



T. C.

RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

TURİZMİN BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİLERİ:

AYDER TURİZM BÖLGESİ ÖRNEĞİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Recep Ali ÇAKIR

Doç. Dr. Ali Rıza SANDALCILAR

Danışman

RİZE

2018

KABUL VE ONAY

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalında, Recep Ali ÇAKIR tarafından hazırlanan “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Ayder Turizm Bölgesi Örneği” başlıklı bu çalışma, 14/05/2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oy birliği/~~oy çokluğuyla~~ başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. Ali Rıza SANDALCILAR



Kabul / ~~Ret~~

Üye: Prof. Dr. Alaattin KIZILTAN



Kabul / ~~Ret~~

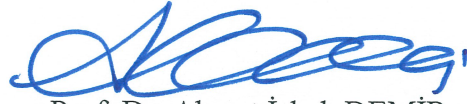
Üye: Doç. Dr. Cemalettin KALAYCI



Kabul / ~~Ret~~

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

12/6/2018



Prof. Dr. Ahmet İshak DEMİR

Enstitü Müdürü

ETİK BEYANI

Bu tezdeki bütün bilgileri etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yaptığımı bildiririm. İfade ettiklerimin aksi ortaya çıktığında ise her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim. 14/05/2018



Recep Ali ÇAKIR

ÖN SÖZ

Kişi başına düşen milli geliri arttırmaya, ülkelerin ekonomik, sosyal ve toplumsal kalkınmalarını hızlandırmaya, bölgeler arasında ekonomik ve sosyal gelişim farklılıkları gidermeye yardımcı olan turizm sektörü bacasız sanayi olarak adlandırılmaktadır. Sosyolojik olarak insanları ve ülkeleri birbirlerine yaklaştıran, birbirlerini daha yakından tanımalarını sağlayan ve dünya barışına da katkı sunan turizm, ekonomik, sosyal, kültürel, psikolojik, coğrafi, tarihsel ve dinsel boyutları ile hayatın kendisidir.

Günümüzde insanların, günlük hayatın yoğunluğundan, yorgunluğundan ve tekdüzeliliğinden, kalabalık, gürültülü ve stersli ortamlardan uzaklaşıp, daha sağlıklı ve huzurlu ve daha rahat bir nefes almak için yeşil bir doğada ve doğal ortamda yaşama isteği içinde oldukları anlaşılmaktadır. İnsanların bu talep ve gereksinimlerinin her geçen gün artarak devam ettiği söylenebilir. Fakat doğanın huzurlu ve sağlıklı ortamından yararlanmak isteyen insanın, doğayı koruma ve çevre bilincine yeterince sahip olmadığı, bu durumun gelecekte nelere mal olacağını da pek hesaplamadığı görülmektedir.

Çalışmanın, insanların bu talep ve gereksinimlerini karşılayabilecek özellikteki yerlerden biri olan Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesinde yapılmış olması, gelecekte bu tip doğa ile içiçe yerlerin öneminin daha da artacağına olan görüşü güçlendirmektedir.

Bu çalışma fikrimin ortaya çıkması, geliştirilmesi ve tamamlanması süreçlerindeki görüş, öneri ve katkılarından dolayı danışman hocam Sn. Doç. Dr. Ali Rıza SANDALCILAR'a, görüş ve önerileriyle çalışmaya katkı sağlayan Sn. Prof. Dr. Alaattin KIZILTAN'a, Sn. Doç. Dr. Cemalettin KALAYCI'ya, çalışmalarında desteklerini esirgemeyen mensubu olduğum Orman ve Su İşleri Bakanlığı DKMP Rize Şube Müdürlüğü ve Kaçkar Dağları Milli Park Müdürlüğü mesai arkadaşlarıma, Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesi halkı ve esnafına, Osmanlı Restaurant, Doğa Resort Otel, Haşimoğlu Otel, Kaçkar Resort Hotel, Sis Otel ve Yeşilvadi Otel yönetimi ve çalışanlarına teşekkür ederim.

Bu çalışma, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü birimince desteklenmiştir. Proje No: SYL-2018-832.

Rize 2018

Recep Ali ÇAKIR

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	2
ETİK BEYANI.....	3
ÖN SÖZ.....	4
İÇİNDEKİLER.....	5
ÖZET.....	10
ABSTRACT.....	11
KISALTMALAR.....	12
TABLolar LİSTESİ.....	14
GRAFİKLER LİSTESİ.....	17
GİRİŞ.....	19

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİZM KAVRAMI, TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİ VE TURİZMİN GENEL BOYUTLARI.....	21
1.1. TURİZM KAVRAMI.....	21
1.2. TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİ.....	23
1.2.1. Deniz Turizmi/Yaz Turizmi.....	24
1.2.2. Sağlık Turizmi/Termal Turizm.....	25
1.2.3. Tabiat Turizmi/Eko Turizm.....	26
1.2.4. Kış Turizmi.....	27
1.2.5. Yayla Turizmi/Kırsal Turizm.....	28
1.2.6. İnanç Turizmi.....	30
1.2.7. Kültür Turizmi.....	31
1.2.8. İş ve Kongre Turizmi.....	32
1.2.9. Av ve Yaban Hayatı Turizmi.....	33

1.2.10. Kurvaziyer/Yat Turizmi Turizmi.....	35
1.3. TURİZMİN GENEL BOYUTLARI.....	35
1.3.1. Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutu.....	37
1.3.2. Turizmin Tarihi ve Kültürel Boyutu.....	38
1.3.2.1. Turizmin Tarihi Kaynakları.....	39
1.3.2.2. Turizmin Kültürel Kaynakları.....	40
1.3.3. Turizmin Psikolojik Boyutu.....	42
1.3.3.1. Moda, Prestij.....	44
1.3.3.2. Doğal Yaşam Özlemi.....	45
1.3.3.3. Alışveriş Yapma Arzusu.....	45
1.3.3.4. Reklâm ve Tanıtım.....	45
1.3.4. Turizmin Coğrafi ve İklimsel Boyutu.....	45
1.3.5. Turizmin Çevresel Boyutu ve Fiziki Çevreye Etkileri.....	46
1.3.6. Turizmin Ekonomik Boyutu ve Etkileri.....	48
1.3.6.1. Turizmin Mikro Ekonomik Boyutu.....	50
1.3.6.2. Turizmin Makro Ekonomik Boyutu.....	50
1.3.6.3. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi.....	51
1.3.6.4. Turizmin Gelir Sağlayıcı Etkisi.....	52
1.3.6.5. Turizmin İstihdam Arttırıcı Etkisi.....	53
1.3.7. Turizmin Yatırımlara Etkisi.....	54
1.3.7.1. Turizm ve Altyapı.....	55
1.3.7.2. Turizm ve Üstyapı.....	55
1.3.7.3. Diğer Hizmet Tesisleri Yatırımları.....	56
1.3.8. Turizmin Diğer Sektörlere Etkisi.....	56

İKİNCİ BÖLÜM

2. KALKINMA KAVRAMI VE BÖLGESEL KALKINMA.....	58
2.1. KALKINMA KAVRAMI.....	59
2.1.1. Ekonomik Kalkınma.....	61
2.1.2. Toplumsal ve Sosyal Kalkınma.....	64
2.1.3. Sürdürülebilir Kalkınma.....	65
2.1.4. Ekonomik Kalkınmanın Belirleyici Unsurları.....	68
2.1.4.1. Doğal Kaynaklar.....	68
2.1.4.2. Teknolojik Gelişme Düzeyi.....	70
2.1.4.3. Kişi Başına Düşen Milli Gelir.....	71
2.1.4.4. Gelir Dağılımı.....	72
2.1.4.5. Beşeri Sermaye.....	73
2.1.4.5.1. Eğitim.....	74
2.1.4.5.2. Sağlık.....	75
2.1.4.5.3. Nüfus.....	76
2.1.4.6. Yatırım ve Tasarruf Oranı.....	78
2.1.4.7. Sektörel Yapı.....	79
2.1.4.8. Kentleşme.....	80
2.2. BÖLGESEL KALKINMA.....	81
2.2.1. Bölge Kavramı.....	83
2.2.2. Bölge Türleri.....	84
2.2.2.1. Makroekonomik Açından Bölgeler.....	84
2.2.2.1.1. Homojen Bölgeler.....	85
2.2.2.1.2. Polarize Bölgeler (Fonksiyonel Bölge).....	85
2.2.2.1.3. Plan Bölgeler.....	87

2.2.2.2. Gelişmişlik Düzeylerine Göre Bölgeler.....	88
2.2.2.2.1. Gelişmiş Bölge.....	88
2.2.2.2.2. Azgelişmiş Bölge.....	88
2.2.3. Bölgeler Arası Ekonomik Farkların Nedenleri.....	89
2.2.4. Bölgesel Kalkınma Politikaları.....	90
2.2.5. Bölgesel Kalkınma Planlamasında Temel İlkeler.....	92

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TURİZMİN BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİLERİ: FIRTINA VADİSİ AYDER TURİZM BÖLGESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA.....	96
3.1. BÖLGESEL KALKINMA İLE TURİZM ARASINDAKİ İLİŞKİ.....	96
3.1.1. Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri.....	97
3.1.2. Turizmde Bölgesel Kalkınma Politikaları.....	100
3.2. AYDER TURİZM BÖLGESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA.....	103
3.2.1. Fırtına Vadisi ve Ayder Turizm Bölgesi.....	104
3.2.2. Çalışmanın Amacı, Anakütle, Örneklem, Yöntem ve Kısıtlar.....	104
3.2.2.1. Çalışmanın Amacı.....	104
3.2.2.2. Anakütle, Örneklem ve Yöntem.....	104
3.2.2.3. Anketin Tasarlanması, Uygulanması ve Kısıtlar.....	105
3.2.3. Elde Edilen Bulgular ve Analiz.....	105
3.2.3.1. Ankete Katılanların Demografik Özellikleri.....	106
3.2.3.2. Ankete Katılanların Ayder Tatiline İlişkin Veriler.....	110
3.2.3.3. Ankete Katılanların Genel Harcama Davranışları.....	112
3.2.3.4. Ankete Katılanların Memnuniyet Analizler.....	129
3.2.3.5. Ankete Katılanların Harcama Davranışlarının Günlük, Aylık ve Yıllık Bazda Hesaplanması.....	136

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	141
KAYNAKLAR.....	148
EKLER.....	165
ÖZ GEÇMİŞ.....	167



Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Anabilim Dalı : İktisat

Tez Türü : Yüksek Lisans Tezi

Danışman : Doç. Dr. Ali Rıza SANDALCILAR

Hazırlayan : Recep Ali ÇAKIR

Yıl : 2018

Sayfa Sayısı : 167

ÖZET

TURİZMİN BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİLERİ: AYDER TURİZM BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Bu çalışmada, Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin harcama davranışları ile bölge ekonomisine katkıları ve bölgesel kalkınmaya olan etkileri analiz edilmiştir. Bu amaçla bölgeye gelen yerli ve yabancı, konaklamalı turistlere bir anket yapılmıştır. Ankette turistlerin demografik özellikleri, gelir durumları, tatil için ayırdıkları bütçeleri ile tatil boyunca konaklama, yiyecek-ıçecek, alışveriş/hediyeleşme eşya, günlük aktiviteler ve kaplıca gibi harcama davranışları ölçülmeye çalışılmıştır.

Analiz sonuçlarına göre ankete katılan turistlerin günlük konaklama harcamalarının ortalama 202,65 TL, günlük yiyecek-ıçecek harcamalarının ortalama 55,25 TL, günlük alışveriş/hediyeleşme eşya, aktiviteler ve kaplıca gibi diğer harcamalarının ortalama 53,85 TL ve toplamda günlük ortalama harcama miktarının 311,75 TL olduğu tespit edilmiştir. Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre 2017 yılında Ayder Turizm Bölgesine gelen konaklamalı turist sayısı 244.296 kişidir. Diğer bir ifadeyle bölgeyi günlük ortalama 669,30 turist ziyaret etmiştir. Buna göre 2017 yılında bölgeye gelen konaklamalı turistlerin bölge ekonomisine veya ekonomik yönden bölgesel kalkınmaya katkısının günlük ortalama 208.654,28 TL, aylık ortalama 6.259.628,40 TL ve yıllık ortalama 75.115.540,80 TL olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik kalkınma, turizm, Ayder, Fırtına Vadisi, Rize

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Anabilim Dalı : İktisat

Tez Türü : Yüksek Lisans Tezi

Danışman : Doç. Dr. Ali Rıza SANDALCILAR

Hazırlayan : Recep Ali ÇAKIR

Yıl : 2018

Sayfa Sayısı : 167

ABSTRACT

THE EFFECTS OF TOURISM ON REGIONAL DEVELOPMENT: AYDER TOURISM REGION EXAMPLE

In this study, the spending behaviors of visitors coming to Firtına Valley Ayder Tourism Region and their effects on regional economy and regional development were analyzed. For this purpose, a questionnaire was applied to local and foreign tourists visiting the area. In the questionnaire, it was tried to measure tourists' demographical features, income status, and other spending behaviors such as budget allocated for holiday, accommodation, food and beverage, shopping, souvenirs, daily activities and spa during the vacation.

According to the results of the analysis, tourists' daily expenditure is averagely 202,65 TL, daily food and beverage expenditure is averagely 55,25 TL, other expenditures such as daily shopping/souvenirs, activities and spa are averagely 53,85 TL, and their total daily expenditure amount is 311,75 TL on average. According to the Rize Provincial Directorate of Culture and Tourism, the number of tourists staying in Ayder Tourism Region was 244.296 in 2017. In other words, averagely 669,30 tourists visited the area per day. Accordingly, it was determined that the contribution of the tourists staying in the area to the regional economy or economically to regional development in 2017 is averagely 208.654,28 TL per day, 6.259.628,40 TL per month and 75.155.540,80 TL per year.

Key Words: Economic Development, Tourism, Ayder, Firtına Valley, Rize

KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AR-GE: Araştırma-Geliştirme

BM: Birleşmiş Milletler

DAKA: Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı

DKMP: Doğa Koruma ve Milli Parklar

DOKAP: Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

EPRC: Ekonomik Politika Araştırma Merkezi

FDI: Doğrudan Yabancı Sermaye

GSMH: Gayri Safi Milli Hâsıla

GSYİH: Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla

İK: İnsani Kalkınma

İTO: İstanbul Ticaret Odası

KOBİ: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler

KUTO: Kuşadası Ticaret Odası

MEGEP: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi

MTA: Maden Tetkik Arama

OECD: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı

SÜRKAL: Sürdürülebilir Kırsal ve Kentsel Kalkınma Derneği

TEPAV: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TODEİ: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi

TURSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

TÜBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırmalar Merkezi

UNEP: Birleşmiş Milletler Çevre Programı

UNWTO: Birleşmiş Milleler Dünya Turizm Örgütü

YLT: Yüksek Lisans Tezi

WB: Dünya Bankası

WTO: Dünya Ticaret Örgütü



TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Yaş Grubu Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	106
Tablo 2: Cinsiyet Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	107
Tablo 3: Eğitim Durumu Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	107
Tablo 4: Meslek Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	108
Tablo 5: Uyruk Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	109
Tablo 6: Ziyaret Sayısı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	110
Tablo 7: Konaklama Gün Sayısı Değişkeni Frekans ve Yüzde Değerleri.....	111
Tablo 8: Gelir Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	112
Tablo 9: Toplam Bütçe Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	113
Tablo 10: Günlük Bütçe Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	114
Tablo 11: Ulaşım ve Turlar İçin Yapılan Harcama Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	115
Tablo 12: Konaklama İçin Yapılan Harcama Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	116
Tablo 13: Yiyecek-İçecek İçin Yapılan Harcama Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	117
Tablo 14: Alışveriş/Hediyelik Eşya ve Diğer Harcamalar (Kaplıca, aktivite) Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	118
Tablo 15: Günlük Kişi Başına Harcama Miktarı Değişkeni Frekans Değerleri ve Yüzde Dağılımı.....	119
Tablo 16: Aylık Gelir-Konaklama Gün Sayısı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	120
Tablo 17: Aylık Gelir-Günlük Bütçe Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	121
Tablo 18: Günlük Ortalama Harcama- Günlük Bütçe Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	122

Tablo 19: Günlük Ortalama Harcama-Aylık Gelir Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	123
Tablo 20: Toplam Bütçe-Günlük Ortalama Harcama Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	124
Tablo 21: Uyruk-Günlük Ortalama Harcama Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	125
Tablo 22: Uyruk-Aylık Gelir Değişkeni Frekans ve Yüzde Değerleri.....	125
Tablo 23: Ulaşım ve Tur Fiyatları Pahalılık Değişkeni Frekans Değerleri ve Yüzde Dağılımı.....	126
Tablo 24: Konaklama Fiyatları Pahalılık Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	126
Tablo 25: Yiyecek-İçecek Fiyatları Pahalılık Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	127
Tablo 26: Alışveriş/Hediyelik Eşya Fiyatları Pahalılık Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	128
Tablo 27: Ulaşım İmkânları Yeterlilik Değişkeni Frekans Değerleri ve Yüzde Dağılımı.....	129
Tablo 28: Konaklama Tesisleri Yeterlilik Yeterlik Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri	130
Tablo 29: Eğlence Yerleri Yeterlilik Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri	131
Tablo 30: Alışveriş İmkânları Yeterlilik Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri	132
Tablo 31: Kalabalık ve Gürültü Durumu Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	133
Tablo 32: Çevre Temizliği Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	134
Tablo 33: Yöre Halkı ve Esnafın Turistlere Yönelik Tutum ve Davranış Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	134

Tablo 34: İşletmelerin Ürün ve Hizmet Kalitesi Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	135
Tablo 35: Günlük Ortalama Konaklama Harcama Miktarı Hesaplama Tablosu..	136
Tablo 36: Günlük Ortalama Yiyecek-İçecek Harcama Miktarı Hesap Tablosu..	137
Tablo 37: Günlük Ortalam Alışveriş-Hediyelik Eşya ve Diğer (Kaplıca-Aktivite) Harcama Miktarı Hesaplama Tablosu.....	138
Tablo 38: Harcama Türlerine Göre Günlük Ortalama Topla Harcama Miktarları Hesaplama Tablosu.....	138
Tablo 39: Kişi Başına Günlük Ortalama Toplam Harcama Miktarları Hesaplama Tablosu.....	139
Tablo 40: Günlük, Aylık ve Yıllık Ortalama Toplam Harcama Miktarı Hesaplama Tablosu.....	140

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Yaş Grubu Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	106
Grafik 2: Cinsiyet Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	107
Grafik 3: Eğitim Durumu Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	108
Grafik 4: Meslek Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	109
Grafik 5: Uyruk Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	110
Grafik 6: Ziyaret Sayısı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	111
Grafik 7: Konaklama Gün Sayısı Değişkeni Frekans ve Yüzde Değerleri.....	112
Grafik 8: Aylık Gelir Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	113
Grafik 9: Bütçe Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	114
Grafik 10: Günlük Bütçe Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	115
Grafik 11: Ulaşım ve Turlar İçin Yapılan Harcama Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	116
Grafik 12: Konaklama İçin Yapılan Harcama Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	117
Grafik 13: Yiyecek-İçecek İçin Yapılan Harcama Değişkeni Frekans Değerleri ve Yüzde Dağılımı.....	118
Grafik 14: Alışveriş/Hediyelik Eşya İçin Yapılan Harcama Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	119
Grafik 15: Kişi Başına Günlük Harcama Miktarı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri	120
Grafik 16: Aylık Gelir-Konaklama Gün Sayısı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri	121
Grafik 17: Aylık Gelir-Günlük Bütçe Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri	122
Grafik 19: Günlük Ortalama Harcama-Aylık Gelir Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	124

Grafik 23: Ulaşım ve Tur Fiyatları Değişkeni Frekans ve Yüzde Değerleri.....	126
Grafik 24: Konaklama Fiyatları Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değer..	127
Grafik 25: Yiyecek-İçecek Fiyatları Değişkeni Frekans ve Yüzde Değerleri.....	128
Grafik 26: Alışveriş/Hediyelik Eşya Fiyatları Frekans ve Yüzde Değerleri.....	129
Grafik 27: Ulaşım İmkânları Yeterlilik Değişkeni Frekans ve Yüzde Değerleri	130
Grafik 28: Konaklama Tesisleri Yeterlilik Frekans Dağılımı ve Yüzde Değeri.	131
Grafik 29: Eğlence Yerleri Yeterlilik Değişkeni Frekans ve Yüzde Değerleri...	132
Grafik 30: Alışveriş İmkânları Yeterlilik Değişkeni ve Yüzde Değerleri.....	133
Grafik 31: Kalabalık ve Gürültü Durumu Değişkeni ve Yüzde Değerleri.....	133
Grafik 32: Çevre Temizliği Değişkeni Frekans Değerleri ve Yüzde Değerleri...	134
Grafik 33: Halkın Turistlere Yönelik Tutum ve Davranış Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri.....	135
Grafik 34: İşletmelerin Ürün ve Hizmet Kalitesi Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri	136

GİRİŞ

En hızlı büyüyen ve gelişen ekonomik sektörlerden biri olan turizm sektörü, dünya gayri safi milli hasılasının (GSMH) önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Turizmin milli gelire olan katkısının yanında, sağladığı döviz geliri ile ödemeler dengesi açığı bulunan ülkelerde bu açığın kapanmasına yardımcı olmaktadır. Kalkınmanın bölgelerden başladığı gerçeğini dikkate alarak turizm, geliştiği bölgelerde geniş kitlelere iş imkânı sağlaması nedeniyle istihdamın da en yoğun olduğu sektörlerden biridir. Turizm sektörü, aynı zamanda ülkeler için etkin ve maliyetsiz bir pazarlama ve reklam aracı olma özelliğini taşımaktadır. Birçok sektörü doğrudan ve dolaylı olarak etkilemesi ile turizm, ekonomik gelişmenin sürükleyicisi ve destekleyicisi durumundadır. Ekonomide kısa sürede harekete geçirilebilecek en büyük döviz kaynağına, ekonomik büyüme ve kalkınmaya önemli katkı sağlama potansiyeline sahip olan turizm, bölgeler arasındaki ekonomik ve sosyal gelişim farklılıklarını gidermeye yardımcı, kaynak yatırımı ve dolayısıyla elde etmenin maliyetsizliği ile bacasız sanayi niteliğindedir.

Turizm bir ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınması ve ekonomik darboğazlardan kurtulması için etkili bir çıkış yolu olarak görülebilir. Turizm, fabrika kurmadan, üretim maliyetine ve ihracata konu olmadan döviz girdisi sağlayan, istihdam sağlayarak işsizliği azaltan ve birçok sektörü harekete geçiren dinamik bir sektördür. Ülkelerin kalkınmaları kırsaldan ve bölgelerden başlamalıdır. Kırsal bölgelerin kalkınmasının dinamiklerinden tarım, hayvancılık ve sanayinin yanında elverişli tarihi, kültürel ve turistik coğrafi durumları ile turizm önemli bir seçenek olarak öne çıkmaktadır. Bölgelerin turizm potansiyelleri, tarım ve sanayi ihmal edilmeden ve çevre tahribatına neden olmadan, ekonomik kalkınmayı sağlamak üzere önemle ve kararlılıkla değerlendirilmelidir.

Türkiye, turizm arzı ve coğrafyası yönünden oldukça avantajlı bir konumdadır. Turizmin her çeşidinin yaşanabildiği ülkede turizm sayesinde kalkınmak ve ekonomik krizlerden kurtulmak daha kolay olabilir. Bir bölgesinde kış turizmi yaşanırken diğer bir bölgesinde yaz turizmi yaşanabilen Türkiye'nin bu kapasitesini en iyi şekilde değerlendirmesi gerekir.

Türkiye’de Turizme elverişli bölgelerden biri de Doğu Karadeniz bölgesidir. Bölge, başta tabiat ve yayla turizm olmak üzere, kış turizmi, sağlık turizmi ve av turizmine elverişlidir. Bu bağlamda çalışma bölgesi olarak, Doğu Karadeniz Bölgesinde Rize Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesi ele alınmıştır.

Çalışmanın amacı, Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin harcama davranışları ile bölge ekonomisine olan katkıları ve bölgesel kalkınmaya olan etkilerini tespit etmektir.

Yapılan çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizm kavramı, turizm çeşitliliği ve turizmin genel boyutları teorik olarak incelenmiştir. İkinci bölümde, kalkınma kavramı ve bölgesel kalkınma konuları üzerinde literatür çalışması yapılmıştır. Üçüncü bölümde ise turizmin bölgesel kalkınma ile olan ilişkisi ve turizmin bölgesel kalkınmaya etkileri Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesi örneği ele alınarak analiz edilmiştir. Bu amaçla bölgeye gelen ziyaretçiler üzerinde bir anket çalışması yapılmıştır. Anket sonucunda elde edilen veriler analiz edilerek turizmin bölge ekonomisine katkıları ve bölgesel kalkınmaya olan etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Ayrıca ziyaretçilerin, bölgenin çevresel ve fiziksel faktörleri ile altyapı ve üstyapı konusundaki memnuniyet durumları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın sonunda, bölgede turizm ile ilgili mevcut sorunlar ortaya konmaya çalışılmış ve bu sorunların çözüm önerileri üzerinde durulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİZM KAVRAMI, TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİ VE TURİZMİN GENEL BOYUTLARI

1.1. TURİZM KAVRAMI

Turizm kavramı ilk kez 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından tanımlanmıştır. Guyer-Feuler göre turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak, ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmalarına olanak veren modern çağa özgü bir olaydır (Demirel, 2012: 24).

Literatürde turizm kavramı çok farklı şekillerde tanımlanmıştır. Yıldız (2011)'de turizmi, insanlar, sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle ayrılarak başka ülke veya bölgelere gitmekte ve buralarda gezip-görme, dinlenme, eğlenme, öğrenme gibi psikolojik ve sosyokültürel ihtiyaçlarını karşılamak şeklinde tanımlanmaktadır. Turizm çok karmaşık ve dinamik bir kavramdır. Bu nedenle turizmi basit bir şekilde anlatmak güçtür. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) turizmi, kişilerin ikamet ettiği yer dışındaki bir yere bir yılı aşmamak üzere, boş zaman değerlendirme, gezip görme, inanç, kültür, sağlık ve iş gibi amaçlarla yaptıkları seyahat ve konaklama aktiviteleri olarak tanımlamaktadır (Özdemir, 2017: 1).

Turizm, insanların boş zamanlarını değerlendirmek amacı ile yapılan maddi bir kazanç elde etmeksizin ve politik faaliyetlerde bulunmaksızın toplu veya bireysel olarak yapılan seyahatlerde gidilen yerde en az bir gün, ya da bir geceleme yapılarak bu süre içinde dinlenme, eğlenme, merak, spor, din, sağlık için yapılan ziyaretler, kültürel faaliyetler, dost ve akraba ziyaret etme gibi etkinliklerden en az birinin gerçekleştirilmesi ve bu süreç içinde ortaya çıkan ihtiyaçlar ile ilişkileri kendisine konu alan sosyal, ekonomik ve kültürel bir faaliyet ve bir hizmet endüstrisidir (Akıllı, 2004: 18-19).

Turizm; turist, turizm işletmeleri, turizm organizasyonlarının oluşturduğu alt sistemler ve bu alt sistemlerin ekonomik, sosyal, politik, hukuki, teknolojik ve

ekolojik olan ilişkilerine dayanan ve 41 farklı sektörü kapsayan bir yapıdan oluşmaktadır (Kozak, 2013: 7).

Ekonomistler ise turizmi ekonomik boyutu ile ele alarak tanımlarında turizmin ekonomik katkısını vurgulamıştır. Bu kapsamda Edmond Picard tarafından turizmin ana fonksiyonunu ülkeye yabancı döviz girişini sağlamak ve turist harcamalarının ekonomiye yaptığı katkıları araştırmak olduğunu öne sürmüştür (Demirel, 2012: 24-25).

Turizm çok yönlü doğasından dolayı ekonomi, istihdam, çevre, yerel halk ve turist üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle küreselleşmenin ve rekabetin hızla artış gösterdiği günümüz dünya ekonomisinde, turizm pastasından pay almak isteyen destinasyonlar ve işletmeler markalaşma çalışmalarına yoğunluk vermekte, kaliteli turistik ürün imajı ile müşteri memnuniyeti ve sadakati oluşturmaya çalışmaktadırlar. Her geçen gün hızla büyüyen turizm sektöründe; rekabet gücünün elde edilmesi, uzun dönemde de sürdürülmesi, pazar payı ile turizm gelirlerinin artırılması, kısacası turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması, turizm bölgesinde yaşayanların ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan da daha refah bir yaşam sürmesine imkân vermektedir (Türkeri, 2014: 1).

Turizm, çok taraflı aktivitelerden oluşan karma ürün/hizmet karakterinde bir olgudur. Turizm birçok ekonomik, kültürel, doğal alt sektörlerin girdilerini kullanırken diğer birçok faaliyetin de girdisini teşkil etmektedir. Dolayısıyla girdi ve çıktı yönünden etkileri yüksek olan bir faaliyet alanıdır. Bu özelliği itibarıyla, turizm, insanların, hangi amaçla katılırsa katılsınlar, çağdaş bir tüketim ürünüdür. Bunun ötesinde, turizm ülkelere, bölgelere ve otuzu aşkın sektöre sağladığı ekonomik katkı, sektöre, özellikle gelişmekte olan ülkelerde/bölgelerde bir tanıtım ve gelir kaynağı olarak bakılmasına yol açmıştır. Türkiye'de turizmin önemi çok erken idrak edilmiş, kamu ve özel kesimde örgütlenmeler ve kurumlaşmalar oluşturulmuştur. Ancak, turizmin çok taraflı bir karma olduğu gerçekliği ve dolayısıyla buna uygun zincirleme yatırım, tanıtım, nitelikli ürün ihtiyacı doğrultusunda etkili gelişmeler sağlamamıştır. Zira adeta dövize dayalı bir turizm politikası ile hatalı bir strateji kurgulanmıştır. Dünya ve/veya bölge politikalarında ve ekonomide güçlü olan ülkeler, aynı zamanda iyi tanınan ülkelerdir. Turizmin

döviz kapısı olarak görülmesi ile tanıtma vasıtası olarak algılanması arasında bir fark yoktur (İstanbul Ticaret Odası, 2001: 7).

Turizm; dinlenmek, eğlenmek, gezmek-görmek, çeşitli kültür ve uygarlıkları tanımak, tarihi ve kültürel özellikleri görmek amacıyla yapılan, merak ve öğrenme gibi insani ihtiyaçların karşılanmasına yönelik, bir ülkeye veya bölgeye yerleşme ve ticaret amaçlı olmayan seyahat ve gezileri kapsayan, sosyal, kültürel, psikolojik ve ekonomik etkileri olan faaliyetler bütünüdür.

1.2. TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİ

XXI. yüzyılın gelişme gösteren en önemli hizmet sektörlerinden biri turizmdir. İnsanların gelir düzeylerinin artması, ulaşım ve haberleşmede meydana gelen teknolojik gelişmelerin, insanların hayatlarının kolaylaştırılmasıyla ortaya çıkan boş zamanlarını değerlendirme isteği gibi nedenlerden dolayı hem ulusal hem de uluslararası düzeyde turizme katılım sürekli artmaktadır. Güneş, deniz ve kum üçlüsünün oluşturduğu kıyı turizmi günümüzde de hakim olup, değişen ilgi ve istekler doğrultusunda turizmde yenilik ve çeşitlilik arayışları da artmaktadır. Bunun sonucu olarak önceleri kıyılarda gelişen turizm, yeni turizm akımlarının gelişmesinin sonucu olarak iç kesimlere yönelerek, iç kesimlerde alternatif turizm mekânlarının oluşmasına neden olmuştur (Özdemir ve Kervankıran, 2011: 2-3).

21. yüzyıla girerken dünya turizminde turistlerin seyahat eğilimlerinde büyük bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişime neden olan faktörler arasında, “teknolojinin gelişmesi, tüketici istek ve eğilimlerinin değişmesi, müşteri odaklı turizm, çalışanların artan boş zamanları” gibi olgular sayılabilir. Bu doğrultuda turizmde talebin daha aktif tatillere kayacağı ve geleneksel deniz-kum-güneş üçgenine dayanan tatillerin toplamdaki payının azalacağı öngörülmektedir. Turizm talebindeki bu değişimler kuskusuz yeni turizm türlerine ihtiyacı ön plana çıkaracaktır (Alper ve Erdem, 2011: 1).

İnsanların turizme katılma istek ve gereksinimleri her geçen gün arttığı görülmektedir. Bu bağlamda turizmde geleneksel deniz-güneş-kum algısı değişerek, günümüzde aşağıda başlıklar halinde verilen çeşitli faaliyet alanlarında ve ekonomik, sosyal, psikolojik ve kültürel boyutlarıyla önemli ölçüde kendini göstermektedir.

1.2.1. Deniz Turizmi/Yaz Turizmi

Literatürde kıyı turizmi de denilen deniz turizmi sahil veya kıyı şeridinde bulunan, güneş, kum ve deniz gibi fiziki faktörler yönünden elverişli olan yerlere yapılan seyahatler ve oralarda dinlenme, eğlenme ve hoş vakit geçirmeye yönelik faaliyetleri kapsar. Deniz turizmi, güneşin ve kumun insan sağlığına olan yararları da hesaba katılarak günümüzde en çok tercih edilen turizm çeşididir. Bu tercih, kıyı şeridindeki bölgelerin turizme uygun altyapı ve üstyapı tesislerinin ihtiyaçlara ve tercihlere cevap verecek imkanlara sahip bulunması ile de doğrudan ilgilidir.

Deniz turizmi bir kişinin ikamet ettiği yerden başka bir yere seyahat etmesini kapsayan, ayrıca odağı ya da ev sahibi deniz çevresi olan eğlence ve dinlenme faaliyetlerini içerir. Dolayısıyla çok sayıda aktivite deniz turizmi kapsamında sayılmaktadır. Bunlar; dalış, rüzgâr sörfü, balıkçılık, deniz canlılarını ve kuşlarını gözlemlene, kruvaziyer turizmi, yelkencilik, yat turizmi, kutup turizmi, deniz müzeleri, tüm kumsal aktiviteleridir (Orams, 2002'den aktaran: Kozan vd, 2014: 116).

Deniz, turizm için hep en çekici unsurlardan birisi olmuştur. Yıllardan beri turizm denilince akla gelen ilk şeyin deniz-güneş-kum olması, deniz turizminin önemini vurgulamaktadır. Pek çok ülkede, o ülkeye seyahat eden turistlerin önemli bir bölümü deniz turizmi amacıyla seyahatlerini gerçekleştirmektedir (Kozak, 2000: 27).

Dünya genelinde olduğu gibi, Türkiye'ye yönelik turistik talebin en fazla olduğu alan deniz turizmidir. Türkiye, deniz turizmi için gerekli olan temiz deniz, uzun kıyıları, doğal ve tarihi güzellikler sayesinde bugünkü seviyesine ulaşmıştır (Susam, 2007: 129).

Türkiye'nin üç tarafı denizlerle çevrili bir yarımada niteliğinde olması, kıyılarında uzun ve temiz kumsallarının varlığı, uygun iklim koşulları ile deniz turizminin yıl boyunca ve uzun bir yaz dönemi içinde yapılmasına olanak sağlamaktadır. Türkiye'de turizm gelirlerinin büyük çoğunluğu geleneksel deniz turizminden elde edilmektedir.

Türkiye'de deniz turizminin yoğun olarak yaşandığı yerler Akdeniz ve Ege kıyılarıdır. Bu bölgelerin iklim şartları, sıcaklık ve güneşli gün sayısı gibi meteorolojik durum deniz turizmi için oldukça elverişlidir.

1.2.2. Sağlık Turizmi/Termal Turizm

Sağlık Turizmi; sağlığı koruma, iyileşme amaçlarıyla belirli bir süre için yer değiştiren insanların doğal kaynaklara dayalı turistik bir tesise giderek tedavi gereksinimlerini karşılaması sonucu doğan turizm hareketlerdir (Aydın, 2012: 92).

İnsanları turizme yönelten faktörlerden bir tanesi de hiç kuşkusuz sağlık olarak görülmektedir. Bu faktör bazen kaybolan sağlığı geri kazanmak, bazen de mevcut durumu korumak amacıyla ortaya çıkmaktadır. Termal turizm, doğal şekilde belirli sıcaklığa sahip olarak yer üstüne çıkan ve faydalı mineralleri içeren şifalı su, şifalı çamur ve buharın bulunduğu yörelerde, yöreye özgü iklim şartları içerisinde gerçekleşen turizm türüdür (İlban vd, 2008: 106).

Termal turizm insanların sinirsel ve bedensel yorgunluklarını gidermek ve çeşitli rahatsızlıklarına fayda bulmak için katıldıkları turizm hareketleridir. İnsanlar, sıcak su, hamam, kaplıca ve bunları tamamlayan kür merkezlerini ve bazı tıbbi hizmetlerin sunulduğu sağlık merkezlerini bu amaçlarla ziyaret etmektedirler (Şaman, 2009: 5).

Diğer bir ifadeyle termal kaynakların sağlık ve tedavi amaçlı kullanımı olarak özetlenebilecek termal turizm yalnızca hasta insanlara değil, sağlıklı insanlara da hitap etmektedir. Bu nedenle termal suların sağlık işlevini iki başlık altında incelemek mümkündür. Genel sağlık işlevi, çeşitli rahatsızlıkları bulunan kişilerin termal kaynaklardan tedavi amaçlı yararlanmalarını, özel sağlık işlevi ise sağlıklı kişilerin sağlıklı kalmak, zinde olmak, güzelleşmek, rahatlamak gibi nedenlerle yararlanmalarını ifade eder (Adnan, 2004'ten aktaran: Avcı, 2011: 18).

Gelişmiş ülkelerde sosyal ve ekonomik gelişmelere paralel olarak değişen dünya görüşü ile birlikte yaşam şekli ve kalitesine verilen önem hem artmakta, hem de farklılaşmaktadır. İnsan sağlığının korunmasında, sağlıklı bir yaşam sürdürülmesinde doğal kaynakların kullanılması giderek daha fazla tercih edilmekte eski, basit ama sağlıklı yaşam tarzlarına büyük bir özlem duyulmaktadır. Bu noktada Türkiye uzun tarihi geçmişi, emsalsiz doğa ve iklimi ve zengin kültürü ve nihayet geleneksel kaplıca ve Türk Hamamı olgularının mevcudiyeti ile çağdaş sağlık ve termal turizm gelişmesinde iddialı olabilecek bir potansiyeli barındırmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

İnsanların yüzyıllardır çeşitli rahatsızlıklarını termal su kaynakları ile tedavi olabilecekleri inancıyla kaplıcaların olduğu yerlere seyahat etmektedirler. Termal suların bileşimindeki çeşitli mineraller, özelliklerine göre birçok hastalığın tedavisinde kullanılması tıbben de kabul edilmektedir. Sağlık amaçlı yapılan seyahatler için gidilen yerlerdeki tedavi, konaklama, yiyecek-içecek ve alışveriş gibi faaliyetler termal turizmi kapsamında değerlendirilen faaliyetlerdir. Çalışmaya konu olan Ayder Turizm Bölgesi aynı zamanda kaplıcası ile sağlık turizmine de hitap eden önemli termal turizm merkezlerinden biridir.

