.

- TOKATLIOĞLU, İbrahim ve Murat ATAN (2007), “Türkiye’de Bölgeler Arası Gelişmişlik Düzeyi ve Gelir Dağılımı Eşitsizliği: Kuznets Eğrisi Geçerli Mi?”, Ekonomik Yaklaşım, Cilt: 18, Sayı: 65.
- TÖRELİ, Melih, “Dünyada ve Türkiye’de Teknoparklar”, <http://arsiv.mmo.org.tr/pdf/10684.pdf>, (E.T: 10.12.2012)
- TR52 Düzey 2 Bölgesi (Konya-Karaman) 2023 Vizyon Raporu (Turizm Sektörü), <http://www.tr52.org/d/doc/48-turizm-sektor-raporu--taslak-.pdf>, (E.T:01.09.2012).
- Tunus-Türkiye Turizm İlişkileri, TURSAB, http://www.tursab.org.tr/dosya/5664/tunus_5664_3717349.pdf, (E.T:13.03.2013).
- Turizm Stratejisi-2023 (2007), Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- TURSAB, http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi_916.html, (E.T:20.12.2012).
- TUTAR, Erdinç ve ÖZTÜRK, Nazım (2003), “Türkiye’de Gerçekleştirilen Bölgesel Planlama Çalışmaları”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:17, Sayı:1-2.
- TUTAR, Erdinç ve TUTAR, Filiz (2004), Turizm, Ekonomi, Türkiye ve OECD, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- TÜRKAY, Oğuz (2010), “Sektörel Kümelenmelerde Çalışma Koşullarının Algılanması Sultanahmet Turizm Kümelenmesi Örneği”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:28.
- Türkiye Turizm Sektörü Raporu (2010), Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban ve SAHİN, Salih Zeki (2011), “Turizmde İstihdam”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10 Sayı:37.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban ve TAYFUN, Ahmet (2009a), “Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri”, (Ed: Şenol ÇAVUŞ ve Zehra EGE ve Eralp

- ÇOLAKOĞLU, Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim), Beta Yayıncılık, Ankara.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban ve TAYFUN, Ahmet (2009b), “Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:8, Sayı:27.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban ve TAYFUN, Ahmet ve KILIÇLAR, Arzu (2009), Turizm Ekonomisi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban ve ŞAHİN, Salih Zeki (2011), “Turizmde İstihdam”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10 Sayı:37.
- YAMANOĞLU, Kemal Buğra (2010), Turizm Sektör Raporu, Turizm Talebinin Vektör Otoregresif Regresyon ve Mevsimsel Otoregresif Hareketli Ortalama Modeli İle Tahmini, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını, Anıl Matbaacılık, Ankara.
- YAVİLİOĞLU, Cengiz (2002), “Geri Kalmışlık Olgusu ve Ekonomistik Kalkınma Teorileri (Eleştirel Bir Yaklaşım)”, Cumhuriyet Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:3, Sayı:2.
- YAYLALI, Muammer ve OKTAY, Erkan ve AKAN, Yusuf (2006), “Kişi Başına Düşen GSYİH Değerlerine Göre Türkiye’deki Coğrafi Bölgelerin ve GSYİH’yi Oluşturan Sektörlerin Kümelenmesi”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 8, Sayı 2.
- YEŞİLTAŞ, Murat ve ÇEKEN, Hüseyin ve ÖZTÜRK, İlker (2009), “Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi”, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl:2, Sayı:3.
- ZENGİN, Burhanettin (2010), “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri”, Akademik İncelemeler Dergisi Cilt:5 Sayı: 1.
- WILLIAMS, Ann E. ve ÖZ, Özge ve GÜLENSOY, Aybars (2009), “Kayseri – Kapadokya Turizm Kümelenmesi Nihai Rapor”, ABİGEM, s.120.
- “2023’e Doğru Türkiye Turizminde Yatırım Hamlesi Raporu”, TYD Yatırım Hedefleri sunumu 04.08.2011,
http://www.ttyd.org.tr/userfiles/files/TYD%20Yat%C4%B1r%C4%B1m%20Hedefleri%20sunumu-04_08_2011.ppt, (E.T:27.12.2012).