1.2.3. Tabiat Turizmi/Eko Turizm

Doğa turizmi genel olarak, doğal ortamlara yapılan seyahatleri ifade etmektedir. Manzara bütünlüğü, topoğrafya, su, vejetasyon ve yaban hayatı gibi doğal kaynakların kullanımı ile ilgili bütün turizm şekillerini içermektedir. Doğaya dayalı turizm, kırsal mekânlarda yapılan rekreasyonel ve macera türü spor faaliyetlerini içine almaktadır (Kiper ve Arslan, 2007: 166).

Ekoturizmin eski ve yeni bütün tanımlarında, faaliyetin doğaya yönelik olmasının nedeni olarak, örneğin, doğaya geri dönme arzusu, doğayı deneyimleme isteği, günlük yaşamın baskılarından kaçma, doğayı yok olmadan görme isteği gibi çok daha özel ilgi ve amaçlar için yapıldığı belirtilir. Ekoturizm, aynı zamanda, alternatif turizmle ilişkilendirilir: Alternatif turizm, etkinliğin yönelimine göre doğa temelli alternatif turizm veya kültürel kaynaklara yönelen sosyokültürel alternatif turizm olarak ayrılır (Erdoğan, 2005: 7).

Kitle turizmine bir tepki ve alternatif olarak 1990'lı yıllarda gelişme gösteren ekoturizm kavramı, kırsal ve kültürel turizmin unsurlarını içermekte ve hassas doğal ve kültürel alanlarda geliştirilebilecek en uygun turizm türü olarak ifade edilmektedir. Kontrolsüz gelişen kitlesel turizm hareketinin çevre ve toplum üzerindeki tahribatları karşısında ekoturizm, sürdürülebilir gelişmenin sağlanmasında önemli bir araç olarak görülmektedir (Avcıkurt, 2003: 74).

Amatör ve profesyonel olarak yapılan dağcılık, kır gezisi, tırmanma, doğa araştırma faaliyetlerini de doğa turizmi kapsamında değerlendirmek mümkündür.

Dağcılık etkinlikleri, gittikçe artan teknolojik olanaklar ve bireylerin spor algısındaki farklılıklar doğrultusunda, dağ yürüyüşleri, kayak dağcılığı,

geleneksel dağcılık gibi daha geniş bir çerçeveye ulaşmış ve zamanla bu etkinliklere paralel çok sayıda ekstrem spor dalı ortaya çıkmıştır. Ülkemiz, sahip olduğu uygun iklimsel özellikler, kırsal ögelerin ağırlık kazandığı geleneksel yaşam biçimi ve dağcılık/tırmanışlar, atlı doğa gezisi, trekking, yamaç paraşütü, flora/fauna incelemesi, jeep safari gibi doğa sporlarına uygun alanlar ile doğa turizmine son derece elverişlidir. İklim çeşitliliği ile birlikte ve farklı coğrafi koşullarda bulunması hasebiyle doğa turizm potansiyeli açısından çok çeşitli ve zengin bir potansiyele sahip olmasına rağmen doğaya yönelik turizm faaliyetleri diğer turizm çeşitlerine oranla oldukça düşük bir seviyede seyretmektedir (Koper ve Çakır, 2015: 65).

Türkiye’de Orman ve Su İşleri Bakanlığı tabiat turizmine yönelik eylem planları ile bu alanda turizmi geliştirmek için çalışmalar yapmaktadır. Bu bağlamda bölgelerde tabiat turizmi master planları hazırlanarak tabiat turizminin gelişmesine yardımcı olmaktadır.

Çalışma bölgesi olan Ayder Turizm Bölgesi doğal güzellikleri ile önemli tabiat turizmi alanlarından biridir. Bölge güzergahında bulunan Fırtına Deresi rafting sporuna elverişli parkuruyla uluslararası değere sahiptir.

1.2.4. Kış Turizmi

Kış turizmi, yeterli bir sürede ve miktarda kar örtüsünün bulunduğu karlı ve uygun eğimli alanlara sahip yörelerde, kar mevsiminin getirdiği farklı atmosfer içerisinde, kar kayağı veya karla ilgili faaliyet ve aktivitelerden oluşan ve buna bağlı olarak gelişen diğer hizmetleri de kapsayan faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir. Kış turizmi dünyada yaygın önemli turizm türlerindedir.

Kış turizmi dağlık ve karlı ortamlara bağlı bir takım hareketleri kapsamaktadır. Bu açıdan kış turizm faaliyetlerinde belli yükseklik ve eğime sahip, kayak ve diğer yürüyüş, tırmanış gibi aktivitelerin yapılabilmesine imkân sunan yerlerin varlığı gereklidir. Bunun yanında kayak sporuna elverişli kaliteli kar varlığı ve karın yerde uzun süre kalması da kış turizmi için gereken diğer unsurlardır. Diğer taraftan kış turizmi merkezinde kayakçıları belli yüksekliklere taşıyacak bazı temel mekanik tesislerin bulunması gerekmektedir (Mursalov, 2009: 17).

Önceleri tatil denildiğinde yaz mevsimi akla gelirken, daha sonraki yıllarda yaşam standartlarının yükselmesi ile birlikte insanlar tatillerini diğer mevsimlere de yayma ihtiyacı duymuş böylece diğer alternatif turizm türleri gibi kış turizmine de ilgi artmıştır (Türkdoğdu, 2010: 12).

Turizmin tüm yıla yayılması için geliştirilen çeşitli alternatif turizm çeşitleri arasında kış aylarında spor, rekreasyon, eğlence, sağlık içerikli faaliyetler kış turizmi içinde bulunmaktadır. Kış turizminin yapıldığı bölgelerin dağlık alanlar olması kışın spor turizmi için olanak sunarken yaz aylarında da güzel manzarası ve serin havasıyla alternatif turizm faaliyetlerini devam ettirici özellik taşıyor. Kış aylarında kış turizmi merkezi olarak kullanılan söz konusu bölgeler yaz aylarında da doğa turizmi, yayla turizmi, gençlik kampları, kongre turizmi gibi diğer etkinlikleri gerçekleştirmek amacıyla da kullanılabilir. Böylece, kış turizmi destinasyonları turizm hareketini on iki aya yayma olanağı sağlamaktadır (Ağger, 2011: 6).

Kış turizmi turistik ürünlerini sunan ülkelerin turizm faaliyetlerini bütün yıla yayma politikasında büyük bir avantaj elde etmektedir. Çünkü kış turizm merkezlerinin geliştirildiği dağlık bölgeler her mevsim çekiciliklerini sürdürmektedir. Dağlık bölgeler yaz aylarında da güzel manzaralarla turistleri çekmektedir. Kış aylarında kış turizm merkezi olarak kullanılan bu yerler yaz aylarında doğa turizmi, yayla turizmi, gençlik kampları, kongre turizmi, dağ turizmi gibi diğer etkinlikler için de kullanılabilir (İbragimov, 2001: 26).

Coğrafi konumu ve özelliği bakımından önemli kış turizm merkezlerine sahip olan Türkiye, kış turizminde de iddialı ülkelerden biridir. Kış turizmine elverişli yörelerdeki turizme yönelik altyapı ve üstyapı yatırımları, diğer turizm türlerinin faaliyetlerine de ortam hazırlayabilmektedir. Türkiye büyük bir bölümü ile kış turizmine elverişli bir iklim ve coğrafyaya sahiptir. Bu bağlamda kış sporlarının yapıldığı uluslararası organizasyonlar için de yeterli altyapı ve üstyapı tesislerine sahiptir.

1.2.5. Yayla Turizmi/Kırsal Turizm

Yayla veya kırsal turizm önemli turizm çeşitlerinden biri olup kırsal kalkınmanın da belirleyicilerinden biridir. Kalabalıktan uzak ve yılın belli

zamanlarında, yöre insanının hem doğal ortamda tarım ve hayvancılık yapmak, hem dinlenmek ve sürekli yaşadığı yerlerden farklı bir atmosferde bulunmak üzere, geçici olarak konaklandığı yerler olan yaylalar, kırsal alanlardaki sağlıklı ve doğal güzelliklere sahip küçük ve sakin yerleşim yerleridir. Doğa ile daha fazla içiçe bulunma ve sağlıklı bir ortamda yaşamak isteği insanları yayla turizmine yönlendirmektedir. Doğal güzelliklere sahip bu yörelerdeki turizm faaliyetleri kırsal kalkınma açısından önemlidir. Bu bağlamda yöre halkı son zamanlarda, gerek yaylalarında ürettiği doğal tarımsal ve hayvansal üretimlerini ve gerek doğaya uygun inşa ettikleri kır evleri ve pansiyonlarını yerli ve yabancı ziyaretçilerin hizmetine sunmaktadırlar. Böylece kırsal bölgede yaşayan insanlar hem belli bir miktar gelir elde etmektedirler hem de bölgeye gelen ziyaretçilerin belirli bir süre doğal ve sağlıklı bir tatil geçirmelerine olanak sağlamaktadırlar.

Yayla turizmi, tatillerini alışılmadık şekilde, temiz hava, bol oksijen, kaynak suyu içeren tabii ortamlarda geçirmek isteyenlerin yaylalara giderek yaptıkları gezileri ifade etmektedir. Yaylalar; taptaze havası, tertemiz ve buz gibi soğuk suları, yazın en sıcak günlerinde bile ferahlık veren serinliği, büyüleyici güzellikteki manzaraları ile her geçen gün daha cazip yerlere durumuna gelmektedir. Doğal güzelliklerin bozulmadığı bir çevrede yaşayan pek çok yabanî hayvan ve bitki, sadece belgeselerde görülen o sanal âlemden kurtarıp gerçek hayatın bir parçası kılar. Bu özellikleri ile yaylalar, turizm sektöründe giderek daha fazla önem arz etmektedir (Tekin, 2014: 196).

Kırsal turizmin kırsal kalkınmaya etkisi daha çok yöredeki tarihi, doğal, kültürel ve tarımsal kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasıyla orantılıdır. Günümüzde kırsal turizme dayalı kalkınma, kırsal girişimcilerin varlığıyla birlikte daha iyi çalışır ve kırsal alanlarda tarımla geçinen insanlara ikincil bir gelir kaynağı sağlar. Ayrıca kırsal alanlar turistlere, etnik ve coğrafi karakterinden, tarihinden, farklı kültüründen ve kırsal doğasından kaynaklanan gizemli bir çekicilik sunmaktadır. Başlangıçta turizm, talep açısından toplumun sadece belirli bir kesimine hitap ederdi. Fakat zamanla kişilerin gelir seviyesinin artması, çalışma koşullarının iyileşmesi, teknolojik ilerlemeler sonucunda hız ve konforun ön plana çıkması, haberleşme ağının gelişmesi, uluslararası barışın yaygınlaşması ve kişilerin eğitim seviyelerinin yükselmesi sonucunda, günümüzde turizm

faaliyeti farklı gelir grubundan, farklı ihtiyaç ve isteklere sahip insanların taleplerine de cevap verebilmektedir. Turizm talebinde meydana gelen bu değişim turizm sektörü içerisinde, dağcılık, yayla turizmi, kültür turizmi, av turizmi, kırsal turizm gibi alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Özellikle sanayileşmiş ülkelerde ve büyük şehirlerde yaşayan insanların hayatın yorgunluğunu doğayla iç içe kırsal alanlarda bulunma gereksinimi kırsal turizme olan talebin artmasına neden olmaktadır (Çeken vd, 2007: 2).

Kalkınmanın kırsal kesimlerden ve bölgelerden başladığını, tarım ve hayvancılığın yanında turizmin de kalkınmada önemli rol oynadığını söylemek mümkündür. Turizm kırsal kalkınmanın en önemli unsurlarından biridir. Tarım ülkesi olmasının yanında bir turizm ülkesi olan Türkiye, bu iki sektörü birbirinin tamamlayıcısı ve destekçisi olacak şekilde ekonomik politikalar geliştirmelidir.

Ayder Turizm Bölgesi aynı zamanda Ayder Yaylası olarak da bilinmektedir. Bölgede doğal güzelliklere sahip ve yatırım bekleyen daha birçok yayla mevcuttur. Turizme elverişli olarak Kavrun Yaylası, Sırt Yayla, Sataple ve Kaçkar (Koçdüzü) Yaylaları bunlardan bir kaçısıdır.

1.2.6. İnanç Turizmi

İnsanlar psikolojik olarak inandıkları dinin ve felsefi düşüncelerinin doğduğu ve yaşadığı yerleri ziyaret etmek isterler. İnsanların bu istek ve inanç konusundaki merak içgüdüleri, ulaşım ve haberleşme imkanlarının gelişmesi ile birlikte inanç turizminin de doğmasına neden olduğu söylenebilir. Dinsel yaşamın gereği için ortaya çıkan tapınak, sunak, kilise, manastır, cami ve mescid gibi dini yerler ile, bu yerlerin tarihi, kültürel ve sofistik özellikleri inanç turizminin merkezini oluşturmaktadır.

Son yıllarda önemi hızla artan ve ülkelerin tanıtımında önemli katkısı olan turizm çeşitlerinden biri de inanç turizmidir. İnanç turizmi genel olarak şu şekilde tanımlanabilir. “İnsanların devamlı ikâmet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında inanç çekim merkezlerine dini inançlarını tatmin etmek amacıyla yaptıkları ve bu seyahatleri sırasında genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (Çelik, 2008: 23).

İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek, inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi İnanç Turizmi olarak tanımlanabilmektedir (www.yigm.kulturturizm.gov.tr, 2017).

Din faktörü geçmişten bu yana insanları seyahate yönlendiren önemli bir faktör olmuştur. Dini binalar, ayinler, dini festivaller, inançlar ve dinsel olaylar turistlerin davranışlarını etkileyen ve insanları inanç turizmine yönlendiren önemli faktörlerdir (Henderson, (2003)'ten aktaran: Avcı, 2011: 24).

İnanç turizm, gidilen yerlerdeki turizm faaliyetleri sonucunda oluşan ekonomik etkinliğin yanında, kutsal duyguların tatmini yönündeki psikolojik faydası ve dünya barışına sağladığı katkı ile önemli bir turizm türüdür.

Türkiye üç semavi dinin ve farklı dinsel kültürlerin bulunduğu bir ülke olarak inanç turizmi açısından da oldukça önemli bir yere sahiptir.

1.2.7. Kültür Turizmi

Kültür turizmi bir ülkenin veya bir toplumun tarihsel, geleneksel, sanatsal, düşünsel ve farklı yaşam tarzları gibi kültürel özelliklerinin merak edilip görülmesi, bilimsel veya kültürel yönden incelenmesi, bu farklılıklarını tanınması amacıyla o bölgelere yabancı ülkelerden ve yurt içinden gelen turistler tarafından yapılan ziyaretler olarak tanımlanabilir.

Kültür turizmi; tarihi yapıları, yerel mimariyi ve eski eserleri görmek, festivallere ve fuarlara katılmak, yerel mutfakları tecrübe etmek, dini seyahatlerde bulunmak gibi amaçları güden turistlerin katılımıyla gerçekleşen bir turizm türüdür (Çulha, 2008: 19 ve Usta, 2012: 164).

Kültür turizmi farklı kültürel özellikteki toplumların yaşantısını ve yaşadıkları yerlerin kültürel özelliklerini görmek ve tanımak amacıyla yapılan gezileri kapsayan bir turizm faaliyetidir. Kültür turizmi ile farklı kültürler birbirlerini daha yakından tanıma imkânı bulmaktadırlar. Birbirlerini etkileyerek kültür alışverişinde bulunmaktadırlar. Ayrıca farklı kültürel özellikleri görmek isteyen ziyaretçiler bu seyahatlerle gittikleri yörenin kültürlerinin canlı kalmasını da sağlayabilmektedir.

Kültür turizmi; doğal alanları, anıtsal ya da sivil mimari yapılarını, sanat ürünlerini, koleksiyonları, kültürel kimlikleri, gelenekleri ve farklı dilleri kapsayan, somut ve somut olmayan kültür mirasının tüm ürünlerini paylaşmayı ve tanımayı amaçlayan bir gezi türü olarak tanımlanıyor. Kültür turizmi, ülkemizin kültür mirasını korumak ve yaşatmak için önemli fırsatlar barındırırken, özellikle küçük ölçekli tarihi kentler için yeni yatırım ve iş olanaklarını, ekonomik kalkınma ve rekabet gücünü artıran seçenekleri de gündeme getiriyor. Öte yandan turizm, kültür varlıklarının ve yerel yaşam biçiminin yıpranıp bozulmasına neden olarak, yerel kültürün ve kültür mirasının ticari amaçlarla piyasa ürününe dönüşmesine, kültür ürünlerinin yozlaşmasına ve yapaylaşmasına neden olur. Oysa kültür gezginlerinin kültürün bozulmamış, özgün halini aradıkları da bir gerçektir. Tarihi kent ve kasabaların ziyaretçilerine sunduğu en değerli deneyim kültür mirası ise, bu mirası korumanın önemi de kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Kültür turizmini hedefleyen tüm kesimlerin elbirliği ile yerli yabancı gezginlerin ilgisini çeken değerlerin, turizmden zarar görüp yok olmaması güvence altına alınmalıdır (Dedehayır, 2012).

Kültür turizmi, insanların yaşadıkları yerlerden kültürel ihtiyaçlarını karşılamak, deneyim kazanmak ve yeni bilgiler elde etmek amacıyla kültürel çekiciliklere sahip olan destinasyonlara hareket etme durumudur. Dünya Turizm Örgütü'nün tanımına göre; kültür turizmi, insanların kültürel motivasyon sağlamak amacıyla yaptıkları iş seyahatleri, kültür turları, festivaller ve diğer kültürel olaylara katılımları, sit alanlarına ve anıtlara yönelik ziyaretleri ile dini seyahatleri kapsayan hareketlerdir (Bandoğlu, 2014: 157-158).

1.2.8. İş ve Kongre Turizmi

Kongre turizmi ya da daha genel bir kavramla iş turizmi, ülkeler için turizmin tüm yıla ve bölgelere dengeli bir şekilde yayılması hedefinin gerçekleşmesine önemli katkı sağlayabilecek bir turizm türüdür. Yoğun olarak bahar aylarında gerçekleştirilen kongre ve toplantılar, turizm hareketleri bakımından yaza oranla genellikle daha durgun olan bu dönemlere hareketlilik getirmektedir (Atabaş, 2008: 1-2).

Son yıllarda gelişen ve önemi hızla artan turizm çeşitlerinden bir de kongre turizmidir. Kongre turizmi, turizm faaliyetleri içerisinde, sezonu değer olarak uzatma özelliği ile ulusal turizm geliri ve turist sayısını artırarak sektöre özel bir canlılık kazandıran organizasyonlardır (Susam, 2007: 132).

Turizm sektörünün önemli unsurlarından biri haline gelen kongre turizmi ivmesini her geçen yıl artırıyor. Kongre turizmi gerek uluslararası gerekse ulusal çapta, organizasyon firmaları ve oteller başta olmak üzere birçok kesime iş alanı yaratıyor. Dünya Turizm Örgütü kongre ve toplantı turizmini turizm endüstrisi içerisinde en hızlı gelişme kaydeden turizm türü olduğunu açıkladı. İstatistiklere göre kongre turisti normal bir turiste oranla gittiği şehirde üç kat daha fazla harcama yapıyor. Gelen turistin kişi başı harcaması 637 ABD Dolar iken, kongre delegesinin kişi başı harcaması ise 1.911 ABD Dolarına ulaşıyor. Kongre turizmi faaliyetleri itibariyle otellerin yıllık gelirinin yaklaşık % 25-30'unu oluşturmaktadır (Turizm Yatırım Dergisi, 2012: 8).

Kongre turizmi için Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin kişi başı harcama miktarları 2015 yılında 2.500 ABD Dolarının üzerinde ve kongre turizminde geliri 2.5 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır (Güngör, 2018).

Günümüzde teknolojinin, ulaşım ve iletişim olanaklarının gelişmesi, dünya çapında artan iş olanakları ve dünyada yaşanan hızlı sosyal ve ekonomik gelişmelere paralel olarak iş ve kongre turizminin de hızla geliştiği söylenebilir. Her zaman yapılabilen kongreler, iş toplantıları, sempozyumlar, seminerler gibi faaliyetler, turizmin yıl boyunca faal olmasını ve ayrıca dönemsel turistik atıl kapasitenin de doldurulmasına yardımcı olabilmektedir.

1.2.9. Av ve Yaban Hayatı Turizmi

Av turizmi, av ve yaban hayatı kaynaklarının denetim altında olmak üzere yerli ve yabancı avcılarının kullanımına sunulmasını, bu kaynakların rekreasyonel ve turistik yönlerden değerlendirilerek ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan etkinliklerdir (Özdönmez vd, 1996: 24).

Av turizmi; turizmin değişik bir uygulama şekli olup avcı niteliğine sahip kişilerin avlanma amaçlarını gerçekleştirmek üzere belirlenmiş ilkelerle yaptıkları etkinliklerdir. Avcılar, av turizmi faaliyetleri ile yaban hayvanlarının boynuz, diş,

post ve benzeri hatıra değeri taşıyan kısımlarına sahip olmakla birlikte, değişik kùltürleri tanıma ve farklı coğrafyaları görme olanağını da elde etmektedirler (Ukav, 2012: 4).

Av turizmi, yerli ve yabancı avcılarının kendi ùlkelerinde ve ùlkeleri dışındaki başka coğrafyalarda bulunmak, oralarda av ve yaban hayvanlarını izlemek ve onları psikolojik bir tatmin duygusuyla avlamak için yapılan faaliyetlerdir. İnsanlara doğal ortam içinde farklı deneyimler kazandıran, avcılık, safari, kuő gözlemciliği ve sportif olta balıkçılığı av turizmi kapsamındadır.

Avlak işletmeleri, av turizmi acenteler vb. tarafından av meraklıları için düzenlenen av programları, av turizmi kapsamında yer almaktadır. Av turizmi içinde önemli bir yere sahip olan avcılık, doğaya dönüş özlemi içinde bulunan günümüz insanını monotonluktan uzaklaştırarak değişik gereksinimleri gidermektedir (şafak, 2003: 135).

Türkiye, coğrafi yapısı, bitki örtüsü, av ve yaban hayatı bakımından av turizmine oldukça elverişli bir konumdadır. Türkiye’de düzenlenen Av Turizmi için, 4915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu ve bu Kanuna dayanılarak çıkartılan 08.01.2005 tarih ve 25694 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Yerli ve Yabancı Avcıların Av Turizmi Kapsamında Avlanmalarına ilişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik ile 6831 sayılı Orman Kanunu hükümleri kapsamında Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğüne belirlenen esaslar dâhilinde yürütölmektedir. Bakanlık Türkiye genelinde açtığı avcılık kursları ve fahri av müfettiőlięi göreviyle bilinçli, doğa korumacı avcı vatandaş yetiőtirmeye çalışmaktadır. Sürdürülebilir avcılık anlayışı içinde yapılan av turizmi, doğal ortamın korunmasını destekleyecek, ekosisteme zarar vermeyecek ve av yaban hayvanlarının üreme ve gelişmelerine engel olmayacak şekilde ve bilimsel yöntemlere yapılmalıdır. Av yaban hayatı envanter raporları ve belirlenen kotalar dahilinde yapılacak av turizmi faaliyetleri, turizm ekonomisi bağlamında ùlke ekonomisine katkı ve kırsal kalkınmaya yardımcı olabilir.

Ormanlar, meralar ve sulak alanlar yaban hayatının barındığı, beslendiği ve ürettiği doğal alanlardır. Bu alanlar yenilenebilir doğal kaynaklarımızı içermektedir. Ancak, bu kaynakların devamlılığı koruma ve kullanım dengesinin kurulması ile mümkün olacaktır (Eroğlu, 2013: 1).

1.2.10. Kruvaziyer/Yat Turizmi

Dev gemilerle gerçekleştirilen ve kısa süre içerisinde çok farklı güzergâhların ziyaret edildiği, genellikle yirimidört saatten az kalındığı turistik aktiviteler kruvaziyer turizmi olarak adlandırılmaktadır. Kruvaziyer turizmi, deniz temelli turizm kategorisi içerisinde yer almaktadır. Kruvaziyer turizmde, geminin limana yakın yerlere ziyaret ve alışverişlerden oluşan aktiviteler şeklinde gerçekleştirilmektedir (Sezer, 2014: 52).

Wild ve Dearing (2000: 319)'da, kruvaziyer turizm; konukların, belli bir rotada işlemekten ziyade değişik turistik yerleri ziyaret etmek üzere, temel amacı normal olarak taşıma değil, misafirleri ağırlamak olan bir gemiye, boş zamanlarını değerlendirmek için, bir ücret ödeyerek girmek suretiyle yapılan seyahattir". Buna göre kruvaziyer turizmi, amacı taşıma veya ulaştırma değil, konukları olan turistleri ağırlamak olan ve bu amaçla gerekli hizmet donanımına sahip bulunan büyük gemilerle yapılan deniz seyahatleri; kruvaziyer turisti de ürünün ana eksenini oluşturan kişiler olmaktadır (Kuşadası Ticaret Odası, 2010).

Kruvaziyer turizmi daha çok zengin turist kitlesine hitap ettiğinden yapılan turizm faaliyetleri de diğer turizm çeşitlerine nazaran daha çok turizm harcamasının yapıldığı turizm çeşididir. Bu açıdan kruvaziyer turizmi, ziyaret edilen yerlerde, kısa süreliğine de olsa ekonomik canlılığı ve bölgenin kalkınmasına önemli katkı sağlayan bir turizm çeşididir.

1.3. TURİZMİN GENEL BOYUTLARI

Turizmin, inceleme konumuz olan ekonomik ve sosyal boyutunun yanında, kültürel, tarihi, çevresel, psikolojik, dini, siyasi ve tarihi vb. birçok boyutu olduğunu söylemek mümkündür. Günümüzde turizm özellikle ekonomik ve sosyal boyutu ile ön plana çıktığı söylenebilir. Turizmin bu çok yönlü boyutunun yanında, aynı zamanda faaliyetleri ve katılımı için ekonomik yeterlilik gerektiren bir özellik taşımaktadır. Yani turizm ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağladığı gibi faaliyetlerine katılabilmek için de ekonomik ve sosyal yönden gelişmiş olmayı gerektirir. Bu durum turizm ekonomisinin zengin ve pozitif döngülü bir sistem içerisinde yürüdüğünü ve turizm faaliyetlerinin belli bir standart çerçevesinde geliştiğini ve gerçekleştiğini göstermektedir.

Günümüzde turizmin yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde oynadığı rol giderek önem kazanmaktadır. Bu durum, yalnız uluslararası turizm hareketinden büyük pay alan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önemi artırmaktadır. Turizm, uluslararası ölçekte geniş istihdam olanakları yaratan bir sektördür ve dünyada yaklaşık 300 milyon insanı istihdam etmektedir. Başka bir ifadeyle; dünyada her 16 çalışandan biri turizm sektöründedir ve tüm uluslararası sermaye yatırımlarının yaklaşık %7'si turizm alanına yapılmaktadır. Bu bağlamda dünyada ve ülkemizde turizme verilen önem artmakta, turizm eğilimleri çeşitlilik kazanmakta, yeni yerler yeni turizm türleri insanların ilgisini çekmektedir (Emekli, 2005: 2).

AB'nin turizme yönelik bakış açısı; sosyal, kültürel, ekonomik iç dengeleri ile birlikte kurumsal yapısını da büyük ölçüde değiştirmiştir. Avrupa Birliği turizmin kültürel, ekonomik ve sosyal yönlerden önemini kabul etmekte, ekonomik büyüme için çok önemli bir sektör olan turizmi, aynı zamanda kültür, topografya ve yaşam tarzı çeşitliliğinin tanınmasını ve bölgesel eşitsizliklerin azaltılmasını kolaylaştıran bir sosyal faktör olarak tanımlamaktadır. Avrupa Birliği'nin turizm sektöründe devlet teşviklerine yaklaşımı oldukça olumlu bir seyir izlemektedir. Devlet teşvikleri; hibe, uzun vadeli krediler, faiz sübvansiyonu gibi mali teşviklerden oluşmaktadır. AB ülkelerinde turistik hizmet kalitesinin artması ve turizm faaliyetlerinin çeşitlenmesi karşısında Türkiye turizminin içinde bulunduğu durumu, Türkiye'ye yönelik talep açısından önem kazanmaktadır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2006: 17-18).

İnsanların turizm hareketine katılmasını sağlayan başlıca etmenleri teknolojik gelişmeler sonucunda çalışma dışındaki zamanın artması, çalışma süresinin kısılması, erken emeklilik, teknolojik gelişmeler sonucunda daha hızlı, konforlu, güvenli ve ucuz ulaşım araçlarının ortaya çıkması, ekonomik gelişme sonucunda orta sınıfların toplum içindeki oranlarının artması ve gelir düzeylerinin yükselmesi, ekonomik gelişmeler ve işçi hareketleri sonucunda çalışanların ücretlerinin yükselmesi ve ücretli tatil olanaklarının sağlanması olarak sayabiliriz. İletişim teknolojisindeki gelişmeler sonucunda insanların içinde yaşadıkları dünya konusunda bilgi ve ilgilerinin artması, insanların kendi yaşadıkları bölgenin

dışındaki nesnelere karşı genel bir ilgi geliştirmeleri, sanayi toplumunda çalışma konusunda değerlerin değişmesi, yaşamın değer ve öneminin iş dışında aranması ve turizmin insanı yenileyici ve geliştirici, yaşama anlam veren bir etkinlik olarak değer kazanması gibi nedenler turizm hareketlerinin nedenleri olarak sayılabilir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2014: 3).

1.3.1. Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutu

Özellikle 19.yüzyılda hız kazanan sanayileşme ile birlikte tatil ve turistik seyahatler toplumda sosyal yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline getirmeye başlamıştır. Artık bireyler için tatilini başka bir bölge veya ülkede geçirmek olağan bir ihtiyaç olarak kabul edilmiştir. Giderek yaygınlaşan bu eğilim nihayetinde turizm sektörünü katma değer meydana getiren önemli bir ekonomik birim haline getirmiştir. Günümüzde özellikle gelişmiş ülkelerde nüfusun önemli kısmı turistik seyahatlerde bulunmaktadır (Alpagu, 2016: 157).

Doğrudan veya dolaylı etkilenen ya da etkileyen insan guruplarının, ilişkileri, demografik ve kültürel özellikleri, gelenek ve görenekleri, yaşam biçimleri, folklorları, değer yargıları vb. konular sosyal yapı kavramı içerisinde incelenebilir. Turizm farklı sosyal ve kültürel yapıya sahip toplumlar arasında etkileşim sağlamaktadır. Bu etkileşim sonucu sosyal yapıda bazı değişimlere yol açmaktadır. Turizm sektörü açısından, sosyal çevrenin etkisi oldukça önemlidir (Civelek, 2000: 333).

Turistler başka yerlere gitmekle buralarda yeni insanlarla, toplumlarla temasa geçmekte ve değişik sosyal ilişkiler kurmaktadır. Turistler bir yandan gittikleri yerleri sosyal açıdan etkilemekte, diğer taraftan da bu yerlerden kendileri de etkilenmektedir. Turizm, ekonomik olduğu kadar sosyal ve kültürel bir alış verıştır (Gürbüz, 2002: 53).

Kültür, bir toplum tarafından paylaşılan ve kuşaktan kuşağa aktarılan öğrenilmiş inançlar, değerler, tutumlar, alışkanlıklar, davranış biçimleri ve toplumun sahip olduğu maddi varlıkların toplamıdır. Kültür, toplumun satınalma davranışını genel bir biçimde, toplum içindeki toplumsal kümelerin ve tüketicilerin davranışlarını özel bir biçimde etkiler. Günümüzde boş zamanın önemi artmıştır. Kayak, yayla, dağ tatil tesisleri, sağlık tesisleri, kamping ve hızlı

gıda lokantalarının sayısı gittikçe artmaktadır. Eğitim ve seyahat aynı zamanda kültürler üzerinde derin etkilere sahip olmaktadır. İnsan davranışlarının çoğunluğu kültürcü ve toplumsal olaylarca biçimlenir. Bunlar; endüstrileşme ve kentleşme, toplumsal davranışları belirleyen ölçütler, boş zamanı değerlendirme, ekonomik haklar, sosyal turizm, teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçlarıyla iletişim ve toplumsal-mesleki-kişisel hareketlerdir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2014: 16).

Turizm olgusu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri etkilemesi açısından çok boyutlu ve turist ile ev sahibi arasında bir etkileşim oluşturması açısından da dinamik bir süreçtir. Bu bağlamda turizm, toplumsal değişim aracı olarak görülebilmektedir (Rızaoğlu, 2004: 19).

Turistlerin hayat tarzları ve turistik davranışları ile ilişki içindeki insanlara etki edebilmektedir. Her yıl binlerce insanın gerçekleştirdiği turizm olayı ile aile yapısında, inanç ve değer yargılarında, kültürel ve siyasal yapıda daha doğrusu sosyal yapıda önemli değişimler meydana gelmektedir (Akman, 2007: 134). Turist ve yöre halkının ekonomik, eğitim ve kültür düzeyleri açısından benzer özellikler göstermesi halinde sosyal değişim daha az yaşanır. Buna karşın ülkelerin, kültürlerinde ve ekonomilerinde büyük farklılıklar varsa, çok daha fazla sosyal değişim gerçekleşir (Demircioğlu, 1997: 137).

Turizm faaliyetleri ile ortaya çıkan kişisel ve toplumsal etkileşimler, insanların hayatlarında din olgusu da dahil olmak üzere birçok radikal değişimleri de beraberinde getirebilir.

1.3.2. Turizmin Tarihi ve Kültürel Boyutu

İnsanlar hem kendi tarihlerini hem de yabancı uygarlıkları daha yakından tanımak isterler. Turizm faaliyetleri, seyahat etmek, gezmek-görmek, eğlenmek ve merak gidermenin yanında, gidilen yerlerin tarihini, kültür ve uygarlıklarını görsel motiflerle birlikte yakından tanıma fırsatı vermektedir. İnsanlar ve dolayısıyla toplumlar arası kültürel etkileşimler turizm hareketleri ile de olabilmektedir. Bu yolla toplumların sosyal ve kültürel yönden değişmesi mümkündür. Turizm, insanların ve toplumların sosyal ve ekonomik yapısından, kültür, din ve inanç yapılarına kadar pek çok konuda radikal değişimler meydana getirebilir. Turizm,

lkeleri ve toplumları kültürel etkileşimler sonucu birbirine daha çok yaklaştırmaktadır.

Turizmin gelişmesi ziyaret edilen yerlerin tarihi dokusunun zengin ve kültürel farklılıkların çok olmasına bağlıdır. Turizmde tarihi ve kültürel değerler, ziyaretçilerin en çok tercih ettiği ve en çok incelenmeye değer bulunduğu özellikler arasında olduğu söylenebilir. Tarihi ve kültürel varlıkları en çok barındıran ülke ve bölgelerin daha fazla turist çekeceği ve buna bağlı olarak daha fazla sosyal ve ekonomik faaliyetlerin ortaya çıkacağı sylenabilir.

Kültürün bir toplumun sahip olduğu madd ve manev değerlerden oluşan bir bütün olduğunu söyleyen bilim insanları, aynı zamanda kültürün toplumda mevcut her tür bilgi, ilgi, alışkanlıklar, değer yargıları, genel tutumlar, görüş, düşünce ve tüm davranış şekilleriyle bir bütün olduğunu savunmaktadırlar (Turhan, 1994: 45).

Farklı kültürlere olan merak, onları öğrenme arzusu, kendininkinden farklı bir kültürel çevrede bulunma ve bundan hoşlanma gibi hususlar insanlarda bir çekicilik yaratmaktadır (Göğebakan, 207: 51).

1.3.2.1. Turizmin Tarihi Kaynakları

Günümüzde turizm sadece deniz, doğa ve kış turizminden ibaret olmadığı, tarihi ve kültürel zenginliklerin de turizm için önemli bir talep ve kaynak unsuru olduğu söylenebilir. Eski uygarlıkların tarihi nitelikteki yerleşim alanları, günümüze kalmış harabeleri, tarihi yapılar, eski kutsal tapınaklar, arkeolojik kalıntılar, antik kentler, eski heykel ve figürler turizmin tarih yönden fiziki kaynaklarını oluşturmaktadır. Tarihten günümüze ulaşmış bu kaynaklara sahip ülkelerin daha çok merak edilen ülkeler olduğu ve dolayısıyla bu ülkelerde turizm hareketlerinin daha fazla yaşanıp geliştiğini söylemek mümkündür.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı "Bir Yörenin Turizm İmkânlarının Değerlendirilmesi İçin Rehber" adlı yayında "Tarihi ve Kültürel Değerler" başlığı altında bazı alt başlıklar verilerek bir sınıflandırma yapılmıştır. Bunlar aşağıda sıralanmaktadır (Uygur ve Baykan, 2007: 35);

-Arkeolojik eserler olarak ise yörede yaşamış çeşitli medeniyetlerden günümüze kalan eserler olarak değerlendirilmiştir: Antik kent, kale, sur, tiyatro,

hamam, su kemeri, nekropol, akropol, mabed, tapınak, kilise, sarnıç ile yeraltı arkeolojik eserleri buna örnektir.

-Tarihi eserler adı altında yörenin tarihini yansıtan, günümüze kadar gelmiş eserler: Cami, han, hamam, türbe, su kemeri, tescilli yapı-sokak, anıtsal ağaçlar, çeşme, kervansaray, saat kulesi sayılabilir.

-Tarihi dini merkezler, değişik tarih dönemlerinde yapılmış dini yapılarıdır. Cami, türbe, manastır, kilise, sinagog tarihi dini merkezlerdir.

-Müzeler, ülke ve yörenin tarihi ve kültürel özelliklerini yansıtan taşınabilir eser ve eşyaların sergilendiği açık ya da kapalı mekânlardır. Etnografya müzesi, arkeoloji müzesi, açık hava müzesi, özel konulu müzeler buna örnektir.

Dünyada zengin medeniyetlere beşiklik etmiş Anadolu topraklarında Hititler, Sümerler, Urartular, Likyalılar, Lidyalılar, Frigyalılar, İyonlar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular, Osmanlılar, Türkiye Cumhuriyetine gelinceye kadar birçok iz ve kalıntı bırakarak, ülkemizi benzersiz bir tarihi ve kültürel zenginliğe ulaştırmışlardır (Doğaner, 2001).

1.3.2.2. Turizmin Kültürel Kaynakları

Kültürel zenginlikler turizmin gelişmesi açısından önemlidir. Sosyal bir varlık olarak dış çevreye ilgi ve merakı olan insan farklı kültürleri tanımak ister. Dünyada her ülkenin gelenek, görenek, kültür ve yaşam tarzları çeşitlilik göstermektedir. İnsanlar bu farklılıkları yakından görmek ve tanımak için en ücra yerlere kadar seyahat edebilmektedirler. Farklı ve daha otantik kültürel özellikteki yerler, turizm açısından daha fazla ziyaret edilen yerlerdir. Farklı ve çeşitli kültürel yapıyı daha fazla barındıran ülkelerin turizmin gelişmesi açısından daha avantajlı ülkeler olduğu söylenebilir.

Kültürel zenginlikler içinde örf, adet, gastronomi, tarih, müzik ve resim, din, mimari yapı, edebiyat, el sanatları, giyim tarzı dikkate değer özelliklerdir (Emekli, 2005: 103).

Kültürel boyutlardan bazıları Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından aşağıdaki gibi sınıflandırmalar yapılmıştır.

-Festivaller, yılın belirli günlerinde düzenlenen konulu ulusal veya uluslararası katılıma açık (müzik, tiyatro, özel konulu toplantılar) faaliyetler bütünü olarak kabul edilmektedir.

-Gelenek ve görenek ya da dini inançlardan kaynaklı, törensel özelliği olan günler.

-Yöresel el sanatları adı altında ise halı, kilim gibi dokumalar, toprak işleme, ağaç işleme, bakır işleme, taş işleme, mücevher sıralanmıştır.

-Folklor turistik talebin doğmasında rol oynadığı gibi turizme arz edilen değerler açısından da önemlidir.

Turizm genel anlamda ve önemli ölçüde özellikleri itibariyle sosyal ve kültürel açıdan olumlu ve olumsuz etkiler oluşturmaktadır (Kültürel Bellek, 2017).

Buna göre, olumlu toplumsal kültürel etkiler şu şekilde sıralanabilir:

-Farklı toplumlardan gelen bireylerin birbirleri ile bilgi alışverişinde bulunmaları ve kültürel yapılarını daha yakından tanımaları, oluşan dostluk ve arkadaşlıklar sonucunda dünya barışının sağlanmasına katkıda bulunulması.

-Turist kabul eden ülke halkının turistlerle daha yoğun bir iletişime girebilmek için okuma ve araştırma zorunluluğu hissetmeleri sonucunda eğitim ve kültür düzeyinin yükselmesi.

-Farklı kültürleri tanımak, yeni arkadaşlıklar ve bölgeye gelen turistlere yardımcı olabilmek amacıyla bölge halkının yabancı dil öğrenme isteği.

-Turizm olgusunu korumak amacıyla kültürel değerlere sahip çıkılması ve bu değerlere gereken önemin verilmesi.

-Turizmin kırsal bölgelerde kentleşmeyi hızlandırması.

-Aile yapısı ve kadın haklarında birtakım yenilikleri beraberinde getirmesi.

-Ulusal bilinci artırıp halkın sahip olduğu değerlerle övünmelerini sağlar.

-Yeni meslek gruplarının ortaya çıkmasını sağlar.

Olumsuz etkilerini ise şöyle sıralamak mümkündür.

-Turist kabul eden bölge halkının sahip olduğu değer ve inanç yapısının değişmesi, giyim ve yaşam biçiminde meydana gelen değişiklikler.

-Turist kabul eden bölgenin dil yapısına giren yabancı sözcükler sonucu dilde yabancılaşmanın ortaya çıkması.

- Sanat değeri taşıyan eserlerin yok olarak yerini yapay çalışmaların alması.
- İnsanlar arası ilişkilerdeki dostluk, arkadaşlık, konukseverlik gibi manevi değerlerin yok olarak yerini ekonomik çıkar gruplarının alması.
- Turist kabul eden bölgede yaşayan halkın iş dışı boş zamanlarını değerlendirmek için bar, sinema, gece kulübü vb. eğlence yerlerini tercih etmesi.
- Yöre halkının turistlere özenerek onları taklit etmek istemeleri.
- Kültürel çatışmaların kendini göstermesi.
- Ev sahibi ülke halkının turistleri kıskanmasına yol açması sonucunda, kendilerini yalnızca turistlere hizmet etmek zorundaymış gibi hissetmeleri.
- Turistlerle ev sahipleri arasındaki belirgin ırksal farkların olduğu yerlerde ırksal gerginliklere yol açması.
- Maddi olmayan tarihi ve kültürel varlıkların, turistik talep uğruna ait olduğu ortamdaki sükülerek maddi kazanç elde etmek adına ticari mal haline getirilmesi (Kültürel Bellek, 2017).

Görüldüğü gibi turizmin oldukça önemli ve çok sayıda faydalarının yanında çokça da zararlı etkilerinin olduğu söylenebilir. Zararlı etkilerin giderilmesi için başta turizm bölgelerinde olmak üzere halkın bilinçli olması gerekmektedir. Gelecek nesillerin olumsuz etkilerden arındırılması için de ailede ve okullarda konu ile ilgili gerekli eğitimler verilmeli, yeterli bilinç sağlanmalıdır.

1.3.3. Turizmin Psikolojik Boyutu

Maslow'un gereksinim kuramına göre; merdivenin beşinci ve en üst basamağında kendini gerçekleştirme gereksinmesi yer alır. Kişinin mutlu olmak için yapabileceğinin doruğuna çıkmasına yönelik etkinlikler en üstte yer alır. Eğitim, spor, gezi, sanat etkinlikleri, hobiler buna örnek verilebilir. Tatil güdülenmesi ve davranışı konusunda ilk çalışma Grinstein tarafından yapılmıştır. Grinstein, tatil güdülenmesi ve davranışının altında yatan temel psikolojik etmenlerden birçoğuna değinmiş, olağan yaşamın gereklerinden kaçmak diye bir gereksinimden bahsetmiş ve bu gereksinimin ancak yer değiştirme ile en iyi şekilde karşılanabileceğini ileri sürmüştür. Grinstein'e göre bizzat tatilin kendisi, her bireye göre değişen, benlik sınırlarında en yüksek artma olanağı sağlayan bir ortama geçme olmalıdır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2014).

Meyer, turizmi, insan psikolojisinin bir göstergesi olarak ortaya çıkan yer değiştirme, değişiklik, kaçma, uzaklaşma isteği ile tanımlar (Bayer, 1992: 4).

Turizm, kişilerin yoğun ve stresli iş ortamlarından ve şehirlerin kalabalık ve gürültülu ortamlarından kurtararak bedensel ve zihinsel olarak dinlenme imkânı vermektedir. İnsanlarda psikolojik sorunların arttığı günümüzde turizm faaliyetleri daha fazla önem kazanmıştır. Bazı bilim adamları turizmin sosyo-psikolojik güdüleri aşağıda belirtildiği şekilde kümelere ayırmışlardır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2014: 12).

Crompton; turistik güdüleri,

1-Sosyo-Psikolojik Güdüler;

- a. Olağan çevreden kaçma,
- b. Benlik değerleme ve araştırma,
- c. Rahatlama,
- d. Saygınlık,
- e. Geçmişe özlem (geçmişi arama),
- f. Akrabalık ilişkileri (kan bağını) geliştirme,
- g. Toplumsal etkileşim, olarak sıralamaktadır.

2-Kültürel Güdüler;

- a. Yenilik
- b. Eğitim, olmak üzere iki kümede toplamaktadır.

Schmidhauser; tek bir tatilin bir insanın tüm gereksinimlerini karşılayamayacağını ve her tatilin gereksinimlerin ancak bir kısmını içerebileceğini ileri sürmekte ve turizme katılmanın hiç karşılanmayan veya yetersiz olarak karşılanabilen toplumbilimsel işlevleri olduğunu belirtmekte ve bu işlevleri dört kümede toplamaktadır. Bunlar;

1. alışan bir toplumda günlük yaşamın yarattığı yetersizlikleri telafi etme;telafi edilecek bu yetersizlikler;

- a. Toplumsal yetersizlikler veya insansal ilişkilerde ve arkadaşlıklarda meydana gelen yetersizlikler,
- b. İklimsel yetersizlikler,
- c. Doğaya yakınlıkta, manzara zevkinde ve açık hava etkinliklerinde yetersizlikler,

- d. Değişmede, deneyimde, keşfetmede ve eylemde yetersizlikler,
- e. Eğlencede, lükste ve saygınlıkta yetersizlikler,
- f. Özgürlükte yetersizlikler.

2. Zihinsel ve fiziksel iyileşme;

- a. Gerilim ve bunalımdan zihinsel ve fiziksel olarak rahatlama,
- b. Başarma baskısından arınma,
- c. Günlük yaşamın tekdüzeliğinden kurtulma.

3. Kişisel değeri arttırma;

- a. Ufku genişletme,
- b. Merakı giderme,
- c. Öz gerçekleştirme,
- d. Kendi değerini arttırma.

4. Kendini ödüllendirme ve kendine yönelme.

Hudman; Turizm davranışına kaynaklık eden güduları insanların amaçlarına bağlı olarak on kümede toplamaktadır. Bunlar;

Merak, zevk, özsaygı, atalara özlem, din, sağlık, iş, akraba ve arkadaşları ziyaret etme, sportif etkinliklere katılma, sportif etkinlikleri seyretmedir.

Bunların dışında, moda ve prestij, dini inançlar, doğal yaşama duyulan özlem, psikolojik tedavi, reklam ve tanıtım gibi faktörler turizmin diğer psikolojik faktörleri olarak sayılabilir.

1.3.3.1. Moda ve Prestij

Moda, turizm talebi üzerindeki fiyat unsurunun negatif etkisini azaltabilen en önemli faktörlerden biridir. İnsan yaşamını yönlendirmede etkin bir görev üstlenen moda, zevk ve alışkanlıklar, diğer mal hizmetlere olan talebi etkilediği gibi turistik mal ve hizmetlere olan talebi de etkilemektedir. Özellikle turistik bölgelerdeki turizm ürünleri çoğunlukla moda eğilimlerinin etkisi altındadır (Çak, 2007: 23-24). İnsanlar hayatlarında yaygın olarak moda kültürünün etkisinde oldukları söylenebilir.

Prestij, insan psikolojisinin tatmini açısından baskın bir duygudur. Turistik seyahatlerle farklı yerleri gezmek ve görmek, farklı kültürler tanımak ve farklı deneyimler kazanmak ve kültürlenmek prestij sebebi sayılabilmektedir.

1.3.3.2. Doğal Yaşam Özlemi

Özellikle büyük kentlerde yaşayan insanların, şehirlerin kalabalık, gürültülü ve havasız ortamlarından uzaklaşıp bol oksijenli ve huzur veren doğal ortamlara yönelme isteği her geçen gün daha da arttığı söylenebilir.

1.3.3.3. Alışveriş Yapma Arzusu

Günümüzde alışveriş amaçlı seyahatlerin de arttığını görmek mümkündür. Ekonomik gelişmeler, iletişim ve ulaşımın imkânlarının artması ve kolaylaşması, büyük alışveriş mağazaları, piyasada artan ürün farklılığı, çeşitliliği ve kalitesi bu yöndeki turizm hareketlerini de beraberinde getirdiği söylenebilir. Daha çok zengin turistler tarafında yapılan ve genelde psikolojik tatmin ve farklı ortamları görme amaçlı olan alışveriş arzusu, ziyaretçilerin yurt dışına seyahatlerini de arttırmaktadır.

1.3.3.4. Reklâm ve Tanıtım

Reklam ve tanıtım, bir kişi, topluluk veya kurum tarafından, uygun yöntem, teknik ve haberleşme araçlarından yararlanılarak hedef grupları bir durum veya olay konusunda aydınlatmak veya bir tutum ve davranış sahibi kılmak amacına yönelik bir faaliyet şeklinde tanımlanmaktadır (DPT, 1983).

Yurt içinde ve dışında yapılan fuarlar, sergiler, uluslararası yerli ve yabancı organizasyonlar, seminerler ülkelerin, firmaların ve her türden örgütlerin tanıtımı için önemli etkinliklerdir. Reklam ve tanıtım, özellikle günümüzde ekonomik ve sosyal hedeflere ulaşmada en etkili araçlar olduğu söylenebilir.

1.3.4. Turizmin Coğrafi ve İklimsel Boyutu

Turizm iklim ve coğrafya ile doğrudan ilişkilidir. Turizm çeşitliliği aynı zamanda iklim ve coğrafi farklılıklar ve buna bağlı meydana gelen olaylara paralel olarak gelişme göstermektedir. Coğrafi yapı ve iklim, talebi etkilediği gibi arzın da oluşmasını sağlamaktadır. Coğrafi olarak arazinin yapısı, doğa manzaraları, doğal oluşumlar, şelaleler, piknik alanları, kaplıcalar turistik talebi belirleyen coğrafi etmenlerdir. Bir bölgenin turizm potansiyeli, sözkonusu bölgenin iklimi ve coğrafi yapısı ile doğrudan ilişkilidir. Yörenin güneşli gün

sayısı, sıcaklık değerleri, yağışlar ve rüzgâr gibi olaylar turizmin iklimsel boyutunu, delta, yamaç, kıyı şeridi, kumsal, ormanlık, mesire yerleri ve piknik alanları gibi doğal ve fiziki etmenler coğrafi boyutunu oluşturduğu söylenebilir.

Turizm aynı zamanda coğrafi bir olaydır. İklim koşulları boş zaman etkinliklerinde istemi etkileyen önemli bir etmendir. Diğer yandan iklim koşulları çekimyeri için gezi kalıpları oluşmasına neden olur. Turistik istemi etkileyen koşullardan biri de doğal çekiciliklerdir. Bir çekimyeri doğal kaynakları açısından ne kadar zenginse o denli turizm isteğini arttırmaktadır (Alper ve Erdem, 2005: 6).

Turizm, doğa olayları, doğal çevre ve ekosistem ile yakından ilişkilidir. Turizm hareketlerinin doğanın kendisi ve doğa olayları tarafından etkilendiğini söylemek mümkündür. Ayrıca turizmde arzı oluşturan kaynaklar çoğunlukla doğaldır. Bu bağlamda sürdürülebilir turizm ve doğa koruma anlayışı, turizme taraf herkesin ve her kesimin benimsemesi ve içselleştirmesi gereken önemli bir konu olduğu söylenebilir. Turizm, çevre bilincinin oluşması ve turizm arz potansiyelinin ortaya çıkması açısından olumlu, çevrenin kirlenmesi, doğanın tahribata uğraması ve ekosistemde canlılar için olumsuz yaşam koşullarının ortaya çıkması açısından olumsuz etkiler gösterebilmektedir.

1.3.5. Turizmin Çevresel Boyutu ve Fiziki Çevreye Etkileri

Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel birçok etkisi ve bölgesel kalkınmaya katkısının yanında doğal çevreye de oldukça önemli etkileri vardır. Arzı oluşturan faktörlerinin bilinçsiz kullanılması, turistik doğal kaynakların etkin ve verimli kullanılmaması, doğanın ekonomik kaygılar yüzünden tahrip edilmesi ve çevre kirliliği turizmin olumsuz etkileridir. Bunlar ayrıca yeni maliyetlerin oluşmasına da neden olmakta, turizmin sürdürülebilir olmasının önünde engel teşkil etmektedir. Bununla birlikte turizm doğanın, tarihin ve kültürel değerlerin korunması bilincini de beraberinde getirdiği söylenebilir.

Inskeep (1991)'e göre, çevresel başlıca olumlu etkiler doğal, arkeolojik ve tarihi alanların korunması, çevre kalitesinin iyileştirilmesi, çevrenin değerinin artırılması, altyapı olanaklarının geliştirilmesi, çevrenin ön plana çıkarılması; başlıca olumsuz etkiler su, hava ve gürültü kirlilikleri, görsel kirlenme, katı atıklar, ekolojik bozulmalar ve biyolojik çeşitliliğin azalması, arkeolojik ve tarihi

alanların zarar görmesi ile alan kullanım sorunlarıdır. Sosyo-ekonomik olumlu etkiler, ekonomik yararlar, kültürel mirasın korunması, kültürel değerlerin yenilenmesi, karşılıklı kültürel değişim; olumsuz etkiler potansiyel ekonomik yararların kaybolması, ekonomi ve istihdam bozulmaları, aşırı kalabalık ve yerlilerin ayrıcalıklarının kaybolması olumsuz kültürel etkiler ve sosyal sorunlardır (Inskeep, 1991). Olumlu, olumsuz gerçekleşen bu değişikliklerden en çok etkilenen kesim ise o bölgede yaşayan yerel halktır. Bu açıdan yerel halkın bölge turizmine bakış açısı önemlidir (Özdemir ve Kervankıran, 2011: 4).

Ekonomik, sosyal, psikolojik, kültürel pek çok yararı olan turizm, aşırı doğal kaynak kullanımı ve yanlış yer seçimleri nedeniyle doğal alanların, tarihsel değerlerin ve kıyı alanlarının tahrip edilmesine yol açabilmektedir. Turizm potansiyelinin temelini oluşturan doğal, kültürel ve tarihi değerlerin, uzun vadede korunabilmesi için yapılacak planlama çalışmalarının her aşamasına yerel halkın katılımının sağlanması önem taşımaktadır (Mansuroğlu, 2006: 36).

Kültürel Bellek Kültür ve Sanat Sitesi (2011)'de turizmin olumlu ve olumsuz çevresel ve fiziksel etkilerini aşağıdaki başlıklar halinde açıklamaktadır.

Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumlu Etkileri:

-Turizmin mevcut tarihi doku, anıt ve yapıların restorasyonu ya da iyileştirilmesi için itici güçtür.

-Eski yapıtların yeni kimlikleriyle bugünde yaşamalarını sağlayacak düzenlemelere gidilmesini özendirilmektedir.

-Çevre korumasına için alınan önlemler, çevre planlaması ve yönetimi boyutu ile fiziki çevrenin korumasına katkı ve hız vermektedir.

Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri:

-Turizm faaliyetleri doğayı tahrip etmekte, fiziksel dengeyi bozmaktadır.

-Doğal manzaranın sıradanlaşmasına neden olmaktadır.

-Tarihi SİT alanlarının maddesel olarak kirlenmesine neden olmaktadır.

-Turistik mal ve hizmet üretim ve tüketiminden kalan zararlı artıklar çoğu kez doğayı kirlettiği kadar kişilerin sağlığı içinde tehlike oluşturmaktadır.

-Gürültü oranını yükselterek gürültü kirliliğine yol açmaktadır.

-Turizm yalnızca sahil kıyısında değil, yoğunlaşmanın neden olduğu tüm yörelerde düzensiz kentleşmeye yol açmaktadır (Kültürel Bellek, 2011).

1.3.6. Turizmin Ekonomik Boyutu ve Etkileri

Birçok ülkede turizm, gayri safi milli hasıla ile istihdamın önemli bir bölümünü meydana getirmektedir. Buna ilave olarak turizmden elde edilen uluslararası döviz gelirleri ülkelerin mevcut bütçe açıklarını finanse etmeye yardımcı olmaktadır. Bölgesel düzeyde ise turizm işsizlik sorununun çözümüne katkı sağlamanın yanı sıra bölgesel gelişmeye arttırarak, bölgesel ekonomik farklılıkların azaltılmasına olanak sağlamaktadır (Bahar ve Bozkurt, 2010: 255).

Turizm, ekonomik ve sosyal boyutu ile toplum refahını arttırmaya katkı sağlar. Dinamik bir sektör olan turizm, faaliyetleri kapsamında tarımda sebze, meyve, et, süt, yumurta, balık üreten tarım kesimindeki çiftçisinden, hediyelik eşya imal eden zanaatkârına, orman köylüsünden, tekstil, gıda, giyim eşyası satan esnafına, ulaşım ve taşıma işini yapan dolmuşçusundan kamyoncusuna kadar herkesi ve her kesimi kapsayarak geniş çapta ekonomik faaliyet olanağı sağladığı söylenebilir. Turizm ekonomik açıdan aile işletmeleri gibi küçük ekonomik birimleri de genel ekonomik sisteme dahil etmektedir.

Turizm, bütün ülkeler için hayati bir öneme sahiptir. Turizmle birlikte devletlere döviz girdisi sağlanırken, iç piyasalarında canlanma ve işsizlik sorununda da azalma görülmektedir. Buna ek olarak kültürler arası etkileşim hızlanmakta ve ortak değerler artmaktadır (Tutar vd, 2013: 15).

Konaklama tesisleri başta olmak üzere turizm tesislerinde tüketilen çok çeşitli ürün ve tüketim malzemesine olan talep, turizm sektörünün diğer sektörlerin, alt sektörler ve faaliyet alanlarının büyümesine ve gelişmesine katkı sağladığı bilinmektedir. Böylece turizm bütün ekonominin gelişmesine ve bölgesel kalkınma ile birlikte ülke kalkınmasına da katkı sağladığı söylenebilir.

Turizm sektörü, doğa, iklim, tarih, folklor, kültür doğal çevreye büyük ölçüde bağımlık gösterir ki bunlar turizmin hammaddesi durumundadırlar. Sayılan bu zenginlikler ancak turizm sayesinde ekonomik mal niteliğine dönüştürülebilirler. Endüstriyel faaliyetler yönünden yeterli kaynak ve gelişme olanağına sahip olmamasına rağmen, zengin turizm potansiyeline sahip bölgelerin planlı ve etkin bir turizm uygulaması sonucunda turistik yönden kalkınmaları ve ülke ekonomisi içinde dengeli bir biçimde gelişmeleri mümkündür (İlkin ve Dinçer, 1991: 36).

Turizm elbette ki, ekonomideki yapısal değişikliklerin ana nedeni değildir, ancak ekonomiye yapmış olduğu uyarıcı etki sayesinde ekonomik yapı değişimini hızlandırmaktadır. Turizmin kırsal bir ekonomide gelişmesiyle oradaki iş ve mesleklerde yavaş yavaş bir değişme gözlemlenir ve bireyler tarımsal alandan turizm sektörünün sunduğu yeni istihdam alanlarına yönelmeye başlarlar (Çak vd, 2007: 30).

Günümüzde turizm, gelir yaratıcı etkisi, sağladığı döviz girdisi ve istihdam sağlayıcı özelliği ile dünya ekonomilerinin en önemli sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Dünya genelinde değerlendirdiğimizde, ekonomik önemi 20. yüzyılın ortalarından itibaren anlaşılma ile birlikte 1950'li yıllara kadar, kalkınma ve büyüme gibi ekonomik ve küresel nitelikli araştırmalarda turizm sektörü genellikle gözardı edilmiştir. Ekonomik öneminin ön plana çıkması ile birlikte turizm, 21. yüzyılda küresel ekonomide, telekomünikasyon ve bilgi teknolojileri ile birlikte en hızla gelişen sektör olmuştur. Günümüzde ise söz konusu sektör, gelişmiş ve gelişmekte olan bir çok ülkede ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli determinantlarından biri olarak görülmektedir (Oktayer, 2007: 35).

Turizm ekonomik öneminin zamanla anlaşılmasıyla birlikte bugün en hızlı gelişen sektörlerden biri durumuna gelmiştir. Günümüzde, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede turizm önemli bir ekonomik faaliyet, ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklarından biri olarak görülmektedir. UNWTO'ye göre, uluslararası turist sayısı 2007 yılında 903 milyon kişiye, uluslararası turizm geliri ise 856 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. İç turizm hareketleri ve harcamaları da göz önüne alındığında, bu verilerin daha da artacağı kesindir. Dünya Turizm Örgütü'ne göre, bu rakamların 2020 yılında sırasıyla 1,6 milyar kişi ve 2 trilyon ABD Doları, 2050 yılında ise 2 milyar kişi ve 2,1 trilyon ABD Doları olması öngörülmektedir. 2050 yılında da dünya genelindeki iç ve dış turizm gelirinin toplam olarak 24,2 trilyon ABD Dolarına ulaşacağı beklenmektedir (Kozak ve Bahar, 2013: 5).

Turizmin önemli fonksiyonlarından biri, emek-yoğun sektörü olması nedeniyle istihdam sağlama oranının yüksek olmasıdır. Turizm sektörünün yoğun olarak yaşandığı bölgelerde hemen her aileden bireyler turizm hizmet sektöründe istihdam olanağı buldukları söylenebilir.

1.3.6.1. Turizmin Mikro Ekonomik Boyutu

Mikroekonominin turizm sektörüne uygulanması ile birlikte, turizm sektöründeki tüketici (turist) davranışlarını ve harcamalarını etkileyen, hem arza ve hem de talebe ilişkin faktörlerin neler olduğu ayrıntılı olarak incelenebilir ve de turist harcamalarının mikro ve makro anlamdaki ekonomik etkiler araştırılabilir. Üretim ve maliyet gibi temel yöntemlerle turizmde çok kısa, kısa ve uzun dönem üretim ilişkileri analiz edilebilir. Temel maliyet kavramlarından yararlanarak, tatil köyü, otel, apart otel, pansiyon, seyahat acenteleri, tur operatörleri ve rehberleri gibi çeşitli kapasitedeki ve büyüklükteki turizm işletmelerinin, üretimin değişik evrelerinde karşı karşıya kalabilecekleri maliyetler hesaplanabilir (Kozak ve Bahar, 2013: 8).

Turizm sektörü birçok sektörün çıktısını kullanmaktadır. Bu nedenle üretim ve pazarlama işletmeleri, faaliyetlerini bu sektörün talebini de dikkate almak zorundadırlar. Böylece işletmelerin daha çok miktarda mal ve hizmet üretmeleri ve bunların reklam ve pazarlama faaliyetlerini artan oanda ve sürekli yürütmeleri sağlanmış olmaktadır. Mikroekonomik bazda irili ufaklı birçok ekonomik işletmenin turizmle olan yakın ilişkisi, ekonominin üretim, istihdam, tüketim, pazarlama ve fiyat gibi unsurlarını doğrudan etkilemektedir.

1.3.6.2. Turizmin Makro Ekonomik Boyutu

Benzer şekilde makroekonomik teorilerin, turizm sektörüne uyarlanması ile bu sektörün bir ülke, bölge ya da tüm dünya genelindeki ekonomik önemi konusunda fikir sahibi olmak, analiz veya ileriye yönelik öngörüler yapmak mümkün olabilecektir. Turizmin ülke ekonomisindeki yeri ve önemi hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olmak, yukarıda belirtilen temel makroekonomik göstergeler yönünden ülkeler, bölgeler ve hatta kıtalar arasında karşılaştırma yapabilmek açısından makroekonomideki konuların turizm sektörü ile ilişkilendirilmesi büyük önem arz etmektedir (Kozak ve Bahar, 2013: 8-9).

Ulusal ekonominin turizm aracılığıyla geliştirilmesi, turistlerin ihtiyacı olan konaklama, yiyecek, ulaşım faaliyetleri, hediyelik eşya, eğlence, güvenlik, bankacılık ve sağlık gibi hizmetler sektöründeki arz kapasitesinin arttırılmasına ve geliştirilmesine ek olarak, bu sektöre yapılacak altyapı yatırımlarının

yapılabilmesine bağlıdır. Bu bağlamda uluslararası sermaye otel, tur operatörleri ve ulaşım hizmetleri ile altyapı yatırımlarında doğrudan yabancı sermaye yatırımı (FDI) olarak turizm sektörüne giriş yapmaktadır (Bahar ve Bozkurt, 2010: 256).

Makroekonomik değişkenlerle etkileşim halinde olan turizmin ve dolayısıyla turizm gelirlerinin artırılması bağlamında ekonomik büyümede yakalanan istikrarın devamının Türkiye ekonomisi açısından önem arz ettiği ifade edilebilir. Ayrıca, yükselen bir turizm sektörünün sanayi-inşaat gibi aktivitelerin artmasına, yeni iş imkânlarının doğmasına sebebiyet vereceği ve bu durumda büyüme üzerinde olumlu katkıda bulunabileceği söylenebilir. Dolayısıyla, kamu kesiminin turizmin gelişmesine ivme kazandıracak politikalara daha fazla ağırlık vermesinin öneminin büyük olduğu ifade edilebilir (Kanca, 2015: 11).

Ülkelere önemli miktarda döviz girdisi sağlaması ve ödemeler dengesine olumlu yöndeki etkileri nedeniyle turizm sektörü, makroekonomik açıdan tartışılmaz bir öneme sahip olduğu söylenebilir. İstihdam yaratma, kalkınmayı destekleme, gayri safi milli hasılayı artırma yönündeki temel göstergelere etkisi ile turizm, makroekonomik politikalarda önemli bir ekonomik aktördür. Turizm, ülkelerin makroekonomik politikalarında göz önünden bulundurulması gereken olmazsa olmaz endüstrilerden biridir.

1.3.6.3. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Ödemeler dengesi bilançosu; cari işlemler dengesi, sermaye hareketleri dengesi, rezerv hareketleri ve net hata ve noksan olmak üzere dört ana bölümden oluşmaktadır. Cari denge olarak da tanımlanan cari işlemler dengesi, ödemeler dengesi bilançosunun en önemli ana hesaplarından ve dış ticaret, hizmetler, yatırım (net faktör) gelirleri ve cari transferler (karşılıksız dış gelirler-karşılıksız dış giderler) dengelerinin toplamından oluşmaktadır (Şahin, 2011: 48-49).

Ödemeler bilançosu, bir ülkenin belirli bir dönem boyunca yabancı ülkelerle olan ekonomik işlemlerin sonucunu gösteren sistematik bir kayıt olarak tanımlanmaktadır. Turizm, ödemeler dengesini oluşturan kalemlerden cari işlemler hesabı altında yer almaktadır. Bu itibarla ülkeye döviz girdisi sağlayarak cari açığı kapatıcı veya cari fazlayı arttırıcı yönde olumlu etkiye sahiptir. Turizm diğer endüstrilere oranla daha az bir yatırım maliyeti gerektirmektedir. Fiyat

indirimleri, tanıtım kampanyaları ve ulaşım kolaylıkları ile dış turizm talebini ve turizm gelirlerini arttırmak mümkün olabilmektedir. Diğer ihraç edilen mallardan farklı olarak üretildiği yerde tüketilme zorunluluğu ülkelere doğrudan döviz girişine neden olmaktadır. Turizmde ürün çeşitlendirme olanağının varlığı, sektörün döviz kazandırma etkisini güçlendirmektedir (Demirel, 2012: 46).

Turizmin neden olduğu döviz hareketlerinin ülke ekonomisi açısından önemi, ödemeler dengesi içindeki yeriyle ölçülmektedir. Döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin de döviz arzını artırıcı bir rol oynadığından, ülkelerin ödemeler dengesini etkilemektedir. Bu özelliği ile turizm gelirleri, döviz sıkıntısı çeken ve ödemeler dengesi açık veren ülkeler için oldukça önemli bir döviz kaynağıdır (Kar vd, 2004: 89).

Özellikle sanayisi ithalata dayalı, dış borç yükü ağır ve enerjide dışarıya bağlı olan ülkeler için turizm, sağladığı döviz gelirleriyle önemini daha da arttırmaktadır.

1.3.6.4. Turizmin Gelir Sağlayıcı Etkisi

Ekonomide var olan çarpan etkisinin bir gereği olarak ekonomide turistler tarafından yapılan harcamalar, önce kendi büyüklükleri kadar bir gelir etkisi yaratmakta, daha sonra bu gelir ekonomi içerisinde el değiştirerek diğer faktör sahipleri için gelir oluşturmaktadır (Demirel, 2012: 47).

Gelişmekte olan ülkelerin, turizmi ekonomik kalkınma aracı olarak kullanmak isteme nedenlerinden birisi, turizmin görünmeyen ihracat olarak söz konusu ülkeler için önemli miktarda gelir yaratması olduğu söylenebilir (Unur, 2000:2).Turizm sektörü diğer birçok sektörle yakın ilişki içerisinde olduğundan, turizm gelirleri diğer birçok mal ve hizmetlerin tüketimine ve ihracatına olanak sağlamaktadır. Yani turist bir ülkeye geldiğinde, o ülkede yaptığı her harcama sadece turizmle uğraşan kişilere değil, turistin harcama yaptığı diğer sektörlerle de gelir sağlamaktadır (Kar vd, 2004: 90). Ayrıca artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar, gerek turizm sektörünün gerekse sektörü besleyen diğer sektörlerdeki üretim faaliyetlerinin gelirlerinin artmasına katkıda bulunur. Dolayısıyla turizm harcamaları, çarpan mekanizması ile kendisinden kat kat fazla gelir yaratılmasına neden olmaktadır (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008: 354).

Özellikle 1980 sonrası ekonomik dışa açık politikalar turizme de yansımış ve Türkiye'nin turizm arz koşulları giderek daha çekici hale gelmiş, Türkiye'nin turizm destinasyonlarına olan talebi artırmıştır. Buna bağlı olarak turizmin ülke ekonomisindeki önemi giderek artmış ve ekonomik göstergeler turizm gelirleri ile birlikte pozitif yönlü etkiler göstermiştir. Özellikle bu sektörünün değerinin anlaşılacak önem verilmeye başlandığı ve bu çerçevede yasal ve kurumsal düzenlemelerin yoğun bir biçimde yapıldığı 80'li yıllardan itibaren turizm gelirlerinde büyük bir artış olduğu gözlenmiştir. Ekonominin lokomotif sektörlerinden biri olarak değerlendirilen turizmin Türkiye ekonomisi içindeki yerini belirlemede başvurulan en önemli göstergeler, turizmden elde edilen gelirlerin ulusal gelir içindeki payı ve turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranıdır (Oktayer, 2007: 68).

Turizm, yapısı gereği birçok sektörle girdi ve çıktı alışverişi içinde olması, her sektörün çıktılarını kullanabiliyor olması, ekonomide genel bir canlanlılığı ve dolayısıyla her kesime gelir sağlayıcı etkilerini de beraberinde getirmektedir.

1.3.6.5. Turizmin İstihdam Arttırıcı Etkisi

Günümüz dünyasında tüm ülkelerin en büyük sorunlarından biri işsizliktir. Ülkeler, işsizlik oranlarını düşürmek için çeşitli yollar aramaktadır. İnsanın insana hizmet ettiği sektör olan turizm, istihdam yaratmada önemli katkı sağlayacaktır. Bu amaçla birçok ülke çeşitli reklam ve tanıtımlarla turist sayısını ve turizm gelirlerini arttırmaya çalışmaktadır (Tutar vd, 2013: 15).

Turizm harcamalarının istihdam etkisi, turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Diğer bir ifadeyle, ülkeye olan turistik talep ne kadar artıyor ise, o ülkeye doğrudan ve dolaylı istihdam etkisi de o kadar yüksek olacaktır. Yani istihdam artışı talep artışına paralellik gösterecektir. Turizm talep artışına karşı cevap verebilmek için, turizm yatırımlarının arttırılması gerekir (Çetinkaya ve Altınok, 2003: 113).

Turizm, hizmet sektörü olduğundan dolayı insan kaynaklarından yoğun bir şekilde yararlanmaktadır. Dünyanın en hızlı iş yaratıcılarından olan turizm sektörü, gençler, kadınlar gibi kesimler için de istihdam yaratmaktadır. Turizm

ekonomisi doğrudan ve dolaylı olarak, 230 milyondan fazla istihdam sağlayarak, küresel işgücünün yaklaşık %8'ini temsil etmektedir (UNEP, 2012: 39).

Günümüzde var olan teknolojik gelişmeler ışığında turizmin gerektirdiği emek yoğun işgücü sermaye ile ikame edilebilmektedir. Turizm sektörü genel itibari ile yüksek eğitilmiş ve nitelikli işgücünü gerektirmemektedir. Bu durum talebin yüksek olduğu dönemlerde işgücü sağlanmasını kolaylaştırmaktadır. Turizmdeki çalışma koşulları ve mevsimselliğe bağlı olarak işgücü dönüşüm oranının yüksekliği, başlangıç ücret düzeylerinin düşük olması sonucunu doğurmaktadır. Turizmde mevsimselliğe bağlı olarak talebin düşük olduğu sezonlarda işgücü gereksinimdeki düşüş ücretleri düşüşü beraberinde getirir. Sektörde geçerli olan yarı zamanlı ve geçici işlerin yoğun olması ücretlerin seviyesini etkileyen bir diğer unsurdur. Turizm sektörünün kendi içerisinde yarattığı istihdam doğrudan istihdam, turizme girdi sağlayan diğer sektörlerde yarattığı iş olanakları ise dolaylı istihdam olarak adlandırılır (Demirel, 2012: 49).

Turizmin nitelikli işgücüne olan talebi ve gereksiniminin yanında, niteliksiz işgücünü de önemli oranda istihdam edebilme özelliğine sahiptir. Bu nedenle turizm sektörü işsizliği azaltıcı etkisiyle istihdamda önemli bir sektör olduğu söylenebilir.

1.3.7. Turizmin Yatırımlara Etkisi

Turizm yatırımları; alt yapı yatırımları, konaklama tesisleri yatırımları ve diğer hizmet tesisi yatırımları olmak üzere üç ana grupta toplanmaktadır (Barutçugil, 1986: 131). Alt yapı yatırımları başta yol olmak üzere, su, kanalizasyon, enerji, haberleşme, yürüyüş ve rekreasyon alanları; üst yapı olarak konaklama, yeme içme, alışveriş merkezleri, spor ve eğlenme tesisleri gibi orta ve büyük ölçekli yatırımlar sayılabilir. Turistik çekim öğelerine sahip bir turistik bölgenin turizme açılması ve orada turistik hareketlerin yoğunlaşması, umulduğu kadar hızlı olmamaktadır. Bölgede turizm için gerekli altyapı ve üstyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi büyük miktarda sermayenin sektöre yönelmesine bağlıdır. Sınırlı imkânlarla yapılacak turizm yatırımları ile turizmden beklendiği kadar fayda elde edilememektedir (Tutar, 1999: 50).