- “Clusters Linked over Europe, Cluster Management Guide - Guidelines for the Development and Management of Cluster Initiatives, Cloe Clusters linked Over Europe”,
http://www.clusterplattform.at/fileadmin/user_upload/clusterbibliothek/52_CLO_E_Cluster-Management-Guide.pdf, (E.T:14.12.2011).
- “Ekonomik Büyüme Nedir, Ekonomik Büyüme Modelleri ve Teorileri”
<http://www.ekodialog.com/Konular/ekonomik-buyume-modelleri-teorileri.html>,
(E.T:09.12.2012).
- “Harrod-Domar Modeli”,
http://www.ekodialog.com/konular/harrod_domar_modeli.html,
(E.T:09.12.2012).
- “Kapadokya Bölgesi Turizm Çalıştay” (2011), Ahiler Kalkınma Ajansı Saha Çalışmaları Raporu.
- “Kapadokya Turizm Kümelenmesi Girişim Projesi” (2009),
<http://www.kayserim.net/haber.asp?id=11058>, (E.T: 15.05.2012).
- “Kümelenme Kavramı ve Sektörel Yaklaşımlar”,
http://ref.advancity.net/tr/dokumanlar/m_bulut.pdf, (E.T:22.02.2011).
- ”Teknopark Tanımı”, <http://www.tgbd.org.tr/tr/teknopark-tanimi-16.html>,
(E.T:10.12.2012).
- “Tourism Highlights 2012 Edition”, UNWTO,
http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enlr_1.pdf,
(E.T:23.04.2013).
- “Turizm Geliri 6 Milyar Dolar Arttı”,
<http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2013/02/14/turizm-geliri-6-milyar-dolar-artti>,
(E.T: 14.02.2013).
- “Turizm Kümelenmesi Bolu’nun Umudu Oldu”, Dünya Gazetesi, 2008,
<http://www.dunyagazetesi.com.tr/haber.asp?id=6677>, (E.T:21.04.2012).

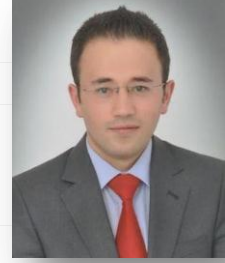
“World Tourism Barameter”, UNWTO,

http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/worlds_top_destinations_pr_27.pdf, (E.T:23.04.2013).

“2011 Dünya Turizm Sıralaması Analizi”, www.turizmtrend.com/turizm-raporlari/2011-dunya-turizm-siralamasi-analizi-5700.html, (E.T:23.04.2013).

ÖZGEÇMİŞ

Ad – Soyad	Gökhan Kartal
Doğum Yeri – Tarihi:	Türkiye \ Niğde \ Merkez - 1985
Cinsiyet:	Bay
Medeni Durumu:	Bekar
E-Posta:	gokhankartal.gk@gmail.com



Eğitim Bilgileri

Lise:	Okul Adı : Niğde Atatürk Lisesi Alanı : Türkçe-Matematik Başlama / Bitiş : 2001 / 2004
Lisans:	Okul Adı : Cumhuriyet Üniversitesi/ Sivas Bölüm : İktisat Başlama / Bitiş : 2005 / 2009
Yüksek Lisans:	Okul Adı : Niğde Üniversitesi Anabilim Dalı : İktisat ABD Başlama / Bitiş : 2009 / 2013

Yabancı Dil

İngilizce:	Okuma : İyi Yazma : Orta Konuşma : Orta
-------------------	--

İş Tecrübeleri

Temmuz 2010 - Ağustos 2012	Kurum : T.C Ziraat Bankası Sektörü : Bankacılık Şehir/Ülke : Ankara / Türkiye
Ağustos 2012 - Devam Ediyor	Kurum : Niğde Üniversitesi Sektörü : Eğitim Şehir/Ülke : Niğde / Türkiye

Genel Bilgiler

İlgi Alanları	Güncel Ekonomik Sorunlar, Küreselleşme, Bölgesel Kalkınma, Turizm Ekonomisi, Kümelenme, Bankacılık ve Finans, Ekonomik Krizler, Bilim/Teknoloji, Edebiyat, Fotoğrafçılık, Sinema - Tiyatro, Müzik, Spor, Tv.
----------------------	--