Turizm talebinin artmaya başlaması, ülkedeki özel girişimcileri ve devleti ek yatırımlar yaparak; turizm talebini karşılama yoluna sevk etmektedir. Bu ek yatırımlar aynı zamanda turizm sektörü için ek kapasite anlamına gelmektedir. Ancak turizm talebinin artması sadece turizm sektörünü değil, diğer sektörlerdeki yatırım miktarını da etkilemektedir (Tarhan, 1996: 51).

Bir bölgeye yönelik turizm talebinin karşılamasının temel şartlarından biri o bölgenin altyapı ve üstyapı koşullarının uygunluğudur. Altyapı ve üstyapı yatırımlarının turizm talebini karşılayacak niteliğe ve yeterliliğe sahip olması gerekir. Bölgedeki altyapı ve üstyapının geliştirilmesi hem yerel halkın günlük hayatının kolaylaşması hem bölgede ticari hayatın gelişmesi açısından da önem arz etmektedir. Turizm, illerin ve bölgelerin kalkınması için gerekli yatırımların planlanmasında karar alıcılar üzerinde de etkili rol oynayabilmektedir.

1.3.7.1. Turizm ve Altyapı

Genel altyapı hizmetleri, temel kamu hizmetlerini; su, ulaştırma, enerji, kanalizasyon, haberleşme gibi hizmetleri kapsar. Turizme özgü özel altyapı çalışmaları ise, turistik tesislerin yaygınlaştırılması olarak ifade edilebilir. Bir ülkede turizm sektörünün gelişmesi ile birlikte altyapı imkânlarında belirgin bir iyileşme görülür. Turistik bölge içerisindeki ulaşım olanakları, garaj, terminal, kamp yerleri, plajlar, yollar vb. altyapı olanakları doğal kaynak olarak turizm arzının bir göstergesidir. Bu olanakların iyileştirilmesi ve turistik standartlara uygun olması turizm sektörünün gelişmesi ve büyümesi için bir zorunluluktur (Susam 2007: 114).

1.3.7.2. Turizm ve Üstyapı

Turizm sektörünün gelişmesi için önem taşıyan ve turizmin gelişmesi ile birlikte gelişme gösteren bir faktör de üstyapı yatırımlarıdır. Üstyapı yatırımları genellikle turistik tesisleri ifade etmektedir. Bunlar turistlerin barınma, beslenme ve eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamaları için tesis edilen yerlerdir. Üstyapıyı kendi içerisinde çeşitlendirir ve turizm endüstrisinde otel, tatil köyü, motel, kaplıca, pansiyon, çadır, kamping vb. şeklindeki konaklama tesislerini meydana getirir. Bu konaklama türlerine restoranla, eğlence ve alışveriş merkezleri,

rekreasyon alanları, spor alanları gibi üstyapı elemanlarını da dahil etmek mümkündür. Konaklamaya, yeme-içme ve eğlenceye yönelik bu tip tesisler turizmin birincil üstyapısını meydana getirir (Susam 2007: 119).

1.3.7.3. Diğer Hizmet Tesisleri Yatırımları

Alt yapı ve konaklama dışında kalan ve turistlerin yeme-içme, eğlenme, spor yapma ve alış-veriş gibi gereksinimlerini karşılamak üzere kurulan lokanta, gazino, kafeterya, çay bahçesi, yüzme havuzu, spor tesisleri, plaj, eğlence yerleri, dans ve oyun salonları, alış-veriş merkezleri ve benzeri tesisler için yapılan yatırımlardır. Bunlar, konaklama tesisleriyle bütünleşik olarak ya da onlardan bağımsız olarak kurulabilir ve işletilebilirler (Zengin, 2010: 120).

Turizm sektörünün geliştiği bölgelerde bankacılık, sigortacılık ve emlakçılık gibi finans ve diğer hizmet sektör kuruluşlarının bölgede faaliyet gösterme arzusu ve gerekliliği içinde oldukları görülmektedir.

1.3.8. Turizmin Diğer Sektörlere Etkisi

Sektörler mal ve hizmet üretebilmek için diğer sektörlerin çıktıklarına ihtiyaç duyarlar. Turizm endüstrisi en çok ve çeşitli girdi ihtiyacında olan endüstrilerin başında gelmektedir. Bu nedenle birçok sektörün çıktısını kullanabilmektedir. Bu zincirleme etkiler ekonomiye dinamizm katmakta ve sürekli bir büyüme sağlamaktadır. Turizm tarım, sanayi ve diğer hizmet sektörlerinin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır.

Turizm sektörü diğer sektörler üzerinde oluşturduğu dolaylı etkiden kaynaklanan sürükleyici bir rol oynamaktadır. Turizm talebinin ortaya çıkardığı ek talep nedeniyle, mal ve hizmetlerin yerli halkın ödediği fiyatlardan ve ihracat fiyatlarından daha yüksek fiyatlara satılabilmesi, diğer sektörlerdeki üreticilerin ilgisini çekmektedir. Turizmin sektörler üzerindeki etkisi ülke, bölge ve turistik merkezlerde gelişmiş turizm türüne göre değişiklik göstermektedir. Turizmin tarım sektörü üzerinde olumlu etkiler yaptığı kadar olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Turistik bölgedeki tarım alanlarının turizm faaliyetleri için ayrılması turistik tesis ve yazlık konutların yapımı için tarım alanı yapılmasından vazgeçilmesi, tarımsal faaliyetlerin gerilemesine neden olmaktadır. Turistik

faaliyet uğruna köylü kesimin tarım alanlarına pansiyon, kamping, tatil köyü ve benzeri tesislerin kurulmasına izin verip bu doğrultuda yatırım yapması tarımsal üretimin gerilemesine neden olmaktadır (Albayrak, 2001: 44).

Hizmetler sektörü içinde yer almakla birlikte turizm, taşıdığı özellikler nedeniyle diğer sektörlerle yakın bir ilişki içindedir. Turizm sektörü, turistik ihtiyaçların karşılanmasında ekonominin bütün sektörlerinden yararlandığı gibi, bazı sanayi kollarını da içine almakta, bazılarını kendi ihtiyaçlarına göre şekil vermekte, bir kısmını da yeniden şekillendirmektedir (Öztaş, 2002: 65).

Turizmin tarım, sanayi ve hizmet sektörüne olan etkileri kısaca şu şekilde özetlenebilir. Turizm talebindeki artış bölgede yeme-içme gereksinimlerinde artışa neden olarak tarım ürünlerine olan talep artışını da beraberinde getirecektir. Bu durum, tarım sektöründe gelir yaratarak istihdamı arttırıcı etki yapmaktadır. Turizm talebindeki artış tüketim ve yatırım malı üreten sanayi dallarında da talebi arttırır. Turizme bağlı olarak, el sanatları, ulaşım, sağlık gibi diğer hizmet sektörlerine yönelik talep artışı gerçekleşmektedir (Demirel, 2012: 48).

Turizm talebinin niteliği ve boyutları ile ilişkili olarak çeşitli yatırımların yapılması, mevcutlarının geliştirilmesi, turistik faaliyetler doğrultusunda tarımsal ve sanayi üretimin arttırılması, haberleşme ve ulaştırma imkânlarının iyileştirilmesi, turizmin gelişmesine bağlı olarak sürdürülmesi gerekmektedir. Turizm sektöründe talep çok esnek olmasına karşın, arz kısa vadede inelastik, uzun vadede ise kısmen elastiktir. Turizm sektöründe talep; milli gelir, fiyatlar, ulaştırma ve şehirleşme faktörlerinden etkilenirken; arz, doğal, sosyal, psikolojik ve ekonomik kaynaklardan etkilenmektedir. Turizm sayesinde özellikle sanat, ticaret ve hizmet işletmelerindeki verimlilik artışları, daha kaliteli hizmet ve kalifiyeli personel istihdamını teşvik ederek ülke kalkınmasının yanı sıra sosyal gelişmeye de büyük bir katkı sağlamış olacaktır (Zengin, 2010: 116-122).

İKİNCİ BÖLÜM

2. KALKINMA KAVRAMI VE BÖLGESEL KALKINMA

2.1. KALKINMA KAVRAMI

Kalkınma, iktisat yazınında tanımlanması oldukça karmaşık olan bir kavramdır. Geniş tartışmaların yaşandığı kalkınma literatüründe söz konusu kavramın büyüme, yapısal değişme, sanayileşme ve modernleşmeyle bağlantıları ele alınmış ve ortaya çıkan farklılıklar incelenmiştir. Dolayısıyla tanımlanması bile tartışmalı olan bu kavramla ilgili, geri kalmış toplumların hem ekonomik olan hem de ekonomik olmayan kendi öz kaynaklarını içine alacak yeni bir tanımın yapılması zordur. Ancak kalkınma kavramının tanımlanması aslında tam da ekonomik ve ekonomik olmayan kaynakları bir bütün olarak içinde barındıracak yerden başlatılması gerekmektedir. Nitekim kalkınmayı sermaye ve teknoloji ikilemine mahkûm ederek sadece bu iki faktörün birikimine bağlayan anlayışlara karşın yeni bir kalkınma kavramı geliştirebilmek gerekir (Crocker, 1991: 459). Böylece kalkınmayı kabaca iktisadi büyümeyle ve teknoloji-sermaye yönlü bir unsur olarak gören anlayışlardan ayırıp daha geniş bir çerçevede ele almak mümkün olacaktır (Özyakışır, 2011: 48).

Kalkınma; ülkenin ekonomik, toplumsal, siyasal yapılarının değişerek insan yaşamının maddi ve manevi alanda ilerlemesi ve giderek toplumun refahının artmasıdır. Bu bakımdan kalkınma sadece genel sayılarla belirlenen ekonomik büyümeyi içermekle birlikte bunu aşmaktadır. Ekonomik kalkınma toplumun maddi refahını sağlama yönünde çok önemlidir, ancak tek başına kalkınmışlığı ifade etmeye yeterli değildir. Kalkınma kavramı iktisat disiplini içinde olduğu kadar iktisat disiplini dışında da karşılığını bulan bir kavramdır. Kalkınmayı ekonomik büyümeden ayıran en önemli unsur, toplumun geneline kapsamasıdır. Ekonomik büyüme, bir ülkenin üretim kapasitesinin ve bu kapasitenin kalitesinin artmasıdır. Bu artış yapısal olarak ekonomik olmayan toplumsal unsurlara yansıdığında sosyal kalkınmadan bahsetmeye başlayabiliriz (Özbek, 2010).

Kalkınma olgusu, normatif bir terim olmasının yanında, tanımlanması oldukça güç kavramlardan biri olarak kabul edilmektedir. Buna neden olarak, her ülkenin iktisadi, sosyal ve siyasal yapıları, doğal kaynakları, eğitim düzeyi vb.

koşulların farklı olması gösterilmektedir. Dolayısıyla, iktisadi kalkınmayı değişmez bir ölçüye dayandırmak ve bütün ülkeleri aynı biçimde varsaymak oldukça güçtür (Özgüven, 1998: 99).

Kalkınma, teknoloji ve üretimde meydana gelen gelişmelerle beraber ortaya çıkan toplumsal ve iktisadi gelişmeleri kapsamaktadır. Kalkınma, gelir dağılımındaki iyileşmeyle birlikte dağılımda adaleti de içermektedir (Arslan, 2013). Gelir dağılımının daha adil ve eşit dağılması, Türkiye’de ele alınması gereken konulardandır. Bunun için yatırımların, üretimin ve istihdamın artırılmasına çalışılmalıdır (Altınok vd, 2016: 286).

Kalkınma, genel olarak bir ülkenin milli gelir düzeyinde meydana gelen sürekli artışa bağlı olarak ekonomik, sosyal ve siyasal yapısında meydana gelen değişimleri içeren bir süreç olarak nitelendirilmektedir (Clark, 1996'dan aktaran: Çeken, 2008: 294).

Kalkınma ve büyüme farklı kavramlardır. Ancak gelişme kavramı, iktisat literatüründe kalkınma anlamında kullanılmaktadır. Bu iki kavramın birbirinin yerine eş anlamlı olarak kullanılmasında sakınca görülmemekte ve çoğu zaman da yazında kullanılagelmektedir. Gelişme kavramında, kalkınma kavramında olduğu gibi kalitatif özellikler ağır basmaktadır. İktisadi büyümeyi sadece gayri safi milli hâsıladaki artış ile açıklayan yaklaşımlar ağırlıktadır. Bu yaklaşımlara göre gayri safi milli hasıla artışı sağlayan her ülke kalkınmıştır. Fakat sadece bu artışla yeterli görülen bir ekonomik büyümenin, karşı karşıya bulunduğu bazı problemler vardır. Bunların başında geniş kitlelerin yoksullaşması, aşırı bölgesel dengesizlikler, doğal çevrenin tahribi ve uzun dönemde büyüme koşullarının aşındırılması vb. sorunlar gelmektedir (Karataş ve Çankaya, 2010: 32).

Kalkınma, bir ülkenin ekonomisinde belirli dönemler aralığında ortaya çıkan gelişme ve büyüme, üretilen ürünlerin kalitesinde, toplumun yaşam standartlarında ya da üretim mekanizmasında gelişmelerin yaşandığı ekonomik ortamı ifade etmektedir. Bir ülkede oluşan niceliksel ve niteliksel yönde gerçekleşen tüm pozitif yönlü ilerlemelerin bir arada yer almasıdır. Ülkelerin GSMH'nın büyüklüğü niceliksel durum olurken; demografik yapı, gelir dağılımı, sosyal refah ise, niteliksel durum içerisinde değerlendirilir (Sevinç, 2011: 40).

Son yıllarda kalkınma üzerine yapılan çalışmalar, ülkeler arasındaki kalkınmışlık farklılıklarını azaltmanın yanı sıra, kamu ve özel sektör arasındaki koordinasyonu ve dayanışmayı arttıracak, bilginin sektörler arasındaki yayılımını kolaylaştıracak, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) çalışmalarının artması ile rekabetin sürükleyicilerinden biri olan inovasyon süreçlerinin hızlanmasını sağlayacak faaliyetler üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda inovasyon, iktisadi büyümenin tetikleyicisi ve iktisadi kalkınmanın itici bir gücü olmasının yanı sıra, orta ve uzun vadede ülkelerin rekabetçi yapılarını korumaları ve sürdürmelerini sağlayan önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Işık ve Kılınç, 2012: 32).

Yoksullar için eğitim, beslenme, sağlık ve istihdam olanaklarının sağlanması bu yaklaşımın temel öğeleridir. Bu bakış açısı, başarılı gelişme endeksini hesaplamak için GSMH ile birlikte sağlık ve eğitim ölçekleri kullanan Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın İnsan Gelişme Endeksinden esinlenmiştir (Harris, 2000: 3).

Kalkınma, herkesin temel hak ve temel sağlık, adalet, güvenlik, istihdam ve eğitim hizmetlerine ve bilgi kaynaklarına kolayca ulaşabildiği, piyasa koşullarının adil bir şekilde işlediği, katılımcı, cinsiyet dengeli, demokratik ve kültürel dönüşümlere açık, saydam/hesap verebilir yönetim yapılarına sahip, toplumsal anlamıyla tüm dezavantajlı grup ve tabakaların ortadan kalktığı, sorun çözme yeteneği gelişmiş, doğal kaynakları koruyan ve geliştiren, insanların geleceğe güvenle baktığı toplum ya da topluluklar yaratma eylemidir (Açıkalin ve Saltık, 2007: 8).

Kalkınma; ekonomik büyüme ile birlikte, eğitimde, sağlıkta, teknolojiye, ulaştırma ve haberleşmede, kültürel alanda toplumun refah seviyesinin yükselmesi olarak tanımlanabilir. Kalkınma, toplumda eğitim seviyesinin yükselmesi, okullaşma oranının artması, eğitim ve öğretimde olanakların gelişmesi, sosyal ve kültürel faaliyet imkanlarının artması, daha uzun yaşam süresi, herkese daha iyi sağlık hizmetlerinin sunulması, siyasal alanda daha şeffaf ve katılımcı, demokratik bir yönetim, adil hukuk sistemi gibi her alanda toplumun çağın gereklerine ulaştıracak bir gelişmenin sağlanmasıdır. Kalkınma, toplumun bütün fertlerini adil bir şekilde kapsayacak bu gelişmelerle bir refah toplumunun oluşmasını sağlayacak gelişmelerin bütünü olarak tanımlanabilir.

Kalkınma literatüründe kabul edilen genel görüş, kalkınmanın sadece üretimin ve kişi başına gelirin artmasından ibaret olmadığıdır. Bunun yanında olumlu yöndeki yapısal değişimlerle sosyal, kültürel ve ekonomik yapının da çağın gereklerine uygun olarak topyekün değişmesi anlamına geldiği söylenebilir.

2.1.1. Ekonomik Kalkınma

Genel olarak ekonomik kalkınma, sürdürülebilir ekonomik büyümenin sağlanabilmesi için kıt kaynakların etkin bir şekilde dağıtılmasının yanı sıra, ekonomik, sosyal, politik ve kurumsal mekanizmaların insanların yaşam standartlarının iyileştirilmesi için organize edilmesine yönelik oldukça geniş bir alanı kapsar (Todaro ve Smith, 2012). Başka bir deyişle, ekonomik kalkınma uzun dönemde ekonomik büyümenin yanında, sosyal ve kültürel yapının da değiştirilmesini ve yenileştirilmesini öngörür (Alataş, 2014: 5).

Ekonomik kalkınma; bir ülkenin gelir ve üretiminde sağlanan artışa ek olarak ekonomi, sosyal, kültürel ve politika alanlarında yaşanan yapısal değişimini ifade eder. Maddi refahın sağlanması, yoksullukla etkin bir mücadele, üretim için gerekli girdi miktarı ve üretim sonucunda elde edilen çıktının kompozisyonlarının değiştirilmesi gibi evrelerden oluşur (Berber, 2006: 9).

Ekonomik kalkınma, iktisat yazınında büyümeden farklı olarak çok geniş bir çerçevede ele alınmaktadır. Çok boyutlu bir süreç olan ekonomik kalkınmada, nüfus, teknoloji, dış ticaret, tarım, finansal gelişme ve beşeri sermaye gibi çeşitli faktörler önemli rol oynamaktadır (Özyakışır, 2011: 46).

Ekonomik kalkınma, ülkenin ekonomik, toplumsal, siyasi yapılarının değişerek insan yaşamının maddi ve manevi alanda ilerlemesi ve toplumsal refahın artmasıdır. Bu bakımdan kalkınma, ölçümlere dayalı olan ve gayri safi milli hasıladaki hızlı artışla belirlenen ekonomik büyümeyi içermekle birlikte, ekonomik ve sosyal değişimleri de kapsar (Demircan, 2003: 99).

İktisadi kalkınma genel olarak toplumsal refah artışını, gelir düzeyinin yükselmesini, eğitim ve sağlık düzeylerinin yükselmesini, verim artışını, sosyo-kültürel gelişmeyi, teknolojik ilerlemeyi vb. faktörü kapsamaktadır. Bu faktörlerin her biri iktisadi kalkınmayı farklı yönlerden kapsamaktadır. Tüm bu faktörleri içine alan ve iktisadi hayatın her geçen gün daha karmaşık hale gelen yapısı

içerisinde, kalkınmışlık göstergelerinin tanımlanması ve ölçülmesi, son yıllarda başta kalkınma iktisatçıları olmak üzere politika yapıcılarının oldukça ilgisini çekmektedir. Bunun nedenlerinin başında, teorik tartışmaların iktisadi gelişmenin sadece kantitatif yönünü değil, kalitatif yönünü de içermesidir (Yumuşak ve Tuna, 2003: 456).

Ekonomik kalkınma, uzun vadeli bir kavram olduğu halde ekonomik büyüme genellikle daha kısa vadeli bir gelişmedir. Kalkınmanın gerçekleşmesi için önce ekonomik büyümenin olması gerekir. Ülkenin milli gelirindeki bir artış ekonomik büyümeyi temsil edebilir, ancak ekonomik büyüme sonucunda oluşan milli gelirin herkese eşit bir şekilde dağılmaması durumunda büyüme, ekonomik kalkınmayı temsil edemez. Ekonomik büyümeye rağmen gelir dağılımındaki eşitsizlik, ekonomik kalkınmayı sağlamayacağı, bu eşitsizlikler zamanla toplumsal huzursuzlukların da neden olabilir.

Ekonomik kalkınma (economic development), bir ekonomide, üretim hacminde meydana gelen artış demektir (Köklü, 1973: 117) . Kalkınma ekonomik ve sosyal yapılardaki değişikliği içerir. Yine kalkınmada, ekonomik ve sosyal yapı değişikliği zorunludur ve bu yeni yapılanma içinde toplumun belli bir sınıf ya da grubunun yanı sıra bölgenin artan refaktan pay alarak refah düzeyinin dengeli dağılımının sağlanması esastır. Kalkınma, aynı zamanda sosyal sorunları çözerek büyümeyi sağlar. Kalkınmanın asıl amacı, insanların daha iyi yaşamalarını sağlamak için artan ekonomik olanakları sosyal sorunların çözülmesinde kullanmaktır (Güven, 1995: 5).

Kalkınmanın bir unsuru olan ekonomik büyümenin sağlanması için gerekli olan kaynaklar kıt değildir. İnsanların geçimleri için gerekli kaynaklar kainatta sınırsız olmalıdır. Her türlü üretim, tüketim ve paylaşım planlı, adil ve israfsız bir şekilde yapıldığı takdirde kaynaklar yeterli olabilir. Dünyadaki açlık ve sefaletin nedeni nüfus artışı veya kaynak yetersizliğinden değil kaynakların adil bir şekilde dağılmamasından kaynaklandığı söylenebilir.

Ekonomik kalkınma ekonomik büyümeden daha geniş bir anlam taşımaktadır. Çünkü ekonomik kalkınma hem üretim miktarındaki artışı hem de sosyo-kültürel yapıda meydana gelen değişimleri ve gelişmekte olan ülkelerin karşı karşıya bulunduğu durumları içerir (Çeken, 2008: 295).

Özellikle ekonomik büyüme ile kalkınma çoğu kez birbirinin yerine kullanılmaktadır. Fakat bu iki kavramı birbirinden ayırt etmek gerekir. Ekonomik büyüme daha çok ülkenin çıktığı düzeyinde ve kişi başına gelirindeki artışı ifade etmektedir. Ekonomik kalkınma ise, ekonomik büyüme ile birlikte çıktı dağılımındaki ve ekonominin yapısındaki değişimleri içermektedir (Nafziger 2005'ten aktaran: Alataş, 2014: 6).

Ekonomik kalkınma ile ekonomik büyümeyi birbirinden ayıran en temel özellik, ekonomik büyümenin nicel büyüklüklerle, ekonomik kalkınmanın ise nitel büyüklüklerle ilgili olmasıdır. Diğer bir ifadeyle, ekonomik büyüme, gayri safi yurtiçi hâsılasının rakamsal olarak büyümesi anlamına gelirken, ekonomik kalkınma, daha adil gelir dağılımı, daha yüksek okuma-yazma oranı, tamamlanmış altyapı hizmetleri, yüksek oranda hasta başına düşen doktor sayısı, düşük oranda cezaevi başına düşen mahkûm sayısı, yüksek oranda kentleşme, yüksek oranda öğrenci başına öğretmen sayısı, yüksek oranda tiyatro ve sinema gibi kültürel ihtiyaçların karşılanma oranı gibi nitel bazı değişkenlerde ortaya çıkan gelişmeleri ifade eder. Bu oranlarda ortaya çıkan artışlar, gelirden ziyade yaşam kalitesi ve standardını arttıran unsurlardır. Ekonominin kalkınmanın sağlanabilmesi için büyüme yadsınamaz bir gereklilik iken, büyüme için kalkınma bir gereklilik değildir. Yani, büyüyen her ekonomi kalkınmış demek değildir. Ancak kalkınan her ülke büyümeyi çok daha kolay başarabilir (Yıldız ve Topuz, 2011: 202).

Ekonomik büyüme, bir ülkenin üretim, tüketim, paylaşım gibi ticari faaliyetler sonucunda elde edilen gayri safi milli hasıla miktarının sürekli olarak büyümesi olduğu halde ekonomik kalkınma büyüme ile birlikte, bireylerin eğitimden sağlığa, kültürden sanata her türlü maddi ve manevi gereksinimlerin yeterli ve eşit olarak kullanılıp toplumun her yönden zenginleşmesini sağlayan bir süreç olarak da tanımlanabilir.

Ekonomik kalkınma iki aşamalı bir süreci ifade etmektedir. Birinci aşamanın belirleyici unsurları üretim faktörleridir. Bu aşamada, üretim faktörlerinin oluşturulabilmesi için ekonomiyi de içine alan kurumsal/yapısal bir değişimin olması gerektiği vurgulanmaktadır. İkinci aşama ise üretim faktörlerinin en uygun bileşimini içerisine almaktadır. Dolayısıyla ekonomik

kalkınma kavramı, iktisadi nitelikte olan yapılar yanında sosyal, siyasal nitelikteki yapılarda da gelişme yönünde bir değişme, hatta yeni yapıların oluşturulmasını içeren süreçlere de işaret etmektedir. Yani iktisadi kalkınma sadece ekonomik boyutlarla sınırlanmayan, toplumu sosyolojik, psikolojik ve politik tüm boyutlarıyla kuşatan karmaşık bir süreçtir (Yavilioğlu, 2002: 66).

Bir ülke ekonomik olarak zengin olsa bile bu zenginlik toplumun bütün katmanlarına yansımadağı takdirde toplumsal bir kalkınmadan söz edilemez. Kalkınmış bir toplumdaki bahsedebilmek için başta eğitim, sağlık ve güvenlik olmak üzere genel toplum hizmetlerinde ve ekonomik şartlarda toplumsal eşitliğin sağlanmış olması gerekir.

2.1.2. Toplumsal ve Sosyal Kalkınma

Geray, (2002)'de toplum kalkınması kavramını, “Kırsal ve kentsel yerel toplulukların toplumsal, ekonomik, ekinsel sorunlarını çözmek amacıyla girişkenliği ele alarak yerel güçlerini birleştirmesi, özgüçlerini ortaya koyması, olanaklarının elvermemesi durumunda giriştiğı bu gönüllü çabaların devletçe desteklenmesi ilkesi çerçevesinde bir dayanışma, özüne yardım ve karşılıklı yardımlaşma sürecidir. Bu, sorun çözmeye ve duyulan gereksinmeye dayalı planları, programları, demokratik uygulama yöntemlerini içeren eğitsel ve örgütsel bir süreç” olarak tanımlanmaktadır (Bilir, 2003: 5).

Sosyal kalkınma ekonomik büyümenin yanında sosyal gelişim ve değişimleri de kapsamaktadır. Örnek vermek gerekirse, sosyal kalkınma, ulusal gelir dağılımının iyileştirilmesi ve yoksulluğun azaltılmasını, altyapı ve sosyal yatırımların sadece ülkenin belli bölgelerinde değil, özellikle geri kalmış bölgelerinde yoğunlaştırılmasını, böylelikle ülkenin her bölgesinin ekonomik ve sosyal açıdan geri kalmışlık olgusundan çıkarılmasını, eğitim sorununda çağdaş teknolojik bilgiyi kapsayan bir düzeye yönelinmesini, ülkenin maddi varlığı artarken, halkın yaşamının manevi yönden de zenginleşip kültürün yaygınlaşmasını, kalkınmışlığın paralelinde çevre koruma bilincinin geliştirilmesini, kadın, çocuk ve insan hakları bilincinin yerleştirilmesini, kadınların ekonomiye katılımlarının sağlanmasını ve kadınların da sosyal ve ekonomik gelişmelerde söz sahibi olmalarını hedeflemektedir. Kısacası, ülkenin

ekonomik, sosyal, toplumsal, siyasal yapılarında yaşanan ilerlemelerin bireyin yaşamının kalitesini arttırması yönünde bir değişimi olarak tanımlanan günümüz kalkınma anlayışının insana dair sosyal boyutunu sosyal kalkınmayı oluşturmaktadır (Özbek, 2010).

Ekonomik kalkınmanın ardında insan unsuruna yapılan yatırımlar ve genel olarak yaşam standartlarının gelişme yönünde değişmesi vardır. Bu nedenle de gelişmekte olan ülkelerin kalkınması genellikle ekonomik kalkınma ve gelişme biçiminde olmaktadır. Eğer, gelir dağılımı adaleti bozuluyorsa, ülkenin eğitim ve sağlık hizmetleri yaygınlaşmıyorsa, konut ve sosyal güvenlik hizmetleri geriliyorsa, ulusal gelir topyekûn artsa bile bir kalkınmadan söz etme olanağı yoktur. Gerçek bir kalkınmadan söz edebilmek için okuma-yazma oranının yükselmesi, eğitilmiş ve uzmanlaşmış işgücünün artması, tüm nüfusun sosyal güvenlik şemsiyesi altına alınabilmiş olması ve bu arada işsizlik oranının %2 dolaylarında olması gerekir (Kongar, 2009: 1).

Kalkınmanın temel amacı, birey ve toplumun iyi olma hali olarak tanımlandığı için kamu politikaları oluşturma, değerlendirme ve uygulama süreçleri de bu temel ilke doğrultusunda yeniden yapılandırılmalıdır. Bu ilke ile, İnsani Kalkınma (İK) sosyal politika alanının bilgi ve içerik ve yöntemsel olarak gelişmesinin de gerekli olduğu saptamasını da yapmaktadır. Klasik kalkınma kavram veya politika kurma kapsamında daha önce öne çıkmayan insani merkezli alanların gitgide öncelik kazandığı görülmektedir. Sosyal kalkınmanın temel bileşenlerinden olan insani kalkınma, eşitsiz ve dengesiz kalkınmayı göz önüne sermekte, okur-yazarlık, anne-çocuk sağlığı, bebek ölümleri gibi konulara dikkat çekmekte, hâlihazırda izlenen kamu politika ve kalkınma modellerinin irdelenmesine vesile olmaktadır. Kamu harcamaları içerisinde sosyal kalkınma öncelikli sosyal alan harcamalarına dikkat çekmektedir (Aydınlıgil, 2009: 24).

2.1.3. Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilir Kalkınma kısaca, geleceği bugünle bütünleştiren kalkınma demektir. Birleşmiş Milletlere 1987 yılında sunulan bir raporda sürdürülebilir kalkınmayı, bugünün ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların da kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılamak olarak

tanımlanmaktadır. Önceleri çevresel hassasiyet üzerine bina edilen bu kalkınma modeli, zamanla sosyal, kültürel ve siyasal alanlarda da gündeme gelmiştir (Zengin vd, 2014: 5).

Son yıllarda, çevresel kaliteyi ve beşeri sermayeyi de dikkate alan kaynakların optimum kullanımını amaçlayan uzun dönemli tek kalkınma modeli, “sürdürülebilir kalkınma” modeli iktisat literatüründe daha çok tartışılma imkanı bulmuştur. Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımında; sosyal ve ekonomik politikalar, doğal kaynakların yönetimi, çevrenin korunması ve gelecek nesillerin ihtiyaçları adı altında dört anahtar konu birlikte ele alınmaktadır (Alagöz, 2004: 6-7).

Bölgeler arasındaki büyüme farklılıklarının nedenleri, kalkınma ekonomisinin en çok tartışılan konularından birisi olmuştur. Birçok bilim adamı, bazı bölgelerin neden diğerlerinden daha hızlı büyüdüğünü açıklamak için çalışmalar yapmıştır. Bölgeler arasındaki büyüme farklılıklarının azaltılması, sürdürülebilir kalkınmanın ana koşullarından biri olarak görülmektedir. Neoklasik yakınsama hipotezi, bölgeler arasındaki bu farklılıkların, kalkınma ile birlikte azalacağını öngörmektedir (Akdede ve Erdal 2004: 1).

Sürdürülebilirlik; sürekliliği olan herhangi bir sistemin işleyişini kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ya da sistemin yaşamsal bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi yeteneğidir. Sürdürülebilir kalkınma ise çevresel, ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutları içeren bir kavramdır. Hem bugünün insanları hem de gelecek kuşaklar arasında eşitlik anlayışını içerir. Daha çok gelişme, ancak doğal ve insan yapısı sistemlerin taşıma kapasitelerinin kaldırabildiği süreçte gerçekleşebilir. Sürdürülebilir kalkınmanın temelinde kaynakların korunması ve geliştirilmesi bulunmaktadır. Kaynakların sürekli olarak korunarak değerlendirilmeleri, özellikle yenilebilen kaynakların kendilerini yenileme sınırları aşılmadan kalkınmaya destek olabilmeleri, çevreyi koruyan kalkınma felsefesinin temelini oluşturur (Çakılcıoğlu, 2013: 28).

Sürdürülebilir kalkınmanın temelleri klasik iktisat teorisine kadar uzanır. Malthus büyümenin sınırını kıtlık olgusuna dayandırmış, kullanılabilir alanı sabit olarak kabul ederek nüfus artışının sınırlandırılması gereğini vurgulamıştır. Ricardo, homojen özelliği nedeniyle toprağın azalan verimleri üzerine kendi açıklamalarını dayandırmıştır. Ricardo'ya göre, artan nüfus daha az verimli olan

alanları kullanmak zorunda kalacağından hayat standartları belli bir süre sonra azalacak, nüfus artışı da duracaktır. Mill ise, bireysel sağduyu ve tutumluluğun sonucunda daha iyi bir refah dağılımının gerçekleşebileceğine inandığı için durağan durum konusunda Ricardo'ya göre daha iyimser bir görüşe sahiptir (Çetin, 2006: 3).

1987 Bruntland Raporuna göre sürdürülebilir kalkınma, uluslararası literatürde, günümüz kuşaklarının gereksinimlerinin gelecek kuşakların gereksinimlerinin karşılanmasından ödün verilmeden karşılanması olarak tanımlanmaktadır (OECD 2001: 13). Bu tanım, yurdumuzda yapılan başka çalışmalarda da kullanılmaktadır Yerel Gündem 21 sürecine ilişkin çalışmalarda, sürdürülebilir kalkınma kavramının tüm insanların mevcut çevresel sınırlar içinde, sosyal ve ekonomik gelişmeye adil olarak katılmalarını sağlayabilmek için gerekli olan üretim ve tüketim biçimlerindeki değişimlerle ilgili bir kavram olduğu belirtilmektedir (Uysal, 2003: 1).

Holmberg ve Sandbrook, (1992)'de; sürdürülebilir kalkınmanın, kavram olarak tartışılmaya ve kullanılmaya başlandığı günden bu yana genellikle kabul edilen üç boyutu bulunduğunu belirtmektedir. Bunlar;

Ekonomik boyut: Ekonomik olarak sürdürülebilir bir sistem, mal ve hizmetleri süregelen esaslara dayanarak üretebilmeli; hükümet ve dış borçların yönetilebilirliğini sürdürebilmeli, tarımsal ve endüstriyel üretime zarar veren sektörel dengesizliklerden sakınmalıdır.

Çevresel boyut: Çevresel olarak sürdürülebilir bir sistem, kaynak temelini sabit tutmalı, yenilenebilir kaynak sistemlerinin ya da çevresel yatırım fonksiyonlarının istismarından kaçınmalı ve yenilemeyen kaynaklardan yalnızca yatırımlarla yerine yeterince konulmuş olanları tüketmelidir. Bu süreç, ekonomik kaynak olarak sınıflandırılmayan, biyolojik çeşitlilik, atmosferik denge ve diğer ekosistem işlevlerinin korunmasını da içermelidir.

Sosyal boyut: Sosyal olarak sürdürülebilir bir sistem, eşitlik dağılımını, sağlık ve eğitim, cinsiyet eşitliği, politik sorumluluk ile katılımı içeren sosyal hizmetlerin yeterli düzeyde gerçekleştirilmesini sağlamalıdır. (Holmberg ve Sandbrook, 1992).

Sürdürülebilir Kalkınma, temelde çevrenin korunması, kaynakların israf edilmeden kullanılması ve toplumun bütününe eşit dağılması ile mümkündür.

2.1.4. Ekonomik Kalkınmanın Belirleyici Unsurları

Ekonomik kalkınma sadece ekonomik büyümenin basit bir tanımı olan milli gelirdeki artışla ölçülmez. Milli gelirdeki artışın yanında, toplumda sağlık hizmetlerine ulaşma ve hizmetlerin niteliği, ortalama yaşam süresi, çocuk ölüm oranları gibi sağlık sistemindeki sonuçlar, toplumda fertlerin eğitim durumları, okuma yazma ve okullaşma oranı gibi eğitim sisteminin durumu, temiz ve sağlıklı çevre, düzenli kentleşme, sektörel yapı, doğal kaynakların kullanımı, teknolojiye ilerleme kalkınmanın belirleyicileri unsurları olmaktadır.

İktisatçılar, ülkelerin kalkınma düzeyini ölçmek üzere önemli göstergeler kullanmaktadır. Bunlardan ilki, kişi başı gelir ya da büyüme kriteridir. Gelir düzeylerinin ülkelerin kalkınma düzeylerini kıyaslayabilmek için oldukça mantıklı olduğu belirtilmektedir. Ancak bu bakış açısına alternatif diğer yaklaşım ise, kalkınmanın oldukça karmaşık ve çok yönlü bir kavram olması nedeniyle sadece gelirden ziyade daha kapsamlı bir şekilde düşünülerek ve daha farklı standartlar yardımı ölçülmesi gerektiğini savunmaktadır (Berber, 2006: 11).

Ekonomik kalkınmanın tek başına gelir düzeyi ile açıklanamayacağı kabul edilmesinin yanı sıra, kişi başına düşen gelir düzeyinin kalkınma oldukça önemli bir paya sahip olduğu da vurgulanmaktadır. Gelir, insanların temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için önkoşuldur, kalkınmanın geniş çaplı tanımının içerdiği amaçları elde edebilmek için temel bir araçtır (Özcan, 2011: 62-63).

2.1.4.1. Doğal Kaynaklar

Doğal kaynaklar, insanların pek çok ihtiyaçlarının karşılanmasında vazgeçilmez unsurlar olarak nitelendirilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin ve bölgelerin sahip oldukları değerlerin önemli bir kısmı genç ve dinamik nüfuslarının yanında, doğal kaynaklarıdır. Çağımızda doğal kaynakların ekonomik ve sosyal kalkınmadaki önemi, gelişmekte olan ülkeler tarafından iyice anlaşılmiş bulunmaktadır. Sahip oldukları nüfusla beraber, mevcut doğal kaynaklar bu ülkelerin başlıca iktisadi değerlerini meydana getirmektedir (Başol

vd, 2005: 65). Kalkınabilmek ve istikrarlı büyüme sağlayabilmek için doğal kaynaklardan yararlanmak zorunludur ancak doğal kaynağa sahip olmak gerekmemektedir. Sanayileşmiş ülkelerin büyük bir bölümü buna örnek oluşturmaktadır (Karataş ve Çankaya, 2010: 35).

Doğal kaynaklara zengin olarak sahip olmanın ekonomik gelişmeyi pozitif etkilediğine ilişkin bu yargının doğru olduğuna ilişkin örnekler var olmakla birlikte, iktisadi gelişmeyi otomatik olarak sağlayabileceğini düşünmek kolay değildir. Hatta tersi sonuçlar dahi söz konusudur. Doğal kaynaklar açısından zengin ülkelerin ekonomik performansını değerlendiren pek çok çalışmada bu açıdan dikkat çekici tespitlere yer verilmekte ve doğal kaynaklar açısından zengin olmanın negatif etkiler doğurabileceği ifade edilmektedir. Günümüz dünya ekonomilerine bakıldığında pek çok örnekle karşılaşılabılır. Sözgelimi, Japonya, Güney Kore, İsviçre, İtalya, Finlandiya, İrlanda gibi doğal kaynak fakiri ülkelerin, Meksika, Nijerya, Venezüella, Rusya, İran, Irak, Şili, Brezilya, Kolombiya, Gana gibi doğal kaynak zengini ülkelere daha gelişmiş ve daha fazla gelir sahibi olmaları bu açıdan sıklıkla verilen örneklerdendir (Sachs ve Warner, 1995; Auty, 2000; Strauss, 2000; Kaser, 2003; aktaran Bal, 2011: 90-91).

Günümüzde, ülkeler tarafından, doğal kaynakların etkin kullanımıyla yapılan üretimin, başta, milli gelire olmak üzere, istihdama, yatırımlara, sanayiye, ticaret sektörüne, enerji sektörüne, turizme ve dış ticarete, hiç de küçümsenmeyecek oranda katkıları mevcuttur (MTA, 2000: 1). Bu katkılar dikkate alındığında, kalkınma sağlanması amaç olarak görülen bir ülkede, doğal kaynaklara dayalı yeterli üretim imkanı ve kullanım fikri sağlanamazsa ekonomik anlamda kalkınmadan bahsedilemez (Başol vd, 2005: 68).

Yeraltı ve yerüstünde çok çeşitli olan doğal kaynaklar, insan ihtiyaçlarının karşılanmasında sınırsız arzı oluşturan en temel birimlerdir. Doğal kaynaklar ekonomik kalkınma için oldukça önemli ekonomik değerler taşır. Doğal kaynak yönünden zengin olan ülkeler, kaynakları iyi değerlendirebildikleri sürece, teknolojik destekle birlikte kalkınmayı kısa sürede sağlayabilmeleri mümkündür.

Türkiye doğal kaynak açısından zengin bir ülke olmasına rağmen kalkınmada gelişmiş ülkeler sınıfında değildir. Bu durumun doğal kaynaklarını etkin ve verimli bir şekilde kullanamamasından kaynaklandığı söylenebilir.

2.1.4.2. Teknolojik Gelişme Düzeyi

Teknolojik yenilikler; ekonomik, endüstriyel, politik, askeri alanlarda çok yeni uygulamalar getirmekte ve bu yeni teknolojilere sahip ülkeler diğerleri karşısında büyük üstünlük sağlamaktadırlar. Çağımızın gelişmiş toplumları arasında yer alabilmek, refah ve bilgi seviyesinin diğer toplumlar düzeyinde olmasını gerektirmektedir. Bunun tek bir yolu vardır; o da bilime-teknolojiye hâkim olmak, teknolojik bilgiyi sanayide istenen ürün, hizmet ve servisler olarak sunabilmek, pazarlarda önemli pay sahibi olmak, bilgi toplumunu oluşturacak tüm olanaklara sahip olmaktan geçmektedir. Ekonomik büyüme süreci içerisinde, kaynak tahsislerinde yapılan değişiklikler ile etkinlik derecesinde kaydedilen kazançlar teknolojik gelişme sayesinde elde edilen verimlilik artışları ile bütünleşmektedir. Ürün çeşitliliği yanında kalite ve verimlilikteki artışlar ile toplam üretimde sanayinin payının yükselmesi, teknolojik bilginin sanayiye aktarılması ile elde edilmektedir. Teknolojik gelişmeler, pazarda rekabet üstünlüğünü sağlamak için daha gelişmiş makineler ve yöntemlerle yeni ürünlerin üretilmesi fırsatını vermektedir. Teknolojik gelişmenin amacı ekonomik kalkınma ve sosyal gelişmeyi sağlamaktır (Bal, 2010: 5).

Toplumsal ve iktisadi yapıda buhar teknolojisinin yarattığı köklü değişikliklere eşdeğer bir değişim ise günümüzün mikro-elektronik bazı enformasyon ve telekomünikasyon teknolojilerinin yarattığına tanık olmaktadır. Bu yeni teknolojileri geliştirip ekonomik hayata içselleştiren ülkeler dünya pazarlarında rekabet gücü elde ederek dünya ticareti içerisindeki pazar paylarını artırabilmektedir. Bilişim teknolojisi ekonomik ve toplumsal hayatın hemen hemen tüm alanlarına uygulanmakta, uygulandıkları sektörlerde üretkenliği artırmaktadır. Başka bir deyişle, birim işgücü ya da sermaye başına üretilen çıktı değerinin yükseltilmesini sağlamakta, bu teknolojileri içselleştiren ekonomilere önemli rekabet üstünlüğü sağlamaktadır (Eşiyok, 2004: 159).

Günümüzde gelişmiş ülkelerin ulaştığı oldukları düzey, gerek sanayileşme sürecinde gerekse bilginin anahtar rol oynadığı yeni ekonomi bazlı gelişme aşamasında, teknolojiyi üretebilir konumda olmalarına ve teknolojik alanda sağlanan yeniliklere bağlı bulunmaktadır. Bu ileri gelişmişlik düzeyi, ülkelerin

fiziki sermaye birikimleri yanında nitelikli işgücüne sahip olmaları sayesinde elde ettikleri teknolojik gelişmelere bağlıdır (Karataş ve Çankaya, 2010: 37).

Teknolojik değişim süreci ürün tasarımındaki gelişmeler, yeni ürünlerin geliştirilmesi, üretim süreçlerinin üretkenlik ve esnekliğinin artırılması, yeni üretim örgütlenmelerinin geliştirilmesi gibi üretim prosesinde yapılan her türlü iyileştirmeleri içermektedir. Teknolojik değişim, Ar-Ge gibi özel olarak yeni teknolojilerin geliştirilmesine yönelik sistemli, kurumsallaşmış faaliyetlerin sonucu olabileceği gibi, yaparak öğrenme, kullanarak öğrenme ve öğrenirken öğrenme gibi süreçlerde de oluşabilmektedir (Taymaz, 1994: 551).

Teknolojik gelişme kalkınmanın hem en önemli belirleyicisi hem de sonuçlarından biri olduğunu söylemek mümkündür. Teknolojinin olmadığı bir kalkınmadan bahsetmek imkânsızdır. Ekonomide üretim kapasitesini ve verimini arttırmak, daha az ürünle daha çok gelir elde etmenin yolu teknolojik gelişmeden geçer. Doğal kaynakların üretime ve kullanıma dönüştürülmesi teknoloji sayesinde mümkün olabilmektedir.

2.1.4.3. Kişi Başına Düşen Milli Gelir

Bir ülkenin gelişmişliğinin en iyi göstergesi kişi başına düşen gelir olarak kabul görmektedir. Kişi başına düşen gelir açısından gelişmiş ülkelerle azgelişmiş ülkeler arasında büyük bir uçurum olduğu dikkat çekmektedir. Azgelişmiş ülkelerin gelir seviyesi aslında gelişmiş ülkelerin gelir seviyesinden çok yüksek miktarlarda düşük değildir, ancak bu ülkelerin nüfus artış hızı gelişmiş ülkelere göre yüksek olduğu için dolayısıyla kişi başına düşen gelir de azalmaktadır. Azgelişmiş ülkelerin gelir seviyesinin düşük olmasında yetersiz sermaye, niteliksiz işgücü teknolojiyi kullanamama, eğitim düzeyinin düşük olması ve buna bağlı olarak nüfus artış hızının yüksek olması sayılmaktadır. Gelir seviyesinin düşük olmasından dolayı tasarruflar da düşük kalmakta, bu itibarla yatırımlar da azalmaktadır. Yatırımların istenilen seviyede olmaması nedeniyle de yoksulluk aşılamamaktadır (Işık, 2006: 17).

Bir ülkede, milli gelirin artışında nüfus miktarının çok önemli rolü olduğu bilinmektedir. Çünkü toplam nüfusa eklenen her fert, ülke milli gelirine katkıda bulunur. Ancak nüfus yapısını dikkate almadan, toplam milli gelire bakarak bir

ülkenin refahından söz etmek doğru olmaz. Nitekim, nüfusun milli gelirden hızlı artması halinde, toplumun refahının artması şöyle dursun toplumun fakirleşmesine ve refahın düşmesine neden olur. Bu nedenle, kişi başına gelir rakamlarının dikkate alınarak gelişme ve refahın ölçülmesi şarttır. Ekonomik gelişmenin bir tanımının da, kişi başına düşen milli geliri devamlı surette arttırabilme süreci olduğu unutmamak gerekir. Şurası da gerçektir ki, bir toplumdaki kişi başına milli gelir rakamları da her zaman o ülkenin gelişme refahının gerçek ölçüsü olmayabilir. Çünkü milli gelirin toplumun fertleri arasındaki dağılımı da büyük önem taşır. Kişi başına geliri çok yüksek, fakat ekonomik ve sosyal refahı büyük ölçüde düşük bazı zengin petrol ülkelerine rastlamak mümkündür. Ekonomik refahta, kişi başına gelir rakamlarının yanı sıra, daha birçok istatistiki veri ve bilgilere ihtiyaç vardır (Erdoğan, 1994: 9).

2.1.4.4. Gelir Dağılımı

Bir ülkenin milli gelirinin bireyler arasında ne kadar adaletli bölüşüldüğünü görmek için temel olarak iki yaklaşım kullanılmaktadır. Fonksiyonel gelir dağılımı ve kişisel gelir dağılımı. Fonksiyonel gelir dağılımı, toplam gelirin üretim faktörleri arasındaki bölüşümünü yani emeğin payı olan ücretin, doğal kaynakların payı olan rantın, sermayenin payı olan faizin ve girişimcinin payı olan karın milli gelirden aldığı payı gösterirken; kişisel gelir dağılımı, milli gelirin kişiler ve/veya tüketici birimleri (haneler) arasındaki dağılımını göstermektedir (Alataş, 2014: 13).

Kişi başına düşen gelirin az gelişmişliğin bir göstergesi olması kaçınılmaz bir durumdur. Ancak sadece kişi başına düşen gelire göre bir ülkenin gelişmişlik düzeyi belirlenmemektedir. Çünkü az gelişmişlik ölçütünde gelir dağılımındaki adalet büyük önem taşımaktadır. Eğer bir ülkede kişi başına gelir oldukça yüksek ancak gelir dağılımındaki adaletsizlik de bir o kadar yüksek ise bu tür ülkelere gelişmiş ülke tanımlaması yapılmamaktadır. Gelir dağılımının tamamen adaletli olması hiçbir gelişmiş ülkede bile mevcut değildir. Ancak belli bir seviyede olması yeterli olmaktadır (Berber, 2006: 247).

Gelir dağılımı önemli kalkınma göstergelerinden biridir. Adil olmayan gelir dağılımı kaynakların belli ellerde toplanmasına ve bazı kesimlerin refah

seviyesi yükselirken diğer önemli bir kesimin refah seviyesinin düşmesine neden olabilir. Bu da kalkınmanın önündeki en büyük engellerden biri olmaktadır. Gelir dağılımındaki adaletsizlik kalkınmayı olumsuz etkilemesinin yanında toplumun barış ve huzur ortamını da bozan tehlikeli bir ekonomik sorundur. Bir ülkede gelir dağılımında adaletsizlik varsa o ülkede kalkınmadan bahsetmek mümkün değildir. Zira kalkınma, toplumun bütün kesimlerini kapsayacak şekilde topyekün refah seviyesinin yükselmesidir. Bunu yolu da öncelikle ülkedeki milli gelirin herkese ve her kesime eşit şekilde dağıtacak adil bir ekonomik sistemdir.

2.1.4.5. Beşeri Sermaye

Özünde insana yapılan yatırımları ifade eden ve genellikle eğitim ve sağlık ekseninde analizlere konu olan beşeri sermaye olgusu, ekonomik kalkınmanın önemli bir itici gücünü temsil etmektedir. İyi eğitilmiş, yetiştirilmiş ve sağlıklı bireylerden oluşan toplumlarda sosyo-kültürel gelişmenin ekonomik gelişmeyi beraberinde getirdiği, ekonomik gelişmenin de sarmal şeklinde tekrar sosyokültürel gelişmeye yol açtığını söylemek mümkündür. Özellikle eğitim alanında yapılacak yatırımlara bağlı olarak verimliliğin artırılması uluslararası rekabette üstünlük sağlamanın yanı sıra maliyetleri de önemli ölçüde düşürmeye yardımcı olacaktır. Ülke içindeki gelir dağılımını da etkileyen beşeri sermaye yatırımları (özellikle eğitim alanında) ülkelerin ekonomik kalkınma süreçlerinde önemli roller üstlenmektedir. Nitekim toplumsal sağlık düzeyindeki olumlu göstergeler verimliliğe yansıtacağından dolayı ekonomik kalkınma da bundan olumlu yönde etkilenecektir. Toplumsal sağlık düzeyini kabaca; bebek ölüm oranları, yeterli beslenme, ortalama ömür, hastalık türü/sayısı ve sağlık sistemine ilişkin çeşitli göstergeler bağlamında değerlendirmek mümkündür (Özyakışır, 2011: 64-65).

Beşeri sermaye kuramına göre kişinin bilgi ve becerisini geliştirmesi iktisadi faaliyetlerdeki üretkenliğini artırmaktadır. Teorik olarak toplumun ekonomik gelişmişliği ve beşeri sermayenin unsurları olan eğitim durumu ve sağlık düzeyi arasında yakından bir ilişkinin var olması beklenmektedir. Bu ilişkinin temel nedeni sağlıklı bir toplumun beşeri sermayesinin nispeten daha kolay artırılabilir olmasıdır. Bu nedenle beşeri sermaye stokunu artırmak isteyen

bir ülke için toplumun sağlık düzeyinin yükseltilmesi bir ön şart haline gelmektedir. Ülkelerin sağlık göstergeleri birçok değişkenle ele alınabilir. Bunlardan bazıları, ortalama yaşam süresi, sağlık harcamaları, doğuşta beklentisi ile çocuk ölüm oranlarıdır (Yumuşak ve Yıldırım, 2009: 57-58).

Bir üretim için geleneksel üretim faktörlerinin yanında beşeri sermayeye de sahip olmak gerekir. Bu nedenle, yeterli beşeri sermayeye sahip olamayan az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, yeterli vasıfsız emek ve fiziki sermayeleri olsa bile bazı malları üretememektedirler. Oysa, beşeri sermayeleri nispi olarak daha güçlü olan gelişmiş ülkeler, ileri teknoloji gerektiren bu malları rahatlıkla üretebilmektedir. Bu nedenle bir ekonomi tıpkı fiziki sermaye yatırımları gibi, beşeri sermaye yatırımlarına da ihtiyaç duyar (Özyakışır, 2011: 54).

Beşeri sermaye olarak adlandırılan kavram nitelikli işgücü, sahip olunan bilgi ve becerilerin toplamı olarak tanımlanmaktadır. Beşeri sermayeye yoğun olarak sahip olan ülkelerde hem diğer üretim faktörleri daha verimli kullanılması hem de yeni teknolojilerin geliştirilmesi sağlanmaktadır. Bu durumda az gelişmiş ülkelerin genel anlamda sahip oldukları beşeri sermaye yeterli olmamaktadır. Bu da ülkelerin geri kalmışlıklarına sebep olmaktadır (Atik, 2006: 6).

Eğitimli ve sağlıklı bireylerden oluşan bir beşeri sermaye kalkınmanın önemli belirleyicilerindedir. Kalkınmış toplumlarda beşeri sermayeyi oluşturan işgücündeki bireylerin eğitimli ve sağlıklı olmaları beklenir. Eğitimli ve sağlıklı bir işgücü, üretim faktörlerinin daha optimum kullanılmasına, nitel ve nicel yönden daha ileri bir üretim seviyesine ulaştırmayı sağlar.

2.1.4.5.1. Eğitim

Eğitim yalnızca bir okuma yazma olgusu olarak algılanmamaktadır. İktisadın içindeki eğitimin taşıdığı amaç beşeri sermayesi yüksek insanlar yetiştirmektir. Bu bağlamda eğitime verilen önemde gün geçtikçe artmaktadır. Ülkeler artık eğitime yapılan harcamaları geleceğe dönük uzun vadeli yatırımlar olarak düşünmektedirler. Yani sadece parasal anlamda bir sermaye değil aynı zamanda beşeri sermayenin de önemi üzerinde durmaktadırlar. Bir ekonomide verimliliğin artırılmasında yalnızca parasal kaynaklar, makine ve teçhizatlar değil aynı zamanda insan faktörü önemli rol oynamaya başlamıştır. İnsan faktörü beşeri

sermayesi yüksek, ülkenin yeni ürün ve teknoloji üretimini sağlayabilecek bir donanımına sahip değer olarak görülmektedir (Çetin, 2014: 1-2).

Ekonomik büyüme ve insani gelişme arasındaki ilişkinin kurulmasında en önemli fonksiyon eğitim sistemidir. Dolayısıyla, eğitim sadece iktisadi alandaki getirileri ile değil; siyasi, kültürel ve diğer alanlardaki etkileri ile de ülkelerin gelişmişliğine katkı sağlayan önemli bir süreçtir (Çalışkan vd, 2013: 32).

Genel olarak kalkınma, hem ekonomik hem de toplumsal bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda eğitimin ülkelerin kalkınmışlık ölçütlerinin yüksek seviyelerde olmasına katkısı oldukça büyük olmaktadır. Çok sayıda genç insanın, kalkınan bir ekonomi ve anayasa hedefine uygun olarak yetiştirilmesi eğitimin, toplumsal, kültürel ve psikolojik etkilerinin yanı sıra ekonomik etkisinin olduğunu gösterir. Ülkedeki ekonomik durumuna yansıyan bu etkiler ülkelerin az gelişmiş ya da gelişmiş olarak sınıflandırılmalarına dayanak oluşturmaktadır (Çakmak, 2008: 36).

Eğitim kalkınmanın en önemli göstergelerinden biridir. Kalkınmış bir toplumdan söz edebilmek için o toplumda okuma-yazma ve okullaşma oranının ve dolayısıyla eğitim seviyesinin yüksek olması gerekir. Kişi başına milli gelirin yüksek olması tek başına toplumu kalkındırmaz. Bu ve diğer şartlarla birlikte eğitimin nitelikli, eğitim hizmetlerinin zamanın şartlarına uygun yeterlilikte, milli ve çağdaş olması ve imkanların herkese yeterli ölçüde ulaşması gerekir.

2.1.4.5.2. Sağlık

Sağlık kalkınmanın en temel unsurlarından biridir. Bu bağlamda önemli olan daha çok sağlık harcamalarının yapılmış olması değil toplum sağlığının korunması için baştan etkili koruyucu önlemler alınarak sağlıklı bir toplumun ortaya çıkarılmasıdır. Başta önleyici sağlık hizmetleri olmak üzere, etkili ve hızlı bir sağlık sistemi uzun vadede kalkınmayı da beraberinde getireceği söylenebilir.

Literatürde sağlık harcamalarıyla ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi analiz eden birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan ilki Groosman'ın (1972)'de yapmış olduğu çalışmadır. Bu çalışmaya göre, sabit sermaye stoku olarak ifade edilen sağlık hizmeti, çıktı büyümesini olumlu etkilemektedir. Sağlık sektörüne yapılan harcamalar yatırımların bir çeşidi olarak ekonomik büyümeyi

teşvik etmektedir. Newhouse (1977)'de ulusal düzeyde, gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYİH) tıbbi bakım harcamaları üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu ileri sürmektedir (Akar, 2014: 313).

Toplumun ekonomik gelişmişliği ve beşeri sermayenin unsurları olan eğitim durumu ve sağlık düzeyi arasında yakından ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkinin temel nedeni sağlıklı bir toplumun beşeri sermayesinin nispeten daha kolay artırılabilir olmasıdır. Ruhun ve bedenun sağlıklı insanların fiziksel ve zihinsel eğitimleri daha kolay olacaktır. Bu nedenle beşeri sermaye stokunu artırmak isteyen bir ülke için toplumun sağlık düzeyinin yükseltilmesi bir ön şart haline gelmektedir (Karagül, 2002: 71).

Sağlık harcamalarına yapılan yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisi uzun dönemde ortaya çıkmaktadır. Beşeri sermaye yaklaşımı kapsamında sağlık hizmetleri sağlık yatırımı niteliği taşımaktadır. (Taban ve Kar, 2004: 291).

Sağlık düzeyindeki iyileşme eğilimleri beşeri sermayenin gelişimini desteklerken ülkelerin ekonomik büyüme hızlarını da beslemiştir. Sağlığa ayrılan kaynakların hastalıkların ve ölümlerin azalmasına ve yaşam kalitesinin artmasına neden olduğu gibi kişi başına gelirin artışını da doğrudan etkilemekte olduğu düşünülmektedir (Dağdemir, 2005: 86).

Sağlıklı insanın çalışma gücü ve verimliliği sağlıksız insana göre daha yüksektir. Ekonomik kalkınmayı sağlayan kaliteli ve yüksek miktarda üretim, sağlıklı bireylerin oluşturduğu bir toplumda sağlanabileceği açıktır. Hem bedensel hem zihinsel olarak sağlıklı bir insan beşeri sermayenin en temel unsurudur.

2.1.4.5.3. Nüfus

Bir ülkenin nüfusu ile ekonomik gelişimi arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki belirli kanallar doğrultusunda ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı etkilemektedir. Sermaye birikimi, doğal kaynak, beslenme ve barınma etkisi, milli gelir, kamu harcamaları vb. birçok kanaldan ekonomik gelişimi pozitif/negatif yönde etkilediği görülmektedir. Öngörülemeyen hızlı nüfus artışı ekonomi üzerinde olumsuz tesirlerde bulunmakta ve kronik sorunlar gündeme gelmektedir. Nüfus arttıkça bir ülke insanların milli gelirden aldıkları pay azalacaktır. Nüfus artış hızı büyüdükçe kaynakların daha büyük bir kısmı

tüketime gitmektedir. Bu da yatırımlara giderecek kaynakların azalmasına, dolayısıyla gelişme hızının düşmesine neden olmaktadır. Bunun sonucu olarak da kişi başına düşen gelir azalacaktır (Yumuşak ve Kar, 2000: 78).

Ekonomi literatüründe nüfus artış hızının ülke ekonomisine hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunduğu kabul edilmektedir. Bazı araştırmacılar, nüfus artış hızı ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki bulurken, bazıları böyle bir pozitif ilişkinin söz konusu olmayacağını ileri sürmektedir. Fakat günümüzün modern büyüme teorisi, çıktı düzeyi ile nüfusun büyüme oranı arasında negatif bir ilişki bulmakta; az gelişmiş ülkelerin yüksek nüfus artışına sahip olduğu ileri sürülürken, gelişmiş ülkelerin nüfus artış hızının sifıra yakın olduğu düşünülmektedir (Alataş, 2014: 18).

Nüfus artışı ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı nasıl etkiler sorusu iktisatçıların, nüfus bilimcilerin ve politikacıların uzun yıllardır üzerinde durduğu ve cevabını farklı yönlerden açıkladıkları önemli bir soru olmaktadır. Literatürde yer alan teorik ve ampirik farklı çalışmaların sonuçları, nüfus artışının ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı engelleyen bir unsur olduğunu ve ayrıca, ülkelerin koşullarına bağlı olarak nüfus artışının farklı açıdan yararlarının da olduğunu ve büyümeyi arttırdığını göstermektedir (Bloom vd, 2002). Bu bağlamda gelişmekte olan ülkelerde nüfus ve büyüme ile ilgili geleceğe yönelik politika ve stratejilerinin oluşturulmasında nüfus ve büyüme ilişkisi birlikte ele alınması gerekli iki değişkendir (Günsoy ve Tekeli, 2015: 36-37).

Ülkelerin demografik özellikleri gelişmiş olup olmadıklarını gösteren temel özelliklerden biridir. Eğitimli ve sağlıklı bireylerden oluşan toplumlarda nüfus ne kadar çok olursa toplum o kadar güçlü olacaktır. Kaliteli işgücünüden oluşan toplumların daha üretken ve verimli oldukları söylenebilir. Ayrıca ekonomide, üretim destekli tüketim kapasitesinin artırılması büyümeyi de beraberinde getirecektir. Fazla nüfus ülkelerin ekonomilerine yük getirdiği, kalkınmalarına engel teşkil ettiği ve toplumun tamamında refah seviyesini düşürdüğüne dair yaklaşımlar sağlıklı değildir. Bunun yerine sağlıklı ve eğitimsiz bir nüfusun topluma yük getirebileceği, kalkınmayı olumsuz yönde etkileyebileceği ifade edilebilir. Ancak, iyi bir eğitim ve sağlık imkânlarının

desteği ile oluşacak nitelikli büyük bir işgücü ve buna bağlı olarak meydana gelecek nüfus artışı büyüme ve kalkınma için çok çok önemlidir.

2.1.4.6. Yatırım ve Tasarruf Oranı

Genel ekonomi teorisinden bilindiği üzere, ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için sermaye birikiminin arttırılması gerekmektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde halkın reel gelirinin düşük ve tasarrufların da buna bağlı olarak yetersiz olması, istenilen teknolojik gelişmenin yapılamaması bu gibi ülkelerin kalkınmaları noktasında büyük bir engel teşkil etmektedir (Bahar, 2007: 19).

Bir ekonominin yeni sermaye mallarına yatırımda bulunma ve yaşam standartlarının sürekli iyileşmesini sağlama kapasitesini belirleyen faktör ulusal tasarruftur. Ulusal tasarruf oranı bir ekonominin yeni sermaye oluşturma kapasitesini belirlediği için makroekonomik açıdan önemli bir ölçüt olarak kabul edilmektedir. Bir ülkenin ekonomisinde ne kadar çok belirsizlik varsa, o ülkede yaşayan insanların tüketimleri de azalmakta ve ihtiyati olarak yaptıkları tasarruf oranı da yükselmektedir (Sancak ve Demirci, 2012: 164).

Sürdürülebilir bir ekonomik büyüme performansının sağlanması için başlıca iç kaynaklar tasarruf ve bu tasarrufların dönüştüğü yatırımlardır. İktisat literatüründe tasarruf, gelirin tüketilmeyen kısmına denilmektedir. Bu bakımdan tasarruf, gelire doğrudan ilişkili bir kavramdır. Tasarrufların ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar, tasarrufların yatırım harcamalarına kaynaklık ettiğinin bu harcamaların ise ekonomik büyümeyi sağladığı üzerinde durmaktadır. Bu bakımdan tasarruflar ekonomik büyüme için gerekli olan ön koşullardan birisi olarak görülmektedir. Yatırımlar ekonomik büyüme için temel kaynakların başında gelmektedir. Birçok iktisatçı yatırımların ekonomik büyümenin sağlanması için ön koşullardan biri olduğu fikrini savunmaktadırlar. Keynes (1936) yatırımlardaki artışın çarpan etkisine değinerek ekonomik büyümeye pozitif bir şekilde katkıda bulunacağını belirtmiştir. Keynes ile aynı ekolden gelen Harrod (1936) ve Domar (1946) geliştirdiği büyüme modeli, yatırımların dinamik etkisinden hareketle ekonomik büyüme üzerine olumlu etkilerini incelemiştirler (Çetinkaya ve Türk, 2014: 47-48).

Ekonomik kalkınmışlığın en önemli göstergelerinden biri de sermaye birikimidir. Sermaye birikimi hem gelir hem de üretim kapasitesi artışının en önemli kaynağıdır. Milli gelirin düşük olduğu ve nüfusun hızlı arttığı az gelişmiş bir ülkede sermaye miktarındaki artışı engelleyen faktör tüketim miktarındaki artıştır. Çünkü kişi başına gelirin düşük olduğu bir toplumda gelirin büyük bir kısmı tüketime, küçük bir kısmı ise tasarrufa ayrılıyor demektir. Gelişmekte olan bir ülke için, genellikle net olmayan ulusal hasılanın %15'inden daha azı yatırımlara ayrılmaktadır. Gelişmiş ülkelerde söz konusu oran, %15'in üzerine çıkmaktadır. Üçüncü dünya ülkelerinin gelişme olanaksızlığı ve giderek artan gecikmişliği böyle açıklanmaktadır (Alataş, 2014: 19-20).

Tasarrufların yatırımları karşılama sürdürülebilir büyüme için gerekli ön koşullardan biridir. Ancak tasarruflar, sürdürülebilir büyümenin tek kaynağı değildir (Sancak ve Demirci, 2012: 160).

2.1.4.7. Sektörel Yapı

İktisat literatüründe genel olarak birincil sektör olarak tarım, ikincil olarak sanayi ve üçüncül sektör olarak hizmet sektörü gösterilmektedir. Sektör büyüklükleri, sektörlerin yapısal özellikleri, ekonomideki fonksiyonel dağılımları ülkelerin kalkınmalarının belirleyici unsurları olmaktadır. Kalkınmış ülkelerle kalkınmakta olan ülkeler arasında sektörel bazda önemli farklılıklar vardır.

Ülkelerin kalkınmışlık seviyeleri dikkate alınarak, sektörlerin GSYH'dan aldıkları paylara ve çalışanların sektörel dağılımına bakıldığında, genel olarak az gelişmiş ülkelerde az bir sanayi kesimi dışında, genellikle tarımsal yapı şeklinde olduğu gözlemlenmektedir (Alataş, 2014: 20).

Dünya GSMH'sı içindeki sektör paylarının gelişimine bakıldığında, hizmet sektörünün dünyada artan payı dikkat çekmektedir. Özellikle yapısal değişimin sanayiden hizmetlere kaydığı gelişmiş ülkelerde bu eğilim daha belirgindir. Bu durum ülke ekonomisinin gelişmişlik düzeyi arttıkça hizmetler sektörünün payının yükselmesi, tarımın ve sanayinin payının azalması ile açıklanmaktadır (Vakıfbank, 2007: 2).

Genel olarak gelişmemiş ülkelerde birincil sektör faaliyetleri fazla olup, sanayi ve hizmet sektörlerinde çalışan insan sayıları azdır. Örneğin, ABD,

İngiltere, Almanya, İsveç, Norveç, Japonya, Fransa, İtalya, gibi ülkelerde birincil faaliyetler az yer tutup, İkincil ve özellikle de üçüncül faaliyetler en fazla orana sahiptir. Buna karşın Mali, Somali, Nijerya, Çin, Bangladeş, Etiyopya, vb. ülkelerde ise nüfusun en çok geçim sağladığı etkinlik birincil faaliyetlerdir. İkincil ve özellikle de üçüncül faaliyetler az yer tutar. Gelişmekte olan ülkelerde birincil faaliyetler azalırken, ikincil ve üçüncül faaliyetler artmaktadır. Bir ülkede tarımda çalışan nüfusun oranı çok az ise o ülke gelişmiş demektir. Tarımda çalışan nüfus oranı fazla ise geri kalmış demektir (Sallı, 2008: 1).

2.1.4.8. Kentleşme

Kentleşme, sanayileşmeye ve ekonomik gelişmeye koşturucu olarak kent sayısının artmasını ve günümüzdeki kentlerin ortaya çıkmasını sağlayan toplum yapısında, artan oranda örgütlenme, işbölümü ve uzmanlaşma yaratan, insan davranış ve ilişkilerinde kentlere has değişikliklere neden olan bir nüfus birikimi sürecidir (Keleş, 2002: 21-22).

Modernleşme ve sanayileşmeyle doğrudan ilişkisi olan kentleşme süreci, meydana geldiği toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel alanında anlamlı değişimleri meydana getirmektedir. Okuma yazma oranından, çocuk ölüm oranlarına; yaşam süresi uzunluğundan kişi başına düşen milli gelir oranına kadar ülke insanının günlük hayatındaki çok önemli noktaları içeren kalkınma olgusu, kentleşme süreci ile doğrudan veya dolaylı etkileşim halindedir (Çan, 2010: 2).

Hızlı kentleşme ile birlikte modern ve geleneksel kesimin faaliyetlerini beraber sürdürmeye çalıştığı ikili yapı ortaya çıkmaktadır. Düalist yapı hem gelişmiş hem de az gelişmiş ülkelerde görülebilmektedir. Fakat az gelişmiş ülkelerde daha çok rastlanan bir olgudur (Alataş, 2014: 21).

Kentleşmeyi şekillendiren ekonomik üretim süreçlerinin zaman içindeki mekânsal değişimi kentleşme olgusunun da mekânsal açıdan yer değiştirmesine neden olmaktadır. Küresel ölçekte sorgulandığında ticari akışların, sanayi ve diğer ekonomik üretim faaliyetlerinin yer seçimine bağlı olarak gelişen kentleşme olgusu, günümüzde de aynı faktörlere bağlı mekânsal bir yayılma göstermektedir. İnsan, mal, hizmet ve sermaye akışlarına bağlı gelişen kentleşme süreci günümüzde bu akışların artması, çeşitlenmesi ve yer değiştirmesi nedeniyle dünya

ölçeğinde bir dağılış göstermekle beraber, merkez-çevre bağlamında farklı olma özelliğini korumaktadır (Kaygalak ve Işık, 2007: 33).

Bazı ülkelerde başta tarım olmak üzere, uygulanan yanlış ekonomik ve sosyal politikalar kentleşmeyi önemli ölçüde ve olumsuz yönde etkilemektedir. Bunlardan en önemlisi tarım nüfusunu gerekli ve yeterli ölçüde desteklenmemesi sonucu ortaya çıkan toplumsal gelişmelerdir. Bunların başında göç olayları gelmektedir. Göç, üretici tarım kesimin üretimi bırakarak kentlere yığılmasına neden olmaktadır. Göçler üretim alanlarını üretimsiz bıraktığı gibi kentlerde işsiz güçsüz kalabalık yığınlarla kentlerin de yaşanmaz bir hale gelmesine neden olmaktadır. Modern ve düzenli kentleşmenin nüfusla olan yakın ilişkisi göç faktörünün önemle izlenmesi ve nüfus hareketlerinin kontrol altında tutulmasını gerektirmektedir.

2.2. BÖLGESEL KALKINMA

Bölgesel kalkınma, bölgenin kendine ait kaynaklarının harekete geçirilmesi, girişimciliğin teşvik edilmesiyle, bölgenin gelir ve istihdam düzeyinin artırılması ve hayat kalitesinin iyileştirilmesi olarak tanımlanabilir. Bir başka tanıma göre bölgesel kalkınma, bir bölgedeki gelir artışlarına ilaveten sosyo-ekonomik yapının da değiştirilmesidir (Kaya, 2009: 23).

Bölgesel kalkınma ekonomik kalkınmanın hem bir ürünü hem de bir süreci olarak değerlendirilmektedir. Ekonomik kalkınmanın ürünü olarak değerlendirilen bölgesel kalkınma, bölgedeki iş olanaklarının, refah düzeyinin, yatırım hacminin, yaşam standartlarının ve çalışma koşullarının iyileştirilmesini ifade etmektedir. Bir süreç olarak ise endüstrinin desteklenmesi, altyapının iyileştirilmesi ve emek piyasalarının geliştirilmesi olarak algılanmaktadır (Stimson vd, 2006: 4). Ayrıca sanayileşmenin belli bölgelerde toplanması sonucu ortaya çıkan eşitsizliği ortadan kaldırmak amacıyla geri kalmış bölgelerin sanayileştirilerek gelişmiş bölgeler düzeyine ulaşması ve ülke içinde adil bir refah dağılımının sağlanmasını da amaçlamaktadır. Aynı şekilde hedeflenen yörelerde ve sektörlerde yatırım düzeyinin yükseltilerek bu yörelerde ekonomik kalkınmanın sağlanmasını da öngörmektedir (Arslan, 2005: 291 ve Kaya, 2009: 24).

Bölgesel kalkınma; ülke bütününde yer alan bölgelerin, çevre bölgeler ve dünya ile karşılıklı etkileşim içindeki bölge vizyonunu dikkate alan, katılımçılık ve sürdürülebilirliği temel ilke edinen ve insan kaynaklarının geliştirilmesi yoluyla bölge refahının yükseltilmesini amaçlayan çalışmalar bütünüdür (Devlet Planlama Teşkilatı, 2003: 250).

Bölgesel kalkınma, hedeflenen yörelerde ve sektörlerde yatırım düzeyinin yükseltilmesini, böylece bu yörelerde ekonomik kalkınmanın sağlanmasını öngörmektedir. Bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesi için yatırım kararlarının çeşitli araçlar ve kurumlar kullanılarak etkilenmesi gerekmektedir. Bunun için öncelikle bölgenin ekonomik potansiyelinin ortaya çıkarılması ve her ilin kendine has üstün özelliklerinin ortak kullanımı ile daha hızlı bir kalkınma sürecinin başlatılabilmesi sağlanabilecektir (Akan ve Arslan, 2008: 109).

Bölgesel kalkınma, sanayileşmenin belli bölgelerde toplanması sonucu ortaya çıkan eşitsizlikleri ortadan kaldırmak amacıyla, geri kalmış bölgelerin sanayileştirilerek, ülke içinde adil bir refah dağılımının sağlanmasıdır (Ekodialog, 2017).

Bölgesel kalkınma anlayışının temelini, bölgelerarası gelişmişlik düzeyi ve bölgelerarası gelir farklılıklarını en aza indirmeye amacı oluşturmaktadır. Böylece bölge bazında sağlanan ve bölgelerin kalkınmasıyla beraber ulusal düzeyde gerçekleştirilen kalkınma çabalarının daha rasyonel ve kesin sonuçlara ulaşmasında yardımcı olur (Sevinç, 2011: 6).

Bölgesel gelişme, bir bölgenin sürdürülebilirlik bağlamında politik, sosyo-ekonomik ve demografik göstergelerin eskisine göre ileri duruma gelmesi ve bu bölgede yaşayanların yaşam kalitesinin artması olgusudur (Özgür, 2010: 18)'de Bölgesel gelişmeyi;

- Sektörel ve fonksiyonel (üretim, dağıtım, tüketim) üst yapı unsurları,
 - Doğal, maddi, kişisel ve kurumsal alt yapı unsurları,
 - Sanayileşme, kentleşme, bilgi, yenilik ve yatırım gibi alt süreçleri,
 - Küresel dış etkenler,
 - Bölgenin tarihi geçmişi ve başlangıç üstünlüğü ve
 - Ulusal ve bölgesel plânlama politikaları ve karar verme süreçleri,
- etkileyebildiğini belirtmektedir.

2.2.1. Bölge Kavramı

Bölge kavramı günümüzde farklı disiplinlerde farklı şekillerde tanımlanabilmektedir. Kavram, nasıl tanımlanırsa tanımlansın coğrafi bir alanı ifade etmektedir. Literatürde, doğal, ekonomik, yönetsel ya da politik bölgeler şeklinde tanımlandığı gibi, homojen veya fonksiyonel ayırımı göre farklı bölge tanımları yapılmıştır (Nijkamp and Bergh, 1990).

Bölge, çevre, alan anlamına gelmekte olup, çok boyutlu, çok anlamlı ve sınırları oldukça güç çizilen bir kavramdır. Bölge, bir devlet bağlamında alt birimleri ifade ederken, uluslararası hukuk çerçevesinde aynı çıkarlara sahip, coğrafi, siyasal ve ekonomik yakınlık içinde olan devletler topluluğunu anlatmaktadır. Örneğin Avrupa Birliği de bu bağlamda bir bölge yönetimi olarak kabul edilebilir (Kaya, 2005: 11).

Bölgesel kalkınma kavramına yüklenen anlam, bölge tanımına bağlı olarak önemli ölçüde değişikliğe uğramıştır. Bölgeler arası gelişme düzeyi farklı kıtalar arası, ülkeler arası, aynı ülkede bölgeler ve bir kentin semtleri arasında ortaya çıkabilir. Eğer planlamada ekonomik öncelikler ön plana alınır polarize bölge, çevresel ve ekonomik kriterler dikkate alındığında havza ya da coğrafi bir bölge, kültürel, tarihi kriterler esas alındığında ise siyasal bir bölgeden bahsedilerek bölge tanımı ve alanı belirlenmiş olur. Bölge tanımı geniş tutulur ise kalkınma çabasının hedefi kalkınma bölgeleri, dar tutulur ise büyüme noktaları olmaktadır. Sonuçta her hangi bir yörenin kalkınma çabasında bölge tanımının nasıl yapılacağına büyük önemi vardır (Takım, 2010: 263).

Bölge, üzerinde uzlaşmış ve net olarak tanımlanmış bir kavram olmamakla birlikte, yeryüzünün belli bir bölümünün coğrafi, kültürel, sosyal veya ekonomik karakteristik özellikler temelinde sınıflandırılması olarak tanımlanabilir (Öztürk, 2009: 5).

Bölge, kendine has yapısı ve büyüme mekanizması olan iktisadi bir gerçektir. Ülke ekonominin dengeli ve devamlı büyümesinin, bu ekonomiyi meydana getiren bölge ekonomilerinin gelişmesine bağlı olduğu söylenebilir. Bölgesel gelişme, bir yandan milli ölçekte bir bölgesel politika tespitini, diğer yandan bölge ölçeğinde bölgesel gelişme planlarının hazırlanmasını gerektirmektedir (Dinler, 2001: 391).

Bölgesel kalkınma amacıyla geliştirilen politikaların etkinliği, bölge tanımının ve bu tanıma bağlı olarak üretilen politika araçlarının uyumlu olmasına bağlıdır. Ancak, az gelişmiş ve gelişmiş illerin birlikte aynı bölgede gruplandırılması, bölge tanımları ile bölgeler arasında yakınsamayı hedefleyen yatırım teşvikleri ve üyelik öncesi Avrupa Birliği (AB) fonları gibi mekânsal politikalar arasında uyum sorunlarına neden olabilmektedir. İller arasında haksız rekabete yol açtığı ve yakınsama amaçlı politikalara zarar verdiği dile getirilen bu durum, bölge sınıflandırmasına yönelik yeni yaklaşımların tartışılmasına sebep olmuştur (Öztürk, 2009: 3).

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde geleneksel kalkınma iktisatçılarının kullandığı bölge kavramı ise, genel olarak bir ülkenin alt mekânsal birimlerini yansıtmaktadır (Karaçay, 2004: 79).

Bölgeler ekonomik analize tabi tutulurken ikili bir ayrıma tabi tutulurlar. Bunlardan birincisi, bölgelerin ekonomik yapılarına göre, ikincisi ise ekonomik gelişmişlik seviyelerine göre yapılan ayırmadır (Yıldız ve Doğan, 2007: 149).

2.2.2. Bölge Türleri

Çalışmanın konusu gereği bölgeler iktisadi yönden incelenmiştir. Bu bağlamda iktisadi yönden bölgeler, makroekonomik açıdan ve gelişmişlik düzeylerine göre iki genel ayrıma tabi tutulmuştur. Her bölge kendine has ekonomik, sosyal, politik, jeolojik, coğrafi ve iklimsel özellikler göstermektedir. Yeraltı ve yerüstü kaynaklar bakımından, stratejik konumları itibariyle de önemli farklılıkların bulunmaktadır. Bütün bu farklılıklarla birlikte bölgeler, türlerine göre ayrılarak buna göre kalkınma politikaları, gelişme planları yapılması zorunluluğunu beraberinde getirmektedir. Bu farklılıklar bölgenin tarım, turizm ve sanayi alanlarında, hangi sektörler üzerinde planlamaların ve yatırımların yoğunlaşılacağına dair bize ipuçları vermektedir.

2.2.2.1. Makroekonomik Açıdan Bölgeler

Makroekonomik açıdan bölgeler incelenirken, bölgelerin kendi ekonomik potansiyellerinin bölge ve ülke ekonomisi ile kalkınması üzerindeki makro etkiler

incelenerek ele alınmıştır. Bu bağlamda makroekonomik açıdan bölgeler, homojen, polarize ve plan bölgeler olmak üzere üç kısma ayrılmıştır.

2.2.2.1.1. Homojen Bölgeler

Ekonomik kriterlere göre statik bir yapıya sahip, aynı özellikleri gösteren bölge homojen bölgedir. Burada bölgelerin sosyoekonomik gelişmişlik göstergeleri dikkate alınmaktadır (Takım, 2010: 261).

Homojen bölge, bölgesel farklılıkların kolaylıkla belirlemeye, yani bölge muhasebesi (Erkan, 1990: 17) yapmaya olanak tanıdığından, bir ülkede bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması politikaları için kullanılan bir bölge türü olmuştur. Aynı gelişmişlik düzeyinde olan komşu iller, gelişmişlik düzeyi yönünden homojen bölgeyi oluştururlar (Dinler, 2001: 77-78).

Homojen bölge, seçilen bir veya birkaç kritere göre, aynı düzeyde olan ve birbirini takip eden kesimlerin teşkil ettiği bütündür (Arslan, 2005: 290).

Eğer bölgeler arasında ekonomik, sosyal ve kültürel yönden bir benzerlik yoksa o zaman dengesizlikten bahsedilebilir. Bu durumda bölgeler homojen değil heterojen bir yapıya sahip olacaktır. Heterojen bölgelere örnek olarak, ülkemizden Marmara ve Doğu Anadolu Bölgeleri gösterilebilir (Kaya, 2009: 10).

Homojen bölgenin tespitinde kullanılan pek çok kritere göre, aynı özelliklere sahip olan bölge bulmak çok zordur. Bir ülkenin bölgeleri arasında bir farkın olmayışı birbirine benzer ve özdeş olmaları, o bölgeleri homojen bölge kategorisinde olduğunu gösterir (Dinler, 2005: 70).

2.2.2.1.2. Polarize Bölgeler-Fonksiyonel Bölge

Polarize bölgede merkez ve çevre arasında ekonomik ve sosyal ilişkiler dikkate alınır. İstatistiki bölge birimleri sınıflandırılmasında polarize bölge ayırımına uygun olarak benzer yapıya sahip alanlar bir bölge olarak değerlendirilir (Takım, 2010: 261).

Dinamik bir nitelik taşıyan polarize (kutuplaşmış veya nodal) bölge, bir kutup ve bu kutbun etkisi altındaki yerleşme merkezleri arasındaki ilişkiyi gösteren dinamik bir kavramdır. Bir ülkede mevcut tüm yerleşme merkezleri karşılıklı ilişki içindedir. Küçük kentsel merkezler, ticarî yönden daha büyük

yerleşme merkezlerine bağlıdırlar. Bir başka deyişle küçük merkezler (kasabalar) kendilerinden daha büyük yerleşme merkezlerinin (kentlerin) etkisi altındadırlar. Bir yerleşme, kendinden daha küçük bir veya daha fazla sayıda yerleşmeyi etkisi altına alabiliyorsa, o yerleşme yeri bir cazibe merkezi haline gelmiş, yani kutuplaşmıştır. İşte cazibe merkezinin etkisi altındaki alan polarize bölgeyi oluşturmaktadır. Söz konusu kutuplaşmış yerleşme merkezi ne kadar çok yerleşmeyi etki altına alıyorsa, polarize bölgenin alanı ve nüfus büyüklüğü de o kadar artmaktadır (Özgür, 2010: 10-11).

Homojen bölge kavramından farklı olarak fonksiyonel bölge kavramı, coğrafi mekânın sosyal ve ekonomik ilişkiler temelinde tanımlanmasıdır (Boudeville, 1966: 9). Bu kapsamda, bir fonksiyonel bölgede yer alan mekânsal birimler bölge dışındaki birimlere göre birbirleri ile daha çok ilişkilidir. Yerleşme merkezleri arasındaki kademeli yapının tespiti ve büyüme kutuplarının yapısal analizlerinin yapılması fonksiyonel bölge çalışmalarına örnek olarak verilebilir (Öztürk, 2009: 7).

Mevcut yerleşim birimleri karşılıklı ilişki içindedir. Küçük yerleşim yerleri (köy ve kasaba) kendilerinden daha büyük merkezlerle (kent) idari, iktisadi, ticari vb. faaliyetler için etkileşim halindedir. Bir yerleşim merkezi, kendisinden daha küçük merkezleri etki altına alıyorsa o merkezin cazibe merkezi haline geldiği söylenebilir (Ildırar, 2004: 11). Bir veya birden fazla yerleşme merkezini etkisi altına alan cazibe merkezinin oluşturduğu etki sahası polarize bölgeyi oluşturur (Yıldız, 2013: 11).

Fonksiyonel bölgeler ekonomik ve kültürel yönden yerel, bölgesel, ulusal ve küresel çapta diğer bölgelerle etkileşim gösteren dinamik bir yapıya sahiptir. Dünya çapında ekonomik ve iletişim sistemlerindeki değişimler sonucu bu tür bölgelerin konumları ve rolleri de değişmektedir. Bu değişimler sonucu bazı mekânlar kültürel, ekonomik ve politik bölgelerin merkezi konumunu oluştururken, diğer mekânlar bu merkez konumundaki mekânların çevrelerini teşkil etmektedir. Merkezler arasındaki etkileşim ve çevre konumunu oluşturan merkezlerin büyümesine bağlı olarak bölgelerin fonksiyonel değerleri artabilir veya azalabilir (Koç ve Aksoy, 2012: 323).

2.2.2.1.3. Plan Bölgeler

Bir ülkedeki yerleşme merkezlerinin mevcut gelişmişlik düzeyinin göz önüne alınmasıyla saptanan homojen bölge ve yerleşme merkezleri arasındaki ilişkilerin yoğunluğunun dikkate alınmasıyla belirlenen polarize bölgeden farklı olarak, bölge plânlarının uygulandığı alanlar bütününe plân bölge denilmektedir. Plân bölgeler, kalkınma plânlarının hazırlanmasına yardımcı olmak ve uygulanmasını kolaylaştırmak, bölgenin kalkınmaya katılmasını sağlamak amacıyla belirlenmiş alanlardır ve kaynakların en iyi şekilde kullanılmasına yardımcı bir araçtır (Erkal, 1978: 28-29).

Boudeville, plânlama bölgelerini ekonomik kararlarda birlik veya tutarlılık sergileyen alanlar olarak tanımlamıştır. Klaassen ise, plânlama bölgesini diğer şeyler yanında, ekonomik boyutta yatırım kararları almak için yeterli büyüklükte, kendi endüstrisini sağlamaya gücü olan, gerekli iş gücü ve homojen ekonomik yapıya sahip olan, en az bir büyüme merkezine sahip bir alandır şeklinde ifade etmiştir (Özgür, 2010: 11).

Plan Bölge, bölgesel politikayı uygulamakla görevli yönetimin yetki alanı içinde kalan alanlar bütünüdür. Plan bölgeler bölgesel planlama uygulayan ülkedeki planlama anlayışına göre, ülkenin bölgesel sorunlarının niteliği ve yoğunluğuna göre tüm ülkeyi kapsayabileceği gibi sadece belirli problemleri de kapsayabilir. Eğer plan bölgeler tüm ülkeyi kapsıyorsa birinci tip plan bölge söz konusu olmaktadır. Bölgesel kalkınma planının sektörel nitelikli hazırlanması yerine ekonomik alana dayalı olarak hazırlanması, tüm ekonomik faaliyetlerin alansal dağılımının kontrol altına alınması, gelişmeyen bölgelerin adaletli bir şekilde kaynaklardan yararlanması sonucunu doğuracaktır. Bölgesel kalkınma planını uygulamakta olan ülkelerde başvurulabilecek olan bu plan bölge anlayışı, ulusal planın bölgeselleştirilmesi için ülkenin bölgelere ayrılması sonucu ortaya çıkmaktadır (Dinler, 2001: 85).

Plan bölgeler, daha çok ekonomik kalkınma planlarının uygulanmasını kolaylaştırmak ve bunlarla ilgili ekonomik kararlar arasında birlik, bütünlük, uyum ve eşgüdüm sağlamak amacıyla tanımlanmış bölgelerdir (Keleş, 1993: 237).

Ulusal kalkınmayı planlayanlar ve bölge plâncıları plan bölgeyi bir araç olarak kullanmakta olup, yerel düzeyde sektör çözümlmelerine dayanak

seçmektedir. Plan bölge, bölgesel bir hedefi en ekonomik yoldan gerçekleştirmeye yarayan teknik bir değer taşımaktadır (Sezen, 1999: 5).

2.2.2.2. Gelişmişlik Düzeylerine Göre Bölgeler

Bölgelerin ekonomik gelişmişlik yönü dikkate alındığında ise; gelir düzeyi ve gelir artış hızı ülke düzeyinin üstünde olan gelişmiş bölge ve gelişme potansiyelini kaybetmiş veya gelişme avantajlarına sahip olmayan az gelişmiş bölgeler şeklinde genel bir bölümlenme yapılmaktadır (Demir, 2016: 11).

2.2.2.2.1. Gelişmiş Bölge

Gelişmiş bölge, kişi başına gelir seviyesi ülke ortalamasının üzerinde olan bölgeler olarak tanımlanmaktadır. Bu tür bölgelerin diğer bölgelere nispeten gelir seviyelerinin yüksek olması hiçbir problemin olmadığı anlamına gelmemektedir. Bu tür bölgelerin en ciddi problemlerinden biri nüfus yoğunluğunun çok yüksek olmasıdır (Demir, 2016: 11).

Gelişmiş bölgelerin nüfus sayılarının düşük olması gelişmişliklerinin göstergesi olan eğitim seviyelerinin yüksek olması ile ilgilidir. Nitekim Türkiye’de de az gelişmiş veya geri kalmış bölgelerin gelişmiş bölgelere nazaran doğum oranlarının yüksek olduğu görülmektedir. Gelişmiş bölgelerin sahip olduğu özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Gündüz, 2006: 14);

- Diğer bölgelerle karşılaştırıldığında altyapı yatırımları yeterlidir.
- Gelir dağılımı adaletlidir ve yakın bölgelerden devamlı göç almaktadır.
- Kalkınma hızları ülke ortalamasının üzerindedir.
- Bölgede tasarruf oranlarının yüksek olmasından kaynaklanan yatırım harcamaları yüksektir ve devamlı artma eğilimindedir.
- Üretim faktörlerinin verimliliği yüksektir.
- Gelir dağılımında dengesizlikler asgari düzeydedir.

2.2.2.2.2. Azgelişmiş Bölge

Kişi başına gelir düzeyi ve buna bağlı olarak gelir artış hızının gelecekteki beklentisinin ülke ortalamasının altında olacağı tahmin edilen bölgeler az gelişmiş olarak tanımlanmaktadır (Demir, 2016: 13).

Gündüz, (2006: 12)'de, az gelişmiş bölgelerin temel özelliklerini şöyle sıralamaktadır;

- Eğitim ve sağlık yatırımları ve hizmetleri yetersizdir.
- Geçim kaynakları tarıma dayanır.
- İklim şartları bölgenin gelişebilmesine müsait değil.
- Bölgede yaşayan nüfusun gelir seviyeleri arasında büyük farklar bulunduğundan emek gücünün dışarıya göçünü hızlandırmaktadır.
- Kullanılan teknoloji ilkel ve gelişmemiştir.
- Nüfusun artış oranı yüksek ve sağlıklı beslenme düzeyi düşüktür.
- Faktör dağılımı bozuktur.
- Faktör dağılımı dengesizlik göstermektedir.
- Altyapı yatırımları yetersizdir.
- Az gelişmiş bölgeler verimli topraklara sahip değiller bu yüzden topraktan elde edilen birim başına verim düşüktür.

2.2.3. Bölgeler Arası Ekonomik Farkların Nedenleri

Bölgelerarası gelişme farkları konusu, kalkınma literatüründe dengesiz kalkınma kriterinin de bir şeklidir. Örneğin büyüme kutupları kriteri kaynakların bölgelerarası (coğrafi) dağılımı yönünden yol gösterici bir kriter olarak değerlendirilmektedir. Böyle bir gelişme sürecinin ise kalkınmayı diğer bölgelere yayıcı ya da geriletici etkileri vardır (Savaş, 1986: 141).

Serbest piyasa mekanizması içerisinde gelişen bölgenin diğer bölgeler üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olabileceği gibi, her iki etki de ortaya çıkabilir. Bir bölgedeki ya da noktadaki gelişme diğer bölgelerin gelişmesini hızlandırabilir ya da yavaşlatabilir. Diğer yandan gelişen bölgenin durgun bölgeler üzerinde aynı zamanda bir seri olumlu etkisi de vardır. Zira ekonomide sahip olunan girdi-çıkış akım tabloları içerisinde girdilerin bir kısmı ucuz olan geri kalmış bölgelerden satın alınmaktadır. Bu alımlar sonucu yapılan ödemeler, bu bölgelerin hammadde ve aramalı sektörlerini yeni işletmeler açısından cazip hale getirmektedir. Böylece bu ürünlerin üretimi için yapılan faktör ödemeleri satın alma gücünü artırarak diğer sektörler için de yeni pazarların ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Kızıltan ve Ersungur, 2007: 274).

Ülke içerisinde kalkınma dereceleri, tüm bölgelerde aynı düzeyde görülmemektedir. Bu farklılık, gelişmiş ülkelerde belli ölçülerde var olmakla birlikte özellikle az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde net olarak hissedilmektedir. Gelişmiş ülkelerde bölgesel farklılıklar, azalan bir seyir izlerken az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde bölgesel farklılıklar, artma eğilimi göstermektedir (Gündüz, 2006: 15).

Bölgelerarası gelişmişlik farklarının en önemli nedenleri olarak, bölgenin doğal kaynaklar yönünden durumu, jeolojik ve coğrafi yapısı, tarımda ve turizmde elverişli doğal kaynak ve arz kapasitesi, ulaşım ve taşıma kolaylıkları, önemli yol güzergâhları üzerinde bulunması, gelişmiş bölgelere yakınlık sayılabilir.

2.2.4. Bölgesel Kalkınma Politikaları

Bölgesel kalkınma politikaları genel olarak ülkelerin ya azgelişmiş ya da gelişmemiş bölgelerine uygulandıkları gibi bazı özel bölgelere yönelik özel bölgesel kalkınma politikaları veya projeleri ile kalkınmaya hazırlanmaktadır. Bölgesel kalkınma projeleri; genel politikaların yanı sıra sadece hazırlanan bölgeye yönelik birtakım fiziki, ekonomik ve sosyal planlamalar yaparak bölgenin gelişmesi için uygulanan araçların bir bütün halinde ve tutarlılıkla ele alınmasını sağlamaktadır (Sevinç, 2011: 9).

Bölgesel kalkınma politikaları, özellikle kalkınma ekonomisinin öneminin anlaşıldığı 1950'li yıllardan başlayarak her dönemde geçerliliğini korumaktadır. Ülkeler, dünyadaki genel ekonomik ve sosyal dönüşümlere uyum sağlamak, ortaya çıkan olumsuz etkileri gidermek ve fırsatları değerlendirmek üzere ulusal ihtiyaçları doğrultusunda kendi bölgesel politikalarını belirlemektedirler (Takım, 2010: 3).

Bölgelerarası kalkınmışlık farklılığı kavramı, az gelişmiş bölgelerin gelişmiş bölgelere sosyal refah açısından yaklaştırılması, yani farklılıkların giderilmesi politikasını da doğal olarak beraberinde getirmiştir. Bu gelişmeler bölge ve kalkınma kavramlarının bir bütün olarak ele alınmasına yol açmış ve planlama ve bölgesel kalkınma çabalarında alternatif politika arayışlarını gündeme getirmiştir (Arslan, 2005: 276).

Ülke bütününde yer alan her bölgede, bölgenin arz ettiği özellikler, gelişme potansiyeli ve kendine özgü sorunlara göre farklı mekânsal planlama yaklaşımları izlenmeli ve farklı bölgesel politikalar üretilerek kararlılıkla uygulanmalıdır. Ülke geneli için alınacak iktisadi ve sosyal politika kararlarının bölgesel gelişme politikalarıyla tutarlı olması gözetilmelidir (DPT, 1995: 5).

Bölgesel politika yaklaşımı, bölgelerin rekabet edebilirliklerinin geliştirilmesi hedefi ile yeni bir vizyon ve muhteva kazanmıştır. Ülkeler, ulusal büyümenin dinamoları olan bölgelerin ve özellikle de kentlerin, rekabet edebilirlik düzeylerini geliştirmeye çalışmakta ve geri kalmış bölgelerin negatif özellikleri kırarak, ülke genelinde etkin üretim ilişkilerini temel alan etkin bir mekânsal organizasyonun kurulması için müdahalelerde bulunmaktadır (Kara, 2008: 2).

Türkiye’de bölgesel kalkınma için kullanılan en yaygın araç, sektörlere ve yörelere göre farklılaştırılmış teşvik sistemidir. Bu sistem illerin gelişmişlik düzeylerine göre farklı oranlarda uygulanmaktadır. Türkiye’de teşvikler dışında kullanılan temel araç kamu yatırımlarıdır. Kamu hizmetlerine ve altyapıya yapılan yatırımların ekonomik kalkınma açısından etkin bir araç olduğu gözlenmiştir. Ancak başlangıçta etkin bir araç olarak kullanılan kamu yatırımları, son dönemlerde hem azalmış hem de etkinliğini kaybetmiştir. Bu yüzden kamu sınıai yatırımlarının bölgesel kalkınmada bir araç olarak kullanılmasından vazgeçilmiş ve sanayileşmede öncülük özel yatırımlara verilmiştir (Arslan, 2005: 291).

Bölgesel eşitsizliğin kaldırılarak kalkınmayı gerçekleştirmek için uygulanan bölgesel kalkınma politikaları, bölgeler arasındaki eşitsizlik derecesine göre değişmektedir. Ana amaç olan sanayinin yaygınlaştırılması yolunda genellikle şu önlemler alınmaktadır (Özgün Ekonomi ve Makale Arşivi, 2017);

-Bölgelerdeki sermaye ve emeğin yoğunluk derecesine göre teknoloji seçilerek, bu yöndeki faaliyetlere öncelik verilmesi amacıyla bölgesel kalkınma planlarının hazırlanması,

-Modern teknolojiye dayalı, dayanıklı tüketim ve sermaye malları üreten sanayilerin kurulması,

-Bölgenin kendi kaynaklarının kullanılmasına yönelik yatırımların yapılması,

-Kamu iktisadi teşekküllerinin (KİT) öncelikle bu bölgelere yatırım yapmalarının sağlanması,

-Özel kesim yatırımlarının bölgelere çekilmesi için vergi ve kredi gibi çeşitli teşvik tedbirlerinin uygulanması,

-Organize sanayi bölgeleri kurularak devletin bu bölgelerde kurulacak işletmelerin ürünlerine alıcı olmasının sağlanması,

-Devlet yatırımlarında geri kalmış yörelerin altyapı tesislerine öncelik tanınması ve bunun ulusal ekonomiyi bütünleştirici yönde olmasının sağlanması,

-Bu yörelerin teknik eleman ve vasıflı işçi açığını giderecek eğitim faaliyetlerinin düzenlenmesi.

Bölgesel kalkınmada uygulanacak ekonomik ve sosyal politikalar ve yatırım planları bölgenin coğrafi ve üretim faktörleri göz önünde bulundurularak yapılmalıdır. Örneğin tarım alanında daha elverişli olan bölgeler tarımsal politikalarla, sanayide avantajlı bölgeler sanayiye geliştirme politikaları ile, turizme elverişli bölgelere turizm yatırımları ile kalkınma politikaları geliştirilmelidir. Sıkça yapılan hatlardan biri de önemli tarımsal alanların farklı amaçlar için kullanılmasıdır. Örneğin verimli tarım ve orman arazileri üzerindeki sanayi veya turizm yatırımları, kaynak kullanımı açısından doğru bir yaklaşım olmayacaktır.

2.2.5. Bölgesel Kalkınma Planlamasında Temel İlkeler

Bölgesel kalkınma, hedeflenen yörelerde ve sektörlerde yatırım düzeyinin yükseltilmesini, böylece bu yörelerde ekonomik kalkınmanın sağlanmasını öngörmektedir. Bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesi için yatırım kararlarının çeşitli araçlar ve kurumlar kullanılarak etkilenmesi gerekmektedir. Bunun için öncelikle bölgenin ekonomik potansiyelinin ortaya çıkarılması ve her ilin kendine has üstün özelliklerinin ortak kullanımı ile daha hızlı bir kalkınma sürecinin başlatılabilmesi sağlanabilecektir (Arslan, 2005: 291).

Bir bölgenin ekonomik, sosyal ve fiziki kaynakları yönünden eşgüdülmesi bölge planlaması olarak ifade edilebilir. Bölge planlamasındaki temel amaç, yerel önceliklerin detaylı bir biçimde belirlenip, bölgelerarası dengesizliğin giderilmesidir. Böylece; ulusal öncelikler, yerel öncelikler gibi

mekânsal bütünleşmeyi sağlayacak sektörel programların geliştirilmesinden dolayı kalkınma sağlanabilecektir (Kabasakal, 2007: 7).

Günümüz bölgesel kalkınma politikası ülkelerin tarihsel süreçleri, ekonomik koşulları ve farklı politik yaklaşımları nedeniyle ülkeden ülkeye farklılık göstermekle beraber, ülke uygulamalarında bazı ortak özelliklerin olduğu da görülmektedir. Bu ortak özelliklerin başlıcaları şunlardır;

-Kalkınma politikalarının sadece ülke içerisinde birtakım dezavantajları nedeniyle geri kalmış bölgeleri değil tüm bölgeleri hedefleyen bir yaklaşıma önem verilmesi,

-En temel önceliğin büyümenin bölgeler arasında yeniden dağıtımını yerine, her bölgenin kendi imkân ve kaynaklarını en iyi şekilde kullanarak potansiyelinin ve ulusal kalkınmaya katkısının en üst seviyeye ulaştırılması temelinde rekabet edebilirliğin artırılmasına verilmesi,

-Kurumsal altyapıyı, bölgelerdeki aktörler arası ağları, bölgelerin iş ortamını ve becerilerini geliştirmek üzere beşeri sermaye, fiziki olmayan üretim faktörleri ve davranış biçimlerinin geliştirilmesine daha fazla vurgu yapan yaklaşıma yönelmesi,

-Tek tek firmalar gibi bireysel aktörlerin ihtiyaçlarının giderilmesi yerine, firmalar arası işbirliği, teknoloji transferi ve bilgi akımının sağlanması amacıyla kurumlar arası ilişkilerin ve etkileşimin artırılmasının hedeflenmesi,

-Bölgesel rekabet edilebilirlikte üstünlüklerinin belirlenmesi, geliştirilmesi ve sürdürülebilir kılınmasına odaklanması,

-Yenilikçilik ve girişimciliğin bölgelerin potansiyellerinin açığa çıkarılmasında temel araçlar olarak görülmesi,

-Fiziksel ve ekonomik altyapı, iş geliştirme, araştırma ve teknoloji geliştirme, insan kaynakları, turizm ve çevre gibi birçok sektörü içeren müdahale alanı bulunması ancak stratejik öncelikler ve tematik-mekânsal tutarlılığa daha çok önem verilmesi

-Politika uygulamalarında işbirliğine ve müzakerelere dayanan, ekonomik kalkınma konusunda bölgelere daha fazla görev ve yetki veren, bölgesel koordinasyon birimlerinin önderliğinde; yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri ve iş dünyasının -özellikle KOBİ'lerin- katılımını sağlayan, merkezi yönetimin

yatırım ortamının iyileştirilmesi ve temel altyapının sağlanmasında önderlik yapan bir yaklaşımın benimsenmesi (OECD, 2001: 182; EPRC, 2006: 3; Bachtlerand Yuill, 2001: 11; aktaran: Kara 2008: 54-56).

Bölgesel kalkınma projelerinin tek başına bölge dışı kaynakların kullanılmasıyla başarıya ulaşamayacağı söylenebilir. Bir bölgenin; coğrafik durumu, alt yapı hizmetleri, çevrenin destek gücü, sermaye birikimi, girişim kabiliyeti, talep yapısı ve seviyesi, aldığı teşvik tedbirleri ve demografik yapısı, o bölgenin kalkınması için gerekli faktörlerdir (Abuşoğlu ve İnan,1989: 6-12).

Zamanla bölge kaderinin değiştirilmesi düşüncesi mekân organizasyonu anlayışının gelişmesi sonucunu doğurmuştur. Coğrafyada mekân organizasyonu anlayışının gelişmesi ise, bölge planlamada coğrafyanın kullanılmasını kaçınılmaz olarak gündeme getirmiştir. Yani coğrafya, bölgesel kalkınma ve bölge planlama son derece ilişkili ve iç-içe kavramlardır. Bu nedenledir ki; belli bir bölgenin ekonomik kalkınması ele alınırken yörenin bölgesel coğrafi özellikleri ve bununla ilişki kurularak bölgesel planlamasının nasıl yapılması gerektiği dikkatle irdelenmektedir (Arslan, 2005: 277).

Ekonomik, sosyal, kültürel pek çok yararı olan turizm sektörü, aşırı doğal kaynak kullanımı ve yanlış yer seçimleri nedeniyle doğal alanların, tarihsel değerlerin ve kıyı alanlarının tahrip edilmesine yol açabilmektedir. Turizm potansiyelinin temelini oluşturan doğal, kültürel ve tarihi değerlerin, uzun vadede korunabilmesi için turizm yörelerinde yapılacak planlama çalışmalarının her aşamasına yerel halkın katılımının sağlanması önem taşımaktadır (Mansuroğlu, 2006: 35).

Gelişmiş ülkelerde uzun yıllardan beri üzerinde önemle durulan ve geniş ölçüde uygulama olanağı bulan bölgesel planlama ve bölgesel kalkınma ajansları yaklaşımı, gelişmekte olan ülkelerde pek rağbet görmemiş ve çeşitli altyapı yatırımlarının desteklenmesi ile sınırlı kalmıştır. Türkiye’de de ulusal ölçekte planlı kalkınma modeli benimsenmiş ve bölgesel planlama çalışmalarına, çeşitli nedenlerle geçilememiştir. Bunun yerine, il planlaması tercih edilmiş ve bölgesel gelişmişlik farklılıklarının giderilmesi için kalkınmada öncelikli yöreler uygulamasına ağırlık verilmiştir (Arslan, 2005: 276).

Bölgesel kalkınma planları yapılırken her bölgenin kendi sektörel yapısı, doğal ve beşeri kaynak potansiyelleri dikkate alınmalıdır. Turizm yatırımları bölgelerin turistik arz kapasiteleri değerlendirilerek en ekonomik ve en iyi sosyal faydayı sağlayabilecek bir şekilde değerlendirilmeli ve buna göre planlamalar yapılmalıdır. Bunların yanında çevre ve doğanın korunması gözetilerek, çevre kirliliğinin önlenmesi konusunda azami dikkat gösterilmelidir. Tarım ve orman alanlarını sanayi ve turizm amaçlı olarak kullanarak reel üretim dinamiklerini olumsuz etkileyecek planlamalardan kaçınılmalıdır.

Turizmin bölgesel kalkınmaya etkileri konusunda avantajlı bölgelerden biri de Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesidir. Yeşil ve berrak doğasıyla tabiat turizmine, uzun süreli kar örtüsü ve kar kalitesiyle kış turizmine, doğal güzellikteki yaylaları ile yayla turizmine, kaplıcasıyla sağlık turizmine elverişli olan bölge, turizmle kalkınmayı sağlayabilecek turizm potansiyeline sahiptir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TURİZMİN BÖLGESEL KALKINMAYA ETKİLERİ: FIRTINA VADİSİ AYDER TURİZM BÖLGESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1. BÖLGESEL KALKINMA İLE TURİZM ARASINDAKİ İLİŞKİ

Bölgesel kalkınmayı olumlu yönden etkileyen sektörlerden biri de turizm sektörüdür. Turizm faaliyetlerinin yaşandığı bölgelerde küçükten büyüğe bütün ekonomik birimlerin bölgesel kalkınma sürecine katıldıkları görülmektedir. Turizm, ekonomik büyümenin yanından toplumun sosyal ve kültürel yönden gelişmesini sağlamaktadır. Turizm, özellikle kırsal bölge kalkınmasında tarım, hayvancılık ve ormancılık ile birlikte, dengeli ve birbirini destekleyecek politikalarla geliştirilmesi gereken önemli bir sektördür. Turizmin geliştiği bölgelerde yeni işletmelerin açılması, hizmet sektöründe yeni yatırımların gelmesi mümkündür. Bütün sektörleri etkileyen, ekonomik ve ticari faaliyetleri tetikleyen turizm, domine etkisi ile topluma ekonomik ve sosyal dinamizm kazandırabilir. Fakat olumsuz yönüyle turizm, çevre kirliliği, doğanın tahrip edilmesi, tarım alanlarının turizm yatırımlarına dönüşmesi gibi etkileri vardır. Ayrıca tarım ve orman alanları plansız bir şekilde turizme açılması, turizm adına tarım ve sanayi sektörlerinin ihmal edilmesi veya alternatif oluşturulması turizmin olumsuz etkilerindedir. Turizm kendine özgü olarak, yeterince mevcut bulunan tarihi, kültürel, coğrafi ve doğal kaynakları ile kendi dinamizmi içinde gelişmesini sağlayacak politikalar geliştirilmelidir.

İktisadi kalkınma ve sosyal gelişme politikaları, bölgelerarası gelişme farklılıklarını en aza indirme amacı taşımaktadır. Bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde ise turizm sektörünün önemli bir rolü bulunmaktadır. Öyle ki, dünyada kalkınmaya yönelik yaklaşımlara paralel olarak, 1970'li yıllardan itibaren, turizm algısında da önemli değişimler olmuştur (Gezici, 1998: 53).

Turizm, ekonominin diğer sektörlerine oranla ülkenin geri kalmış ya da az gelişmiş bölgelerindeki ekonomik gelişme için daha etkili alternatif fırsatlar sunmaktadır. Turizm sektörünün bu tür bölgelerde gelişmesi, yerel el sanatları, hediyelik eşya vb. yöresel faaliyetlerin, hizmetlerin gelişmesine neden olacaktır. Bu durum, söz konusu bölgeye parasal olarak bir kaynak ve teşvik sağlayacak ve

yerel halk bölgedeki otellere/işletmelere yöreye özgü mal ve hizmetleri sunma olanağına kavuşacaktır. Böylece buna benzer faaliyetlerin yaygınlaşması ve gelişmesiyle birlikte, bölge ekonomisine önemli katkılar sağlanacaktır. Turizmin bir ülkenin daha az gelişmiş bölgesinde tanınması ve yaygınlaşması sonucu daha gelişmiş bölgesine oranla yerel halkın ekonomik zenginliğini büyük oranda etkileyebileceğini söylemek mümkündür (Bahar ve Kozak 2006: 141).

Turizm, ülkelerin kalkınmasında önemli katkılar sağlayan sektörlerden biridir. Kalkınma kırsaldan ve bölgelerden başlaması etkili ve sürdürülebilir bir kalkınma için gereklidir. Kırsal bölgeler ihmal edilerek kalkınmanın sağlanması mümkün değildir. Kalkınmanın tabandan başlayıp genele yayılması sağlıklı ve istikrarlı kalkınmanın ön şartıdır. Bölgelerarası dengesizliği gidermedeki rolü ile turizm, kalkınmış ülkelerde önemli bir sektör durumunda iken, gelişmekte olan ülkelerde kalkınmanın lokomotifi konumundadır. Bu nedenle turizm, kalkınmadaki rolü ve önemi ile bütün ülkelere değerlendirilen önemli bir endüstri olmaktadır.

3.1.1. Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri

Turizm, dünya ülkelerinin dış ticaret hacminde önemli bir yeri olan, kapsamlı ve birbiri ile ilişkilendirilebilecek onlarca sektörün bir arada bulunduğu bir sistemdir. Turizm faaliyeti parasal değerlerle, doğal ve tarihsel değerler arasında bir değişimi oluşturmaktadır. Böylece ekonomik bakımdan yeterli düzeyde gelişmemiş ülkeler veya bölgeler doğal ve tarihsel değerlerini sunarak gelir elde ederler. Ekonomik üretim ve çalışma alanlarını, çeşitlerini genişletirler ve zenginleştirirler (Kabasakal, 2007: 8).

Turizm gelir ve istihdam kaynağı olmanın yanı sıra, özellikle turizmin geliştiği bölge halkı için refah ve gelişme ortamının da kaynağı olma özelliğini taşır. Turist trafiğinin yoğunluğu nedeniyle bölge halkı kitle ulaştırma sistemlerinde yüksek standartlara, yol, su, elektrik vb. altyapı hizmetlerinde iyi bir düzeye ve alış veriş ve eğlence olanaklarına kavuşurlar. Turizmin gelişmesi ile birlikte yeni iş ve istihdam olanaklarının artmasına bağlı olarak gelirin artması refah artışını beraberinde getirecektir (Akın ve Dinçer, 1991: 36).

Turizmin ülke ve bölge ekonomisine sağladığı katkılar sayesinde turizmin yapıldığı bölgelerde ekonomik bir canlanma olduğu bilinmektedir. Turizmin gelir

yaratıcı etkisinin yanında istihdama katkı sağlamakta ve yatırımları hızlandırmaktadır. Fakat kalkınma sadece ekonomik olarak değil, sosyal ve çevresel unsurlar ile birlikte ele alınmalıdır (Tunçsiper vd, 2011: 93).

Turizmin bölgesel kalkınmaya etkilerini maddeler halinde şöyle sıralanabilir (Çeken, 2008: 300-302).

-Turizm sayesinde ihracı mümkün olmayan jeoekonomik varlıklar, sosyo-kültürel varlık, değer ve olaylar ile spesifik bazı hizmetler bölge için döviz kaynağı haline gelmektedir (Olalı ve Timur, 1998: 97).

-Bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin yapmış oldukları turistik tüketim harcamaları ile artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar gerek turizm sektöründe gerekse sektörü belirleyen diğer sektörlerdeki üretim faktörlerinin gelirlerini artırır.

-Turizm, ülkede yeni iş imkânları yaratılması suretiyle bölgelerarası gelir dağılımında olumlu etki yaparak bölgelerde dengeli kalkınmaya olanak sağlamaktadır. Turizm yatırımları bir ülkenin daha az kalkınmış bölgelerinde hız kazandığında bu yatırımların bölgede yarattığı yeni iş imkânları çalışan kesimin gelirlerini arttırmakla birlikte bölgenin gelir dağılımında da olumlu etkiler oluşturmaktadır (Robert ve Goeldner (1990)'dan aktaran: Çeken, 2003: 143).

Çetiner (1998)'de turizmin bölge ekonomisine olan katkılarını şu şekilde sıralamaktadır.

-Turizmin bölge ekonomisine katkısı katma değer yoluyla olmaktadır. Turistik mal ve hizmet üretiminin milli gelir üzerinde yarattığı katma değer etkisi, diğer sektörel üretimden yüksek olduğundan kalkınma için büyük bir önem arz etmektedir.

-Turizm sektörü her ne kadar hizmet sektörü içinde yer alsada taşıdığı özellikler nedeniyle 33 tane sektörle yakın bir ilişki içindedir. Yani bir ülkede veya bölgede turizmin gelişmesi aynı zamanda 33 tane sektörün de gelişmesi demektir. Ancak turizmin sektörler üzerindeki o ülkede veya bölgede gelişmiş olan turizm çeşidine göre farklılıklar arz etmektedir.

-Turizm sektörüne paralel olarak turizmin gelir etkisinin artması, tarım sektöründe üretim kalitesinin artmasına, standardizasyonun sağlanmasına ve kaliteli ürünün gerçek değerini bulmasına neden olur. Bunun sonucunda o bölgede

tarımla geçinen kesimin gelirinde bir artış olacaktır. Turizm olmasaydı bu ürünler gerçek değerini bulamayacak ve halkın gelirinde düşüş olacaktır. Tarım ekonomisinin yaygın olduğu bölgelerde turizmin gelişmesi demek tarımla geçinen halkın gelir ve refah seviyesinin artması demektir. Tarım sektöründeki gizli işsizlik sorunu da turizmin gelişmesine paralel olarak ortadan kalkmaktadır. Dolayısıyla işsiz kesimin sanayileşmiş bölgelere göç etmesinin önüne geçilmekte ve bölgelerarası dengesizlik de en aza indirilmiş olmaktadır.

-Turizm sektörünün gelişmesi sonucunda, bölgede ikamet edenler, evlerini pansiyon olarak turistlere kiraya verme yoluyla bir gelir elde etmektedirler. Bununla birlikte, aile ve turistlerin aynı çatı altında birlikte yaşamaları sosyo-ekonomik kalkınmaya olumlu yönden katkı sağlamaktadır. Turizm yoluyla kısa sürede oluşan sosyo-ekonomik içerikli yapı değişimi, çağdaş uygarlık düzeyine ulaşma savaşı veren toplumlar için son derece önemlidir.

-Bir bölgedeki turizmin doğaya dayalı olarak ortaya çıkışı büyük kent ve sanayi merkezinde kazanılmış gelirlerin kırsal yörelere aktarılmasına yol açarak hem ülke düzeyinde hem de uluslararası düzeyde gelirin yeniden dağılımında etkili olacaktır. Bu süreç bölgelerarası dengesizliği giderici bir rol ifade edeceği gibi sosyal adalet ilkesinin de uygulama alanına aktarılmasını sağlayacaktır

-Turizmin geliştiği bölgelerde aynı zamanda bölgede bir çevre bilincinin gelişmesine de yol açmaktadır. Temiz bir çevre turizmin temel sermayesidir. Turizm çevreyi koruyacak, hava ve su kirlenmesini önleyecektir. Yörede sürdürülebilir bir çevre modeli ve kalkınma sürecinin gelişmesine neden olacaktır.

-Turizmin gelişmesi sonucunda bölgede, kalkınma hızı ile nüfus artış hızı arasındaki dengesizliğin sebep olduğu iç göçler, turizm nedeniyle yer yer azalacak veya duracaktır. Bu süreç kentlerin gecekondulaşmasını veya çarpık kentleşme hızını yavaşlatacaktır. Turizmin, çözümü güç ve aşılması zor olan bu toplumsal sorunların çıkmasını önleyici ve azaltıcı bu fonksiyonu, ülkenin kalkınmasına bir katkı olarak değerlendirilmektedir.

-Turizm arz potansiyeline sahip çekim bölgelerde oturanların sahip oldukları sosyo-kültürel değerleri yıpranmayacak hatta değer kazanacaktır. Çünkü yörenin sahip olduğu gelenekler ve görenekler bölge için birer çekim unsuru

olacaktır. Bu çekim unsurlarının zenginliği aynı zamanda bölgenin de gelişim sürecini hızlandıracaktır.

-Turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak yörede fiziksel alt yapı sorunu da ortadan kalkmaktadır. Turizmin gelişmesi iyi hazırlanmış bir alt yapıya bağlıdır. Başta yörede yol, su, elektrik, kanalizasyon, otopark ve haberleşme gibi fiziksel alt yapı gelişecektir. Böylelikle bölge sahip olduğu turistik arz potansiyeli nedeniyle alt yapısı hazır olan diğer endüstri bölgeleriyle aradaki dengesizliği en aza indirmiş olacaktır. Yukarıda belirtilen kalkınma unsurlarının gerçekleşme hızı ülkenin veya yörenin sahip olduğu turist arz verilerinin etkin bir şekilde kullanılmasına ve turizm sektörünün ülkenin kalkınması için öncelikli sektör haline getirilmesi ile mümkündür (Çetiner, 1998: 218).

Gelişmekte olan ülkelerde turizm kaynaklı olarak elde edilmesi düşünülen kazanımlar, toplumun sosyal ve kültürel yapısında iyileşmeler sağladığı gibi genel ekonomik yapının da, sürdürülebilir prensiplerle ilerlemesine destek olmaktadır. Turizm birçok ülke için ihracat kaynağı yaratan, bölgelerarası gelişmişlik düzeyini dengeleyen, diğer sektörleri destekleyici ve geliştirici, bölgesel ve ulusal işsizlik oranını azaltan ve yeni iş olanakları yaratan ekonomik özellikler taşımaktadır (Giritlioğlu vd, 2015: 217).

Peters (1999: 125)'te ifade ettiği gibi “turizm sektörü özelliği nedeni ile gelişmeyi endüstriyel merkezden kırsal merkezlere taşımaktadır”. Turizm sektörünün gelişmesi sonucunda, turizme açılan kırsal bölgeler kalkınacaktır. Çünkü turizmin gelişmesi için gerekli olan alt ve üst yapıdan, polis, itfaiye ve sağlık hizmetleri gibi çeşitli kamu hizmetlerinden bu bölgelerin halkları da yararlanacaktır (Avcı, 2011: 8).

3.1.2. Turizmde Bölgesel Kalkınma Politikaları

Bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarının azaltılması hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde önemli bir politika hedefidir. Sanayileşmenin mekâna yayılımının dengesiz olduğu gelişmekte olan ülkelerde turizm hem ulusal ekonomiler hem de bölgeler için önemli bir ekonomik faaliyet olabilmektedir. Bu bağlamda turizm bölgesel kalkınma hedefi için önemli bir araç haline gelebilmektedir (Künü vd, 2015: 71).

Öte yandan, uzun yıllardan beri, az gelişmişlikten gelişmişliğe ulaşmada, büyüme ve gelişmeye en müsait sektör olarak sanayi sektörü kabul edilmiş; bu durum ise, iktisadi kalkınma ile sanayileşmenin eş anlamda kullanılmasına neden olmuştur. Ancak, bir ülkede sanayileşmenin önemini ve sanayileşmenin getirdiği dinamizm ile birlikte, bölgesel potansiyeller dikkate alınarak hizmetler sektörünün de ön plana çıkarılarak gelişmede sürükleyici sektör olabilmesi mümkündür. Bu sektörlerin başında ise turizm sektörü gelmektedir (Şahin, 1990: 18).

Turizmde sürdürülebilir kalkınma politikaları, doğanın tahribatının ekonomik araç ve yaptırımlarla önlenmesi, kayıpların onarılması ve caydırıcı etki yapması açısından önemli olup ilgili politikalar; kirleten-kullanan öder prensibi, denetim ve cezai yaptırımlar, çevreci teknolojiler ve yöntemlerin seçilmesi, sanayinin dağınık yerleşimi yerine turizm potansiyeli olan merkezlerden uzakta toplu organize sanayi yerleşimlerinin tercih edilmesi, turizmden bölgelerarası farklılıkları gidermede bir araç olarak yararlanılması, turizm ve çevre sektörlerinin gelişmesinin teşviki için ödüllendirme ve özendirme tedbirlerinin yaratılması şeklinde özetlenmektedir (Gündüz, 2004: 62).

Bölgesel politikaların amaçlarından birisi, bir ülkenin ekonomik ve sosyal birlikteliğini sağlamak için bölgeler arasındaki eşitsizlikleri azaltmaktır. Turizm bölgesel kalkınma politikaları ile yakın ilişki içinde olduğu ise açıktır. Bunun en açık örneği, AB tarafından onaylanan yapısal fonların içinde turizmi kapsayanların sayısının artmasıdır. Bunun yanında OECD Bölgesel Kalkınma Servisi tarafından yapılan ekonomik çalışmalarda turizmi sık sık muhtemel bir kalkınma stratejisi olarak tanımlaması da turizmi bölgesel kalkınma ile ilişkisini açıkça ortaya koymaktadır (Yıldız, 2007: 216).

Günümüzde gelişmekte olan ülkelerin hepsinin temel sorunu sahip oldukları mevcut kaynaklarıyla kalkınma hamlelerini gerçekleştirememektir. Ayrıca bölgelerarası dengesizlikler sorunu gelişmekte olan ülkelere olduğu gibi bazı gelişmiş ülkelere hatta ülkemizin sınırları içinde dahi yoğun olarak görülmektedir. Bu sorunu diğer birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de turizm sayesinde gidermek mümkündür. Çünkü turizm sektörünün gelişmesi ile kalkınma arasında doğru yönlü bir ilişki vardır. Turizm sektörü, kaynakların etkin bir

şekilde kullanılarak bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesi ve bölgesel bir kalkınmanın sağlanmasında önemli bir yere sahiptir (Çeken, 2008: 294).

Ülkenin ekonomik ve sosyal birlikteliğini sağlamak için bölgelerarası eşitsizlikleri azaltmak amacıyla kullanılan bölgesel kalkınma politikalarının turizm ile yakın bir ilişkisi vardır. Bunun en açık örneği, AB tarafından onaylanan yapısal fonların içinde turizmi kapsayanların sayısının artmasıdır. Bunun yanında OECD Bölgesel Kalkınma Servisi tarafından yapılan ekonomik çalışmalarda turizmi sık sık muhtemel bir kalkınma stratejisi olarak tanımlanması da turizm ile bölgesel kalkınma ilişkisini açıkça ortaya koymaktadır. Bölgesel kalkınma politikalarının bölgeler arası dengesizlikleri giderme amacına ulaşmak için aleyhine dengesizlik bulunan bölgenin tüm kaynaklarının analiz edilerek, kabiliyet ve kapasitelerinin ortaya konulması, daha sonra da bölgenin mevcut durumu ile hedef alınacak yeni bir yapısal öngörüye ulaşmak üzere kısa, orta ve uzun vadeli politika araçlarının tutarlı bir biçimde oluşturulup uygulanması gerekir (Doğan ve Yıldız, 2007: 155).

Turizm sektörü bölgesel ve yerel kalkınma ve kaynakların etkin kullanımı açısından oldukça önemlidir. Ayrıca bölgesel dengesizliğin giderilmesinde aktif rol almaktadır. Çünkü tarım ve sanayide yeterli kaynağı ve gelişme imkânına sahip olmayan bölgeler zengin turistik kaynaklarını planlı ve etkili bir turizm politikaları uygulamaları sonucunda turistik yönden dengeli bir şekilde kalkınmaları sağlanmış olacaktır (Çeken, 2008: 298).

Ülkenin az gelişmiş bölgesinde turizmin gelişimi ile birlikte, o bölge ekonomisine yeni kaynaklar akacak, yeni iş sahaları ve istihdam alanları oluşacak ve bölge ekonomisinin her sektörde/alanda sağlamış olduğu gelir de buna paralel olarak artacaktır. Nitekim turizmin ülke içinde gelişmesi ve büyümesi, bölgeler arasındaki bu gelişmişlik farklılıklarının da ortadan kalkmasına yardımcı olacaktır. Ancak, az gelişmiş bir bölgede turizmin çok hızlı bir şekilde gelişmesini beklemek doğru bir yaklaşım değildir. Çünkü çok büyük sabit sermaye yatırımlarının gerekli olduğu turizm sektöründe, temel altyapı eksikliği, sermaye birikiminin az olması, girişimci ruhun olmaması, sektörün yatırım-teşvik sistemi ile desteklenmemesi gibi olumsuz koşullar, bu gelişmenin hızlı bir şekilde ilerlemesi yönünde büyük bir engel oluşturmaktadır (Tosun vd, 2003: 142). Bu

bağlamda, turizm yatırımlarının yapılabilmesi için bu gibi bölgelerde çok büyük bir sermaye birikimine ve gelir kaynaklarına gereksinim bulunmaktadır. Turizmin söz konusu bölgedeki gelişimi ve büyümesi, ne kadar büyük olursa, yapılacak yatırımlar için gerekli olan sermaye birikimi ve kaynak aktarımı da o ölçüde az olacaktır. Dolayısıyla, bu noktada ülke kaynaklarının alternatif kullanım alanları arasında çok etkili ve verimli bir seçimin yapılması zorunludur (Bahar, 2007: 5).

Gelişmekte olan birçok ülke için turizmden sağlanan belirli miktardaki turizm geliri, o ülkelerin ekonomik kalkınma, büyüme ve gelişimleri açısından önemlidir. Bu yönüyle bakıldığında, ekonomileri yaygın olmayan, tarım ülkesi konumunda olan birçok az gelişmiş ülkede turizmin ekonomik yararları ve etkileri gelişmiş ülke ekonomilerinde olduğundan çok daha fazla olabilir. Yeni istihdam alanlarının yaratılması, ihtiyaç duyulan döviz gelirinin elde edilmesi ve bölgelerarası ekonomik dengelerin sağlanması gibi nedenlerle gelişmekte olan ülkeler özellikle 1980 sonrası, turizm sektörünün geliştirilmesine özel önem vermeye başlamışlardır. Bu önemi, turizm sektörüne aktarılan kaynaklardan, tanınan idari, mali ve hukuki kolaylıklardan ve turizm sektörü için önemli potansiyele sahip yöre ve bölgelerin yabancı ziyaretçilerin kullanımına açılmasından anlamak mümkündür (Bahar ve Kozak 2006: 60).

3.2. FIRTINA VADİSİ AYDER TURİZM BÖLGESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Ayder Turizm Bölgesi kırsal kalkınma açısından oldukça önemli turizm potansiyeline sahip bölgelerden biridir. Bölge, yeşil doğası ve doğal güzellikleri ile tabiat turizmine, uzun süreli kar örtüsü ve kar kalitesi ile kış turizmine, irili ufaklı yaylaları ile yayla turizmine ve termal kaplıcası ile sağlık turizmine oldukça elverişlidir. Ayrıca, uluslararası değerdeki rafting parkuru ile rafting sporuna, etrafındaki doğal güzellikleriyle tabiat turizmine imkan sunan Fırtına Deresi de Fırtına Vadisinde Ayder Turizm Bölgesi yol güzergahında bulunmaktadır.

Fırtına Vadisinin önemli turizm varış yerlerinden biri olan Ayder Turizm Bölgesinin bu önemli turizm potansiyeli, bölgede turizmin önemine işaret etmekte, bölgenin ekonomik ve sosyal kalkınmasında turizm endüstrisinin nasıl bir rol oynayacağını göstermektedir.

3.2.1. Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesi

Kaçkar Dağları'nın kuzey yamaçlarından başlayıp Çamlıhemşin ilçesinden sahile doğru Ardeşen ilçesinde son bulan Fırtına Vadisi, Kavron, Hala, Çat, Tunca, Durak, Çayırdüzü havzalarından ve irili ufaklı pek çok havzadan oluşmaktadır. Ayder Turizm Bölgesi ve bölgenin gidiş güzergahında bulunan ve uluslararası değere sahip parkuruyla Fırtına Deresini barındıran Fırtına Vadisi, Türkiye'nin önemli tabiat turizmi ve rafting sporu merkezlerinden biridir. Büyük Fırtına Vadisi üzerinde bulunan Ayder Turizm Bölgesi, Çat ve Hala derelerinin Fırtına deresine katıldığı Çamlıhemşin ilçe merkezinden, Hala deresi boyunca ilçenin yaklaşık 16 km güneydoğusunda ve Rize il merkezinden 87 km mesafede yer almaktadır.

3.2.2. Çalışmanın Amacı, Anakütle, Örneklem, Anketin Tasarlanması, Yöntem ve Kısıtlar

3.2.2.1. Çalışmanın Amacı

Turizm, ülkelere ve bölgelere sağladığı ekonomik, sosyal ve kültürel faydalarıyla toplumsal kalkınma için önemli bir endüstri haline gelmiştir. Kırsal kalkınmanın en önemli sağlayıcılarından biri olan turizm sektörü her geçen gün önemini arttırmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin bölgedeki harcama davranışlarıyla, bölge ekonomisine olan katkıları ve turizmin bölgesel kalkınmaya olan etkilerini tespit etmektir. Çalışma, turizmin bölgesel kalkınmaya etkilerini tespit etmenin yanında akademik olarak ekonomi ve turizm literatürüne de katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

3.2.2.2. Anakütle, Ankette Kullanılan Örneklem ve Yöntem

Çalışmanın anakütlesi Ayder Turizm Bölgesine gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerdir. Çalışma, anakütlenin büyüklüğünü temsilen 200 kişilik örnek kütle üzerinden yapılmıştır. Örnek kütle, bölgedeki konaklamalı ziyaretçiler oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü anakütleye ne kadar yaklaşırsa örneklem istatistikleri de anakütle değerlerine o kadar yaklaşır düşüncesiyle bu sayı daha da arttırmak mümkündür. Ancak örnek kütle arttırılması hususunda aşağıda belirtildiği gibi bazı kısıtlar ortaya çıkmıştır.

Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin bölge ekonomisine katkıları ve bölgesel kalkınmaya etkilerinin tespitinde anket formu dağıtımı ve yüz yüze görüşmeler yöntemi kullanılmıştır.

3.2.2.3. Anketin Tasarlanması, Uygulanması ve Kısıtlar

Çalışmanın başında, 4 aşamadan ve 27 sorudan oluşan bir anket formu oluşturulmuştur. Söz konusu anket formu çalışmanın sonunda yer almaktadır. Anket formundaki ilk 10 soru kişisel bilgiler, 5 soru harcamalarla ilgili, daha sonra sorulan 5 soru mal ve hizmet fiyatları hakkındaki görüş ve düşünceler ve 7 soru ise memnuniyet ile ilgili tepkilerin ölçülmeye çalışıldığı sorulardır.

Anket 200 kişi ile, yüzyüze yapılan görüşmeler ve konaklama tesislerinde ziyaretçilere sunulan 27 soruluk anket formları ile yapılmıştır. Anket çalışması, turizm hareketlerinin en yoğun olarak yaşanmaya başladığı 2017 Haziran ayından başlayarak 2017 Aralık ayının sonuna kadar devam etmiştir. Ankette ziyaretçilerin demografik özellikleri, gelir durumları, tatil için ayırdıkları bütçeleri ile tatil boyunca konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş, hediyelik eşya ve kaplıca ve aktiviteler gibi harcama davranışları ölçülmüştür.

Örnek kütleyi oluşturmada çeşitli zorluklar ortaya çıkmıştır, bunlar gününbirlik seyahatlerin çokluğu, konaklamalı ziyaretçilere ulaşmadaki problemler, kişilerin ankete katılmak istememeleri, zaman kısıtı, yabancı dil sorunu gibi kısıtlar sayılabilir. Bu kısıtlar örneklem grubun 200 kişi ile sınırlanmasına neden olduğu söylenebilir.

Çalışma sonucunda analizler, bu grup üzerinden yapılan anket sonucu elde edilen bilgiler kullanılarak yapılmıştır. Bu kapsamda, anket yöntemiyle oluşturulan veriler SPSS 23.0 istatistik programı yardımıyla değişkenlerin frekans değerleri ve yüzde dağılımları tespit edilmiş, elde edilen sonuçlar tablo ve grafikler yardımıyla analiz edilmiştir.

3.2.3. Elde Edilen Bulgular ve Analiz

Anket sorularına verilen cevapların frekans dağılımları ve yüzde değerleri tablolar ve grafikler halinde aşağıda yer almaktadır. SPSS 23.0 istatistik programından tablo ve grafikler yardımıyla elde edilen bulgular, “Ankete katılanların demografik özellikleri”, “Ankete katılanların ayder tatiline ilişkin

temel veriler”, “Ankete katılanların gelir, bütçe ve harcama analizleri” ve “Ayder Turizm Bölgesi hakkında memnuniyet analizleri” olmak üzere dört başlık altında analiz edilmeye çalışılmıştır. Tespit edilen harcama miktarları günlük, aylık ve yıllık bazda tablolar halinde hesaplanmıştır. Hesaplanan bulgular bu bölümün beşinci alt başlığında yer almaktadır.

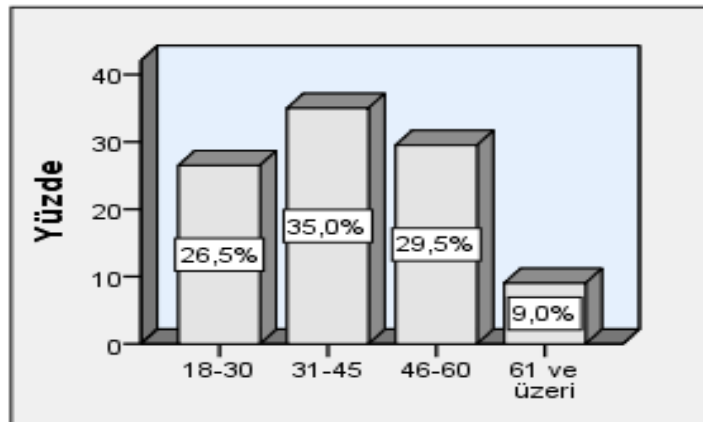
3.2.3.1. Ankete Katılanların Demografik Özellikleri

Bu başlıkta Ayder Turizm Bölgesini ziyaret eden turistlerin yaş, cinsiyet, meslek grupları, eğitim durumu ve uyruk gibi demografik özellikleri analiz edilmiştir.

Tablo 1: Yaş Grubu Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değeri

Yaş Grubu	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri(%)
18-30	53	26,50
31-45	70	35,00
46-60	59	29,50
61 ve üzeri	18	9,00
Toplam	200	100,00

Tablo 1’de, ankete katılan turistlerin yaş gruplarına göre dağılımı verilmiştir. Ziyaretçilerden 53 kişi 18-30 arası yaş grubunu, 70 kişi 31-45, 59 kişi 46-60 arası, 18 kişi 61 yaş ve üzeri oldukları görülmektedir. Bölgenin yaşlı ziyaretçilere uygun bir iklim ve doğaya sahip olmasına rağmen bu grup ziyaretçilerin az sayıda olduğu görülmektedir.



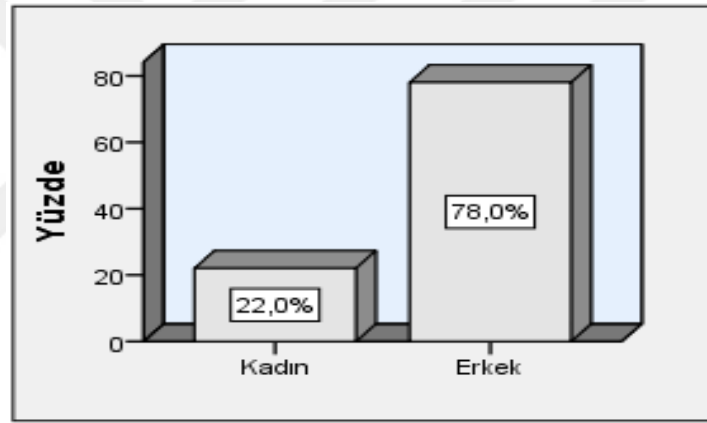
Grafik 1: Yaş grubu değişkeni yüzde değerleri

Grafik 1’de ankete katılanların yaş grupları verilmektedir. Çalışmada örneklem grubunun % 26,5’inin 18-30 yaş, %35’inin 31-45 yaş arası, %29,5’inin 46-60 yaş arası ve %9’unu 61 yaş ve üzeri yaş grubunu oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 2: *Cinsiyet Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri*

Cinsiyet	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Kadın	44	22,00
Erkek	156	78,00
Toplam	200	100,00

Tablo 2, ankete katılan turistlerin cinsiyet dağılımını göstermektedir. Tabloya göre çalışmada belirlenen örneklem grubunun 44’ü kadınlar, 156’sı erkeklerden oluşmaktadır.



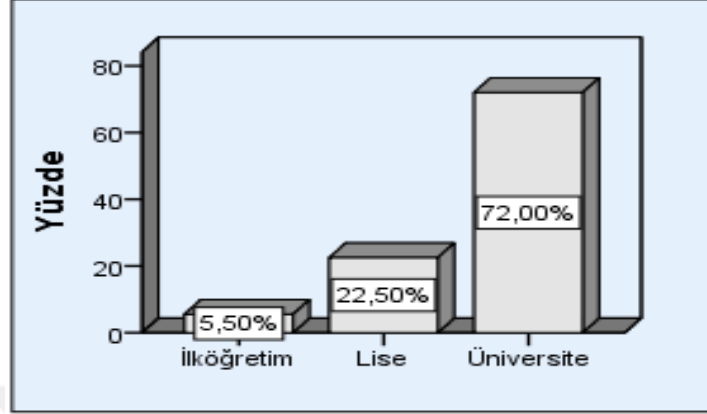
Grafik 2: Cinsiyet değişkeni yüzde değerleri

Grafik 2, Ankete katılan ziyaretçilerin cinsiyet dağılımını göstermektedir. Ankete katılanların %78’i erkek, %22’si kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 3: *Eğitim Durumu Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değeri*

Eğitim Durumu	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
İlköğretim	11	5,50
Lise	45	22,50
Üniversite	144	72,00
Toplam	200	100,00

Tablo 3'te ankete katılan ziyaretçilerin eğitim durumları verilmiştir. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 11 kişi ilköğretim, 45 kişi lise ve 144'ü üniversite mezunundan oluşmaktadır.



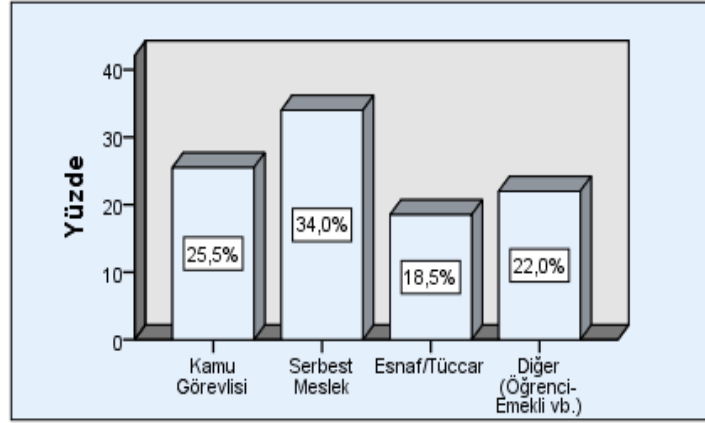
Grafik 3: Eğitim durumu değişkeni yüzde değerleri

Grafik 3, ankete katılanların eğitim durumlarını göstermektedir. Grafığe göre ankete katılanların %72'si üniversite, %22,5'i lise ve %5,5'i ilköğretim mezunudur.

Tablo 4: Meslek Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Meslek	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Kamu Görevlisi	51	25,50
Serbest Meslek	68	34,00
Esnaf/Tüccar	37	18,50
Diğer (Öğr. Emekli)	44	22,00
Toplam	200	100,00

Tablo 4, ankete katılan turistlerin hangi meslek grubunda olduklarına dair verileri göstermektedir. Tablo 4'e göre ankete katılan örneklem grubundan 51 kişinin kamu görevlisi, 68 kişinin serbest meslek, 37 kişinin esnaf/tüccar ve 44 kişinin emekli, öğrenci gibi diğer meslek gruplarından oluştuğu görülmektedir. Ziyaretçilerin 68 kişi ve çoğunlukla serbest meslek grubundan, daha sonra 51 kişi ile kamu görevlisi kişilerden oluştuğu görülmektedir.



Grafik 4: Meslek değişkeni yüzde değerleri

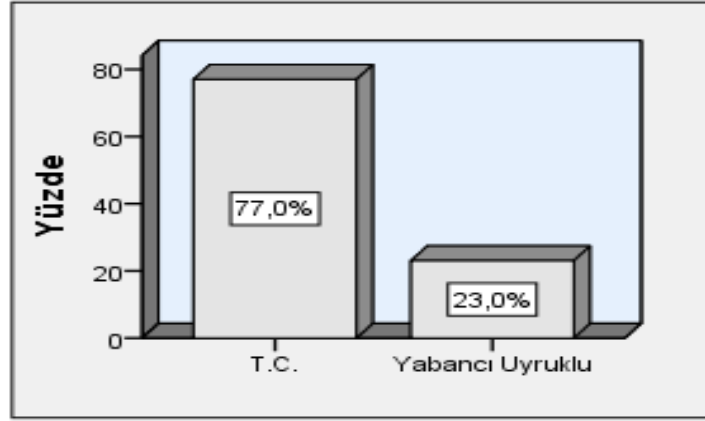
Tablo 4, ankete katılan turistlerin meslek gruplarını göstermektedir. Ziyaretçilerin %25,5'i kamu görevlisi, %34'ü serbest, %18,5'inin esnaf/tüccar meslek gruplarından ve %22'sinin emekli, öğrenci gibi diğer gruplardan oluştuğu görülmektedir.

Tablo 5: Uyruk Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Uyruk	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
T.C.	154	77,00
Yabancı Uyruklu	46	23,00
Toplam	200	100,00

Tablo 5, Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin hangi uyrukta olduklarına dair bilgiler göstermektedir. Çalışmada ankete katılanların 154 kişi yerli, 46 kişi yabancı ziyaretçilerden oluşmaktadır.

Yabancı uyruklu ziyaretçi sayısı bölgede oldukça fazla olmasına rağmen bunlar gününbirlik gelip konaklama yapmadan döndükleri tespit edilmiştir. Yabancı ziyaretçilerin çoğunu çalışmanın yapıldığı 2017 yılı boyunca Arap ülkeleri vatandaşlarından oluşturmaktadır. Bunların başında Suudi Arabistan uyruklu turistler gelmektedir. Anket boyunca bölgede AB ve ABD vatandaşı ziyaretçilerle karşılaşılmamıştır.



Grafik 5: Uyruk değişkeni yüzde değerleri

Grafik 5'te, ankete katılan ziyaretçilerin uyrukları hakkındaki değerleri yansıtıldı. Çalışmada belirlenen örneklem grubunun % 77'sini yerli, %23'ünü yabancı ziyaretçilerden oluşmaktadır.

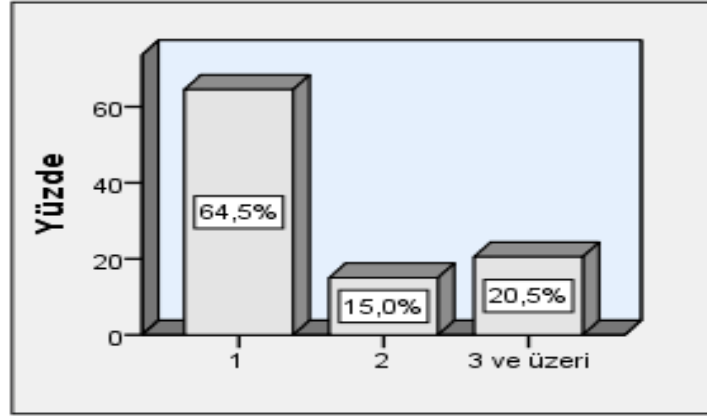
3.2.3.2. Ankete Katılanların Ayder Tatiline İlişkin Temel Verileri

Bu bölümde Ayder Turizm Bölgesinde ankete katılan ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesine geliş sayıları ve bölgede kaç gün konaklayacakları hakkında bilgiler yer almaktadır.

Tablo 6: Ayder Turizm Bölgesi'ne Geliş Sayısı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Ziyaret Sayısı	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
1	129	64,50
2	30	15,00
3 ve üzeri	41	20,50
Toplam	200	100,00

Tablo 6'da, örneklem grubundan 129 kişi Ayder'e ilk kez, 30 kişi 2 kez, 41 kişi 3 veya daha fazla sayıda geldikleri görülmektedir. Örnek kütleinin çoğunun ilk kez Ayder Turizm Bölgesini ziyaret ettikleri söylenebilir.



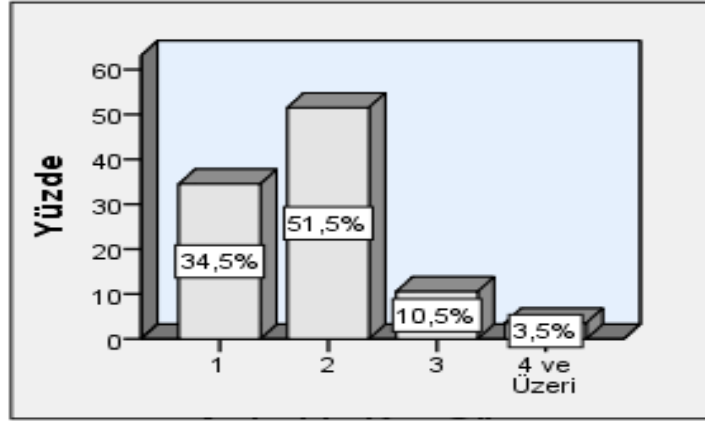
Grafik 6: Ayder'e geliş sayısı yüzde değerleri

Grafik 6'da ankete katılanların kaç kez Ayder Turizm Bölgesini ziyaret ettiklerini göstermektedir. Belirlenen örneklem grubunun % 64,5'i Ayder'e 1 kez, %15'i 2 kez, %20,50'si 3 veya daha fazla sayıda geldikleri söylenebilir.

Tablo 7: Konaklama Gün Sayısı Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Konaklama Gün Sayısı	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
1	69	34,50
2	103	51,50
3	21	10,50
4 ve Üzeri	7	3,50
Toplam	200	100,00

Tablo 7, Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin Ayder'de kaç gün konaklama yaptıklarını göstermektedir. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 69 kişi 1 gün, 103 kişi 2 gün, 21 kişi 3 gün, 7 kişi 4 ve üzeri gün kaldıkları tespit edilmiştir. Ziyaretçiler Ayder Turizm Bölgesinde genellikle 2 gün konakladıkları görülmektedir. Bölgeye gelen ziyaretçilerin çoğu paket programlar halinde ve Doğu Karadeniz Bölgesi turu kapsamında bölgeyi ziyaret ettikleri tespit edilmiştir. Paket programların diğer turizm bölgelerine seyahatlerin dağılmasıyla bölgedeki konaklama gün sayısının genellikle 2 gün ile sınırlandırıldığı söylenebilir.



Grafik 7: Konaklama gün sayısı yüzde değerleri

Grafik 7’de ankete katılan ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesindeki konaklama gün sayılarının yüzde değerlerini göstermektedir. Çalışmada belirlenen örneklem grubunun % 34,5’ini 1 gün, %51,5’ini 2 gün, %10,5’i 3 gün, %3,5’i 4 gün ve üzeri gün kaldıkları görülmektedir.

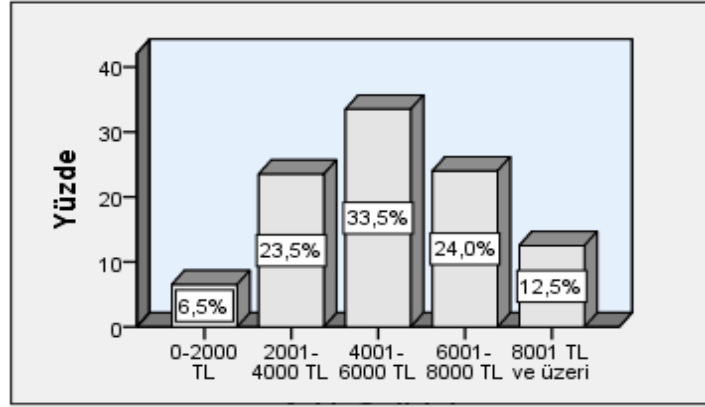
3.2.3.3. Ankete Katılanların Gelir, Bütçe ve Harcama Analizleri

Bu bölümde ankete katılan ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesinde yaptıkları günlük toplam harcama miktarları, bu harcamaların özellikleri ile harcama kalemlerinin niteliği ve gelir ve bütçeleri hakkında analizler yapılmıştır.

Tablo 8: Aylık Gelir Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Gelir Düzeyi (TL)	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
0-2000	13	6,50
2001-4000	47	23,50
4001-6000	67	33,50
6001-8000	48	24,00
8001 ve üzeri	25	12,50
Toplam	200	100,00

Tablo 8, Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin aylık gelirlerini göstermektedir. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 13 kişinin geliri 2000 TL’ye kadar, 47 kişinin geliri 2001-4000 TL arasında, 67 kişinin geliri 4001-6000 TL’ye, 48 kişinin geliri 6001-8000 TL ve 25 kişinin geliri 8001 TL ve üzeri olduğu tespit edilmiştir. Tabloya göre ankete katılan ziyaretçilerin çoğunluğunun ortalama aylık gelirlerinin 4001-6000 TL arasından olduğu görülmektedir.



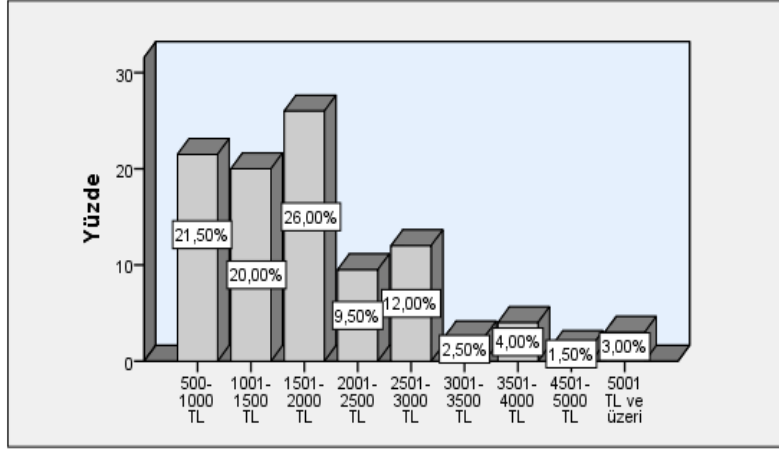
Grafik 8: Aylık gelir değişkeni yüzde değerleri

Grafik 8’de ankete katılan turistlerin aylık gelir değişkenleri gösterilmiştir. Grafiğe göre ziyaretçilerin % 23,5’inin aylık geliri 2001-400 TL, %33,5’inin yaklaşık 4001-6000 TL, %24’ünün 6001-8001 TL ve üzeri olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Bütçe Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Bütçe Miktarı (TL)	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Dağılımı
500-1000	43	21,50
1001-1500	40	20,00
1501-2000	52	26,00
2001-2500	19	9,50
2501-3000	24	12,00
3001-3500	5	2,50
3501-4000	8	4,00
4501-5000	3	1,50
5001 ve üzeri	6	3,00
Toplam	200	100,0

Tablo 9’da ankete katılan ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesinde tatil için öngördükleri ortalama bütçe miktarları gösterilmiştir. Tablo 9’a göre örnek kütlenin 52 kişi ve çoğunlukla toplam 1501-2000 TL arasında bir bütçe ile Ayder Turizm Bölgesine tatile geldikleri, 40 kişi 1001 ile 1500 TL arasında 24 kişi 2501 ile 3000 TL arasında, 43 kişinin 501-1000 TL bütçe ayırdıkları söylenebilir.



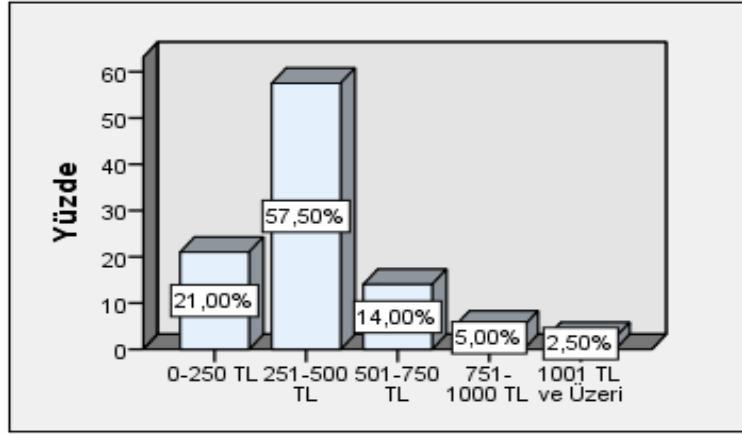
Grafik 9: Ayder tatili için ayrılan bütçe yüzde değerleri

Grafik 9’da ankete katılan ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesinde tatili için ayırdıkları toplam bütçe miktarlarını göstermektedir. Grafik 9’ göre ankete katılan ziyaretçilerin %55,5’i ve çoğunlukla tatil için yaklaşık 1500-2500 TL bütçe ayırdıkları söylenebilir.

Tablo 10: Günlük Bütçe Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Günlük Bütçe Miktarı (TL)	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
0-250	42	21,00
251-500	115	57,50
501-750	28	14,00
751-1000	10	5,00
1001 ve Üzeri	5	2,50
Toplam	200	100,00

Tablo 10’da Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin Ayder tatilleri için ne kadar günlük bütçe ayırdıkları tespit edildi. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 42 kişi günlük 0-250 TL, 114 kişi 251-500 TL, 28 kişi 501-750 TL ve 15 kişi 751 TL ile 1000 TL arasında ortalama günlük bütçe ayırdıkları görülmektedir. Turistlerin büyük çoğunlukla Ayder tatili için 251-500 TL arasında günlük bir bütçe ayırdıkları söylenebilir.



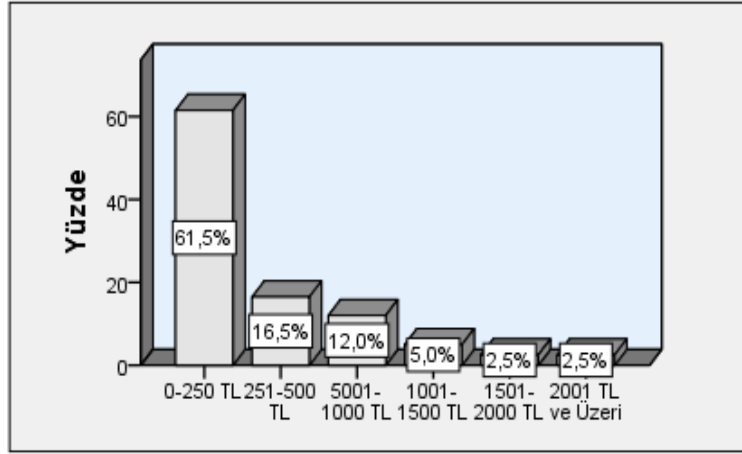
Grafik 10: Ayder tatili için kişisel günlük bütçe değerleri

Grafik 10’da ankete katılan ziyaretçilerin Ayder tatili için ayırdıkları ortalama günlük bütçeleri gösterilmeye çalışıldı. Grafiğe göre ankete katılanların %57,5’inin kişi başına günlük bütçelerinin yaklaşık 251-500 TL, %21’inin 0-250 TL, %14’ünün 501-750 TL olduğu görülmektedir.

Tablo 11: Ulaşım ve Turlar İçin Yapılan Harcama Miktarı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Harcama Miktarı (TL)	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
0-250	123	61,5
251-500	33	16,5
5001-1000	24	12,0
1001-1500	10	5,0
1501-2000	5	2,5
2001 ve üzeri	5	2,5
Toplam	200	100,0

Tablo 11, Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin ulaşım ve turlar için yaptıklarını harcamaları göstermektedir. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 123 kişi ve büyük çoğunlukla ulaşım ve turların için genellikle 250 TL’ye kadar, 33 kişi 250-500 TL arasında bir harcama ile Ayder Turizm Bölgesi’ne geldikleri söylenebilir. Yabancı ziyaretçiler genellikle şehir merkezlerinde araç kiralayarak kendi imkanlarıyla, yerli ziyaretçiler ise kendi imkânları dışında genellikle turlarla geldikleri tespit edilmiştir.



Grafik 11: Ulaşım ve turlar için kişi başına Ortalama toplam harcama miktarı yüzde değerleri

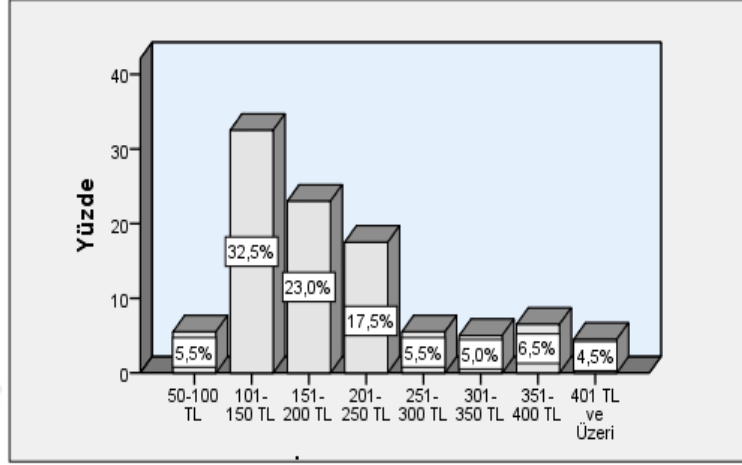
Grafik 11, ulaşım ve turlar için kişi başına ortalama harcama miktarlarını göstermektedir. Ulaşım için harcanan paranın kişi başına yaklaşık 250 TL ile ve çoğunlukla %61,5 olduğu söylenebilir.

Tablo 12: Konaklama İçin Kişi Başına Ortalama Günlük Harcama Miktarı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Harcama Miktarı (TL)	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
50-100	11	5,50
101-150	65	32,50
151-200	46	23,00
201-250	35	17,50
251-300	11	5,50
301-350	10	5,00
351-400	13	6,50
401 ve üzeri	9	4,50
Toplam	200	100,00

Tablo 12’de, Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin günlük konaklama harcamaları gösterilmektedir. Tabloya göre, 200 kişilik örneklem grubundan 11 kişi konaklama için 50-100 TL, 65 kişi 101-150 TL, 46 kişi 151-200 TL, 35 kişi 201-250 TL harcama yaptıkları söylenebilir. 9 kişi 401 TL ve üzeri konaklama harcaması yaptığı anlaşılmaktadır. Tablo 12’ye göre ankete katılanların konaklama harcamalarının sezon ortalamasının günlük yaklaşık 202,625 TL

olduğunu söylenebilir. Konaklama ücretlerin Temmuz ve Ağustos aylarında 700-800 TL'ye çıkabildiği, sezon dışında, Ekim'den Haziran ayına kadar 80-100 TL ye kadar düştüğü tespit edilmiştir.



Grafik 12: Konaklama için kişi başına ortalama günlük harcama miktarı yüzde değerleri

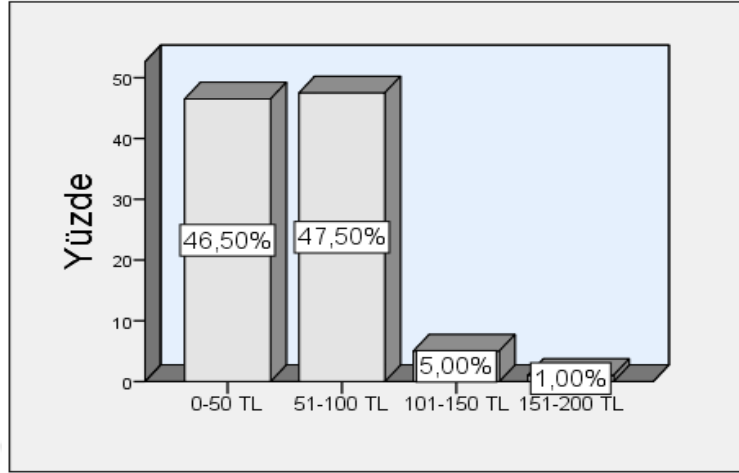
Grafik 12, konaklama için kişi başına ortalama harcama miktarlarını göstermektedir. Tablo 12'ye göre konaklama için harcanan paranın yıl ortalaması bazında kişi başına yaklaşık %71 ile 101-250 TL olduğu söylenebilir. %17'sinin 251-400 TL ve %4,5'inin 401 TL ve üzeri harcama yaptıkları görülmektedir.

Tablo 13: Yiyecek-İçecek İçin Kişi Başına Ortalama Günlük Harcama Miktar Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Harcama Miktarı (TL)	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
0-50	95	47,5
51-100	93	46,5
101-150	9	4,5
151-200	3	1,5
Toplam	200	100,0

Tablo 13, Ayder Turizm Merkezine gelen turistlerin konaklama dışındaki yiyecek-içecek harcamalarını göstermektedir. Tablo 13'e göre çalışmada belirlenen örneklem grubundan 95 kişi 50 TL'ye kadar, 93 kişinin 51-100 TL arasında yiyecek-içecek harcaması yaptıkları söylenebilir. Yiyecek-içecek

harcamaları ile ilgili örneklem grubunun konakladığı tesislerinin çoğunda yarım pansiyon konaklama yapılmaktadır.



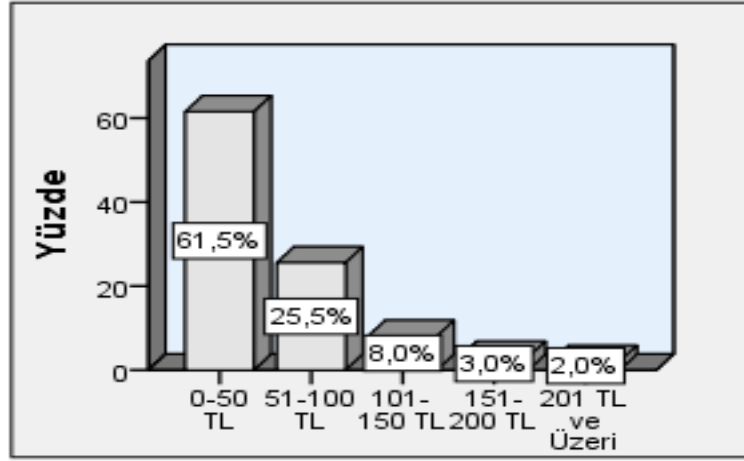
Grafik 13: Yiyecek-içecek için kişi başına ortalama günlük harcama miktarı yüzde değerleri

Grafik 13, konaklama dışından yiyecek-içecek için kişi başına ortalama harcama miktarlarını göstermektedir. Yiyecek-içecek için günlük harcanan paranın % 46,5'i yaklaşık 50 TL, %47,5'i 51-100 TL, %5'i 101-150 TL arasında olduğu söylenebilir.

Tablo 14: Alışveriş/Hediyelik Eşya ve Diğer Günlük Harcama Miktarı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Harcama Miktarı (TL)	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
0-50	123	61,50
51-100	51	25,50
101-150	16	8,00
151-200	6	3,00
201 ve üzeri	4	2,00
Toplam	200	100,00

Tablo 14, ankete katılanların alışveriş/hediyelik eşya ve kaplıca, aktivite gibi diğer harcama miktarlarını göstermektedir. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 123 kişi ve çoğunlukla alışveriş/hediyelik eşya ve diğer harcamalarının 50 TL'ye kadar, 51 kişinin 51 TL ile 100 TL arasında günlük harcama yaptıkları görülmektedir.



Grafik 14: Alışveriş/hediyelik eşya ve diğer harcama miktarları yüzde değerleri

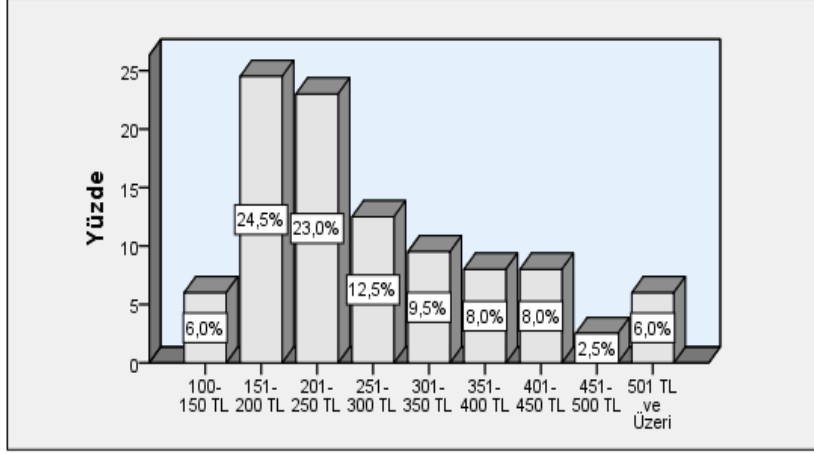
Grafik 14, ankete katılanların alışveriş/hediyelik eşya ve diğer harcama miktarları göstermektedir. Grafik 14'e göre örneklem grubunun % 61,5'i alışveriş/hediyelik eşya ve diğer harcamalar için 50 TL'ye kadar, %25,5'inin 51 TL ile 100 TL arasında günlük harcama yaptıklarını görülmektedir.

Tablo 15: Kişi Başına Günlük Toplam Harcama Miktarı Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değerleri

Kişisel Günlük Harcama (TL)	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
100-150	12	6,00
151-200	49	24,50
201-250	46	23,00
251-300	25	12,50
301-350	19	9,50
351-400	16	8,00
401-450	16	8,00
451-500	5	2,50
501 ve üzeri	12	6,00
Toplam	200	100,00

Tablo 15, Ankete katılanların konaklama, yiyecek içecek, alışveriş/hediyelik eşya ile diğer (kaplıca-aktivite) olmak üzere günlük toplam harcama miktarlarının göstermektedir. Tablo 15'e göre ankete katılan ziyaretçilerden 49 kişi

151-200 TL, 46 kişi 201-250 TL, 25 kişi 251-300 TL, 32 kişi 351-450 TL ve 17 kişinin 451 TL ve üzeri günlük ortalama harcama yaptıkları, buna göre ortalama toplam harcamaların 200-300 TL arasında olduğu söylenebilir.



Grafik 15: Kişi başına günlük toplam harcama yüzde değerleri

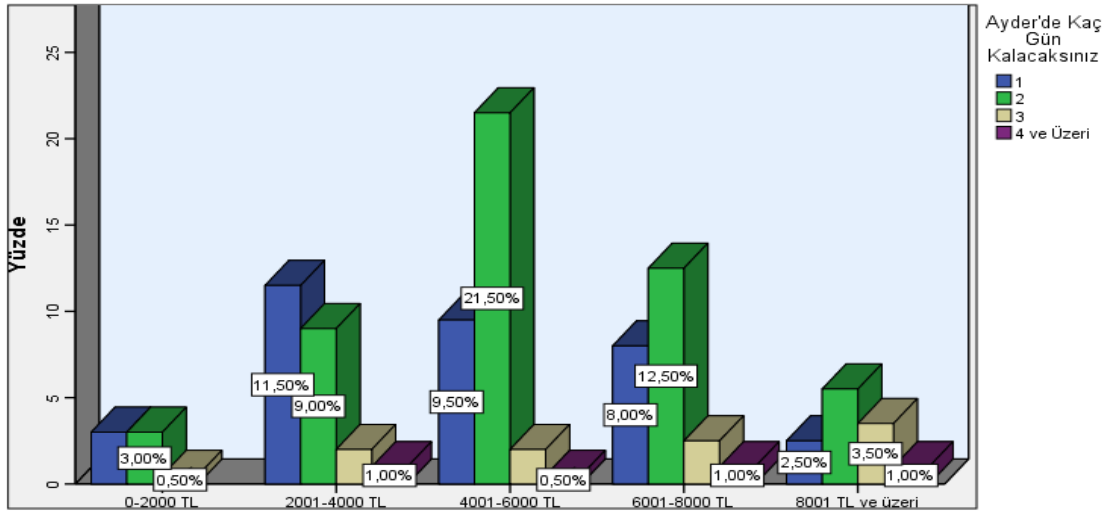
Grafik 15, ankete katılanların kişi başına günlük toplam harcama miktarlarını gösterilmektedir. Grafik 16'ya göre ankete katılan ziyaretçilerin % 24,5'i 151-200 TL, %23'ü 201-250 TL ve %12,5'i 251-300 TL günlük ortalama harcama yaptıkları söylenebilir. Buna göre %80 oran ve çoğunlula toplam harcamaların günlük ortalama 151 ile 350 TL arasında değiştiği görülmektedir.

Tablo 16: Aylık Gelir-Konaklama Gün Sayısı Değişken Değerleri

Aylık Gelir (TL)	Ayder'de Konaklama Gün Sayısı			
	1	2	3	4 gün ve üzeri
0-2000	46,2%	46,2%	7,7%	
2001-4000	48,9%	38,3%	8,5%	4,3%
4001-6000	28,4%	64,2%	6,0%	1,5%
6001-8000	33,3%	52,1%	10,4%	4,2%
8001 ve üzeri	20,0%	44,0%	28,0%	8,0%
Toplam	34,5%	51,5%	10,5%	3,5%

Tablo 16, Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin aylık gelirleri ile konaklama süresi arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Aylık gelirleri 4001-6000 TL

olanların %64,2 oranında ve çoğunlukla Ayder’de 2 gün kaldıkları, ayrıca tabloya göre gelir arttıkça konaklama gün sayısının arttığı söylenebilir.



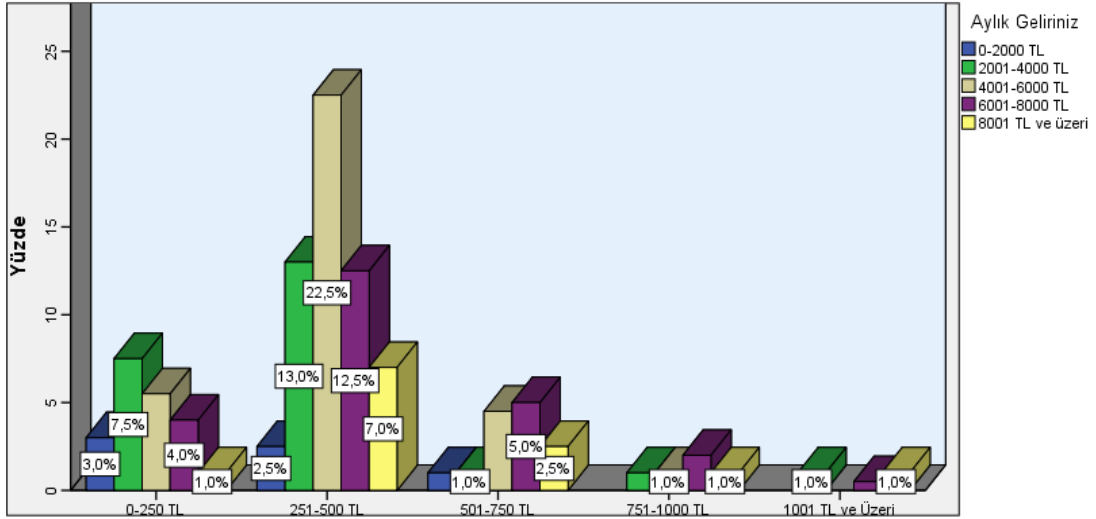
Grafik 16: Aylık gelir-konaklama gün sayısı değişkeni yüzde değerleri

Grafik 16’da, ankete katılan ziyaretçilerin aylık gelirleri ile konaklama süresi arasındaki ilişkiyi gösterilmektedir. Grafiğe göre ziyaretçilerin genellikle 2 gün konakladıkları, bunların aylık gelirlerinin çoğunlukla ve %21,5 oranla 4001-6000 TL ve %12,5 oranla 6001-8000 TL olduğu söylenebilir.

Tablo 17: Aylık Gelir-Kişisel Günlük Ortalama Bütçe Değişken Değerleri

Aylık Gelir (TL)	Ayder Tatili İçin Kişisel Ortalama Günlük Bütçeniz (TL)				
	0-250	251-500	501-750	751-1000	1001-üzeri
0-2000	46,2%	38,5%	15,4%		
2001-4000	31,9%	55,3%	4,3%	4,3%	4,3%
4001-6000	16,4%	67,2%	13,4%	3,0%	
6001-8000	16,7%	52,1%	20,8%	8,3%	2,1%
8000 üzeri	8,0%	56,0%	20,0%	8,0%	8,0%
Toplam	21,0%	57,5%	14,0%	5,0%	2,5%

Tablo 17, ankete katılanların aylık gelirleri ile tatil için ayırdıkları günlük bütçe miktarlarını göstermektedir. 200 kişilik örneklem grubu %67,2’si çoğunlukla 4001-600 TL geliri ve günlük 251-500 TL bütçe ve %53,2’si 2001-4000 TL geliri ve 251-500 TL bütçe ayırmak istedikleri söylenebilir.



Grafik 17: Aylık gelir-günlük bütçe değişkeni yüzde değerleri

Grafik 17’de, ankete katılan aiyaretçilerin aylık gelirleri ile ortalama günlük bütçeleri arasındaki ilişki verilmektedir. Grafik 17’ye göre aylık gelirleri 4001-6000 TL arasından olan ziyaretçilerin günlük bütçelerinin %22,5 ve çoğunlukla 251-500 TL arasındadır. Günlük 251-500 TL bütçe ayıranların %13’ünün aylık geliri 2001-4000 TL, %12,5’nin aylık geliliri 6001-8000 TL’dir.

Tablo 18: *Günlük Ortalama Harcama-Günlük Ortalama Bütçe Değişkeni Yüzde Değerleri*

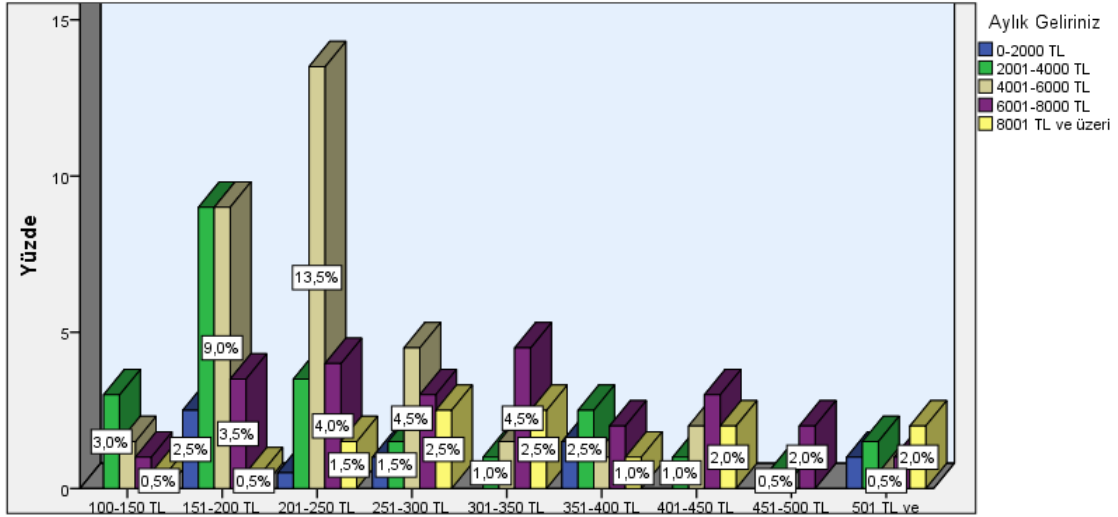
Kişi Başına Günlük Ortalama Harcama Miktarı (TL)	Ayder Tatili İçin Ayırlan Ortalama Günlük Bütçe (TL)				
	0-250	251-500	501-750	751-1000	1001-üzeri
100-150	33,3%	66,7%			
151-200	38,8%	53,1%	6,1%	2,0%	
201-250	23,9%	67,4%	8,7%		
251-300	16,0%	60,0%	16,0%	8,0%	
301-350	10,5%	68,4%	21,1%		
351-400	6,3%	75,0%	6,3%	12,5%	
401-450	6,3%	43,8%	37,5%	12,5%	
451-500		40,0%	60,0%		
501 ve Üzeri		8,3%	25,0%	25,0%	41,7%
Toplam	21,0%	57,5%	14,0%	5,0%	2,5%

Tablo 18, Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin günlük harcama ile günlük bütçe miktarları arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Tablo 18'e göre 200 kişilik örneklem grubunun, 201-250 TL harcama yapanların % 67,4'ü, 251-300 TL harcama yapanların %60'ı, 301-350 TL harcama yapanların %68,4'ü, 351-400 TL harcama yapanların %75'inin günlük bütçelerinin 251-500 TL arasında olduğu görülmektedir. 451-500 TL harcama yapanların %40'ı 500 TL, %60'ı 501-750 TL'ye kadar günlük bütçe ayırdıkları görülmektedir. Günlük 751-1001 TL ve üzeri bütçe ayıranların harcama miktarlarının da aynı oranda çoğunlukla ve %66,7 oranı ile 501 TL ve üzerinde olduğu söylenebilir.

Tablo 19: *Günlük Ortalama Harcama Miktarı-Aylık Gelir Değişken Değerleri*

Günlük Ortalama Toplam Harcama Miktarı (TL)	Aylık Gelir (TL)				
	0-2000	2001-4000	4001-6000	6001-8000	8001 ve üzeri
100-150	18,8%	36,7%	25,0%	16,7%	8,3%
151-200	10,2%	50,0%	36,7%	14,3%	2,0%
201-250	2,2%	15,2%	58,7%	17,4%	6,5%
251-300	8,0%	12,0%	36,0%	24,0%	20,0%
301-350	16,7%	10,5%	15,8%	47,4%	26,3%
351-400		31,3%	12,5%	25,0%	12,5%
401-450		12,5%	25,0%	80,0%	25,0%
451-500		20,0%		37,5%	
501 ve üzeri		25,0%	8,3%	16,7%	33,3%
Total	6,5%	23,5%	33,5%	24,0%	12,5%

Tablo 19, Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin aylık gelirleri ile günlük harcama miktarları arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Tabloya göre ankete katılan ziyaretçilerden aylık geliri 2001-4000 TL olanların çoğunlukla 100-200 TL, aylık geliri 4001-6000 TL arasında olanların 201-250 TL; aylık geliri 6001-8000 TL olanların çoğunlukla 300-500 TL, aylık geliri 8001 TL ve üzeri olanların günlük ortalama harcama miktarlarının çoğunlukla 501 TL ve üzerinde olduğu görülmektedir.



Grafik 19: Günlük ortalama harcama-aylık gelir değişkeni yüzde değerleri

Grafik 19, aylık gelirlere günlük ortalama harcama miktarlarının oranları göstermektedir. Grafik 20'ye göre aylık geliri 4001-6000 TL arasında olanların çoğunluk olarak ve %13,5 ile 201-250 TL, %4,5'i ile 251-300 TL; aylık gelirleri 6001-8000 TL arasında olanların %4,5'i 301-350 TL günlük harcama yaptıkları görülmektedir. Grafığe göre günlük harcama ortalamasının 200-350 TL arasında değiştiği, aylık gelirlerin de çoğunlukla 4001-6000 TL olduğu söylenebilir.

Tablo 20: Tatil İçin Ayrılan Toplam Bütçe-Kişi Başına Günlük Harcama Miktarı Değişken Değerleri

Tatil Bütçesi (TL)	Kişi Başına Günlük Ortalama Harcama Miktarı (TL)							
	100-150	151-200	201-250	251-300	301-350	351-400	401-450	451-üzeri
500-1000		41,9%	11,6%	9,3%	4,7%	20,9%	9,3%	2,3%
1001-1500	7,5%	15,0%	37,5%	17,5%	5,0%	2,5%	7,5%	7,5%
1501-2000	11,5%	21,2%	28,8%	7,7%	11,5%	5,8%	5,8%	12,6%
2001-2500	5,3%	36,8%	15,8%	26,3%	5,3%	5,3%		5,3%
2501-3000	8,3%	29,2%	20,8%	4,2%	16,7%	4,2%	4,2%	12,5%
3001-3500			20,0%	20,0%	20,0%		40,0%	
3501-4000			25,0%	25,0%	12,5%		12,5%	25,0%
4501-5000					66,7%	33,3%		
5001-Üzeri				16,7%			33,3%	50,0%
Toplam	6,0%	24,5%	23,0%	12,5%	9,5%	8,0%	8,0%	8,5%

Tablo 20, ankete atılan turistlerin tatil için ayırdıkları toplam bütçe ile kişi başına günlük ortalama harcama miktarları arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Ağırlıklı olarak ziyaretçilerden Ayder tatili için 500-1000 TL bütçe ayıranların %41'i 151-200 TL; 1001-1500 TL bütçe ayıranların %37,5'i 201-250 TL; 1501-2000 TL bütçe ayıranların %28,8'i 201-251 TL; 2001-2500 TL bütçe ayıranların %36,8'i 151-200 TL; 3001-3500 TL bütçe ayıranların %40'ı 401-500 TL; 5001 TL ve üzerinde toplam bütçe ayıranların %50'si 501 TL ve zerinde harcama yaptıkları, harcamaların ayırdıkları bütçelerle orantılı olduğu söylenebilir.

Tablo 21: *Uyruk-Kişi Başına Günlük Harcama Değişken Değerleri*

Uyruk	Kişi Başına Günlük Ortalama Toplam Harcama Miktarı (TL)								
	100-150	151-200	201-250	251-300	301-350	351-400	401-450	451-500	501-üzeri
T.C.	7,1%	27,9%	25,3%	11,7%	7,8%	8,4%	5,2%	1,3%	5,2%
Yabancı	2,2%	13,0%	15,2%	15,2%	15,2%	6,5%	17,4%	6,5%	8,7%
Toplam	6,0%	24,5%	23,0%	12,5%	9,5%	8,0%	8,0%	2,5%	6,0%

Tablo 21, ziyaretçilerin ortalama günlük harcama miktarlarının uyuşuklara oranını göstermektedir. Tablo 21'e göre yerli ziyaretçilerin çoğunluğu %53,2 ile 151-250 TL harcama yaparken, yabancı ziyaretçilerin çoğunluğu %69,5 oranında günlük 250-450 TL harcama yapmaktadır.

Tablo 22: *Uyruk-Aylık Gelir İlişkisi Değişken Değerleri*

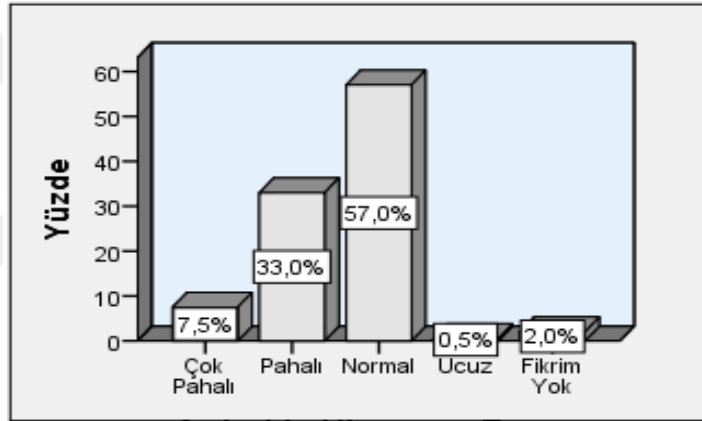
Uyruğunuz	Aylık Geliriniz (TL)				
	0-2000	2001-4000	4001-6000	6001-8000	8001 ve üzeri
T.C.	7,1%	28,6%	41,6%	18,2%	4,5%
Yabancı	4,3%	6,5%	6,5%	43,5%	39,1%
Toplam	6,5%	23,5%	33,5%	24,0%	12,5%

Tablo 22'de yerli ve yabancı ziyaretçilerin gelir durumları gösterilmiştir. Tabloya göre yabancıların %43,5'i ve çoğunlukla 6001-8000 TL, yerli turistlerin %41,5'i ve çoğunlukla 4001-6000 TL arasında gelire sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 23: Ulaşım ve Tur Fiyatları Pahalılık Frekans ve Yüzde Değeri

Ulaşım ve Tur Fiyatları	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Çok Pahalı	15	7,50
Pahalı	66	33,00
Normal	114	57,00
Ucuz	1	,50
Fikrim Yok	4	2,00
Toplam	200	100,00

Tablo 23, ankete katılan turistlerin ulaşım ve tur fiyatlarını nasıl bulduklarına dair görüşlerini yansıtmaktadır. Tablo 23'e göre 66 kişi Ayder'de ulaşım ve tur fiyatlarını pahalı, 15 kişi çok pahalı, 114 kişi normal bulmaktadır.



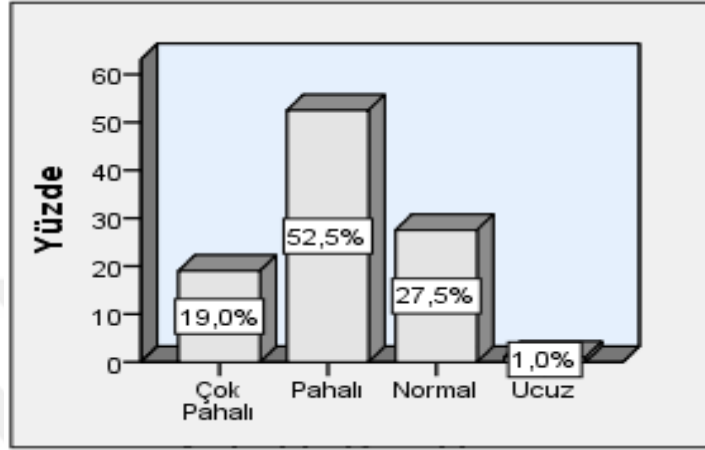
Grafik 23: Ulaşım ve tur fiyatları pahalılık değişkenleri

Grafik 23'te, ankete katılan ziyaretçilerin ulaşım ve tur fiyatlarını nasıl bulduklarına dair görüşleri verilmektedir. 200 kişilik örneklem grubunun % 33'ü ulaşım ve tur fiyatlarını pahalı, %7,5'i çok pahalı, %57'si normal bulmaktadır.

Tablo 24: Konaklama Fiyatları Pahalılık Frekans ve Yüzde Değeri

Konaklama Fiyatları	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Çok Pahalı	38	19,00
Pahalı	105	52,50
Normal	55	27,50
Ucuz	2	1,00
Toplam	200	100,00

Tablo 24’te ankete katılan turistlerin konaklama fiyatlarını nasıl bulduklarına dair veriler bulunmaktadır. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 105 kişi Ayder’de konaklama fiyatlarını pahalı, 38 kişi çok pahalı, 55 kişi normal, 2 kişi ucuz bulmaktadır. Konaklama fiyatlarını pahalı bulanların 105 kişi ile çoğunlukta olduğu görülmektedir.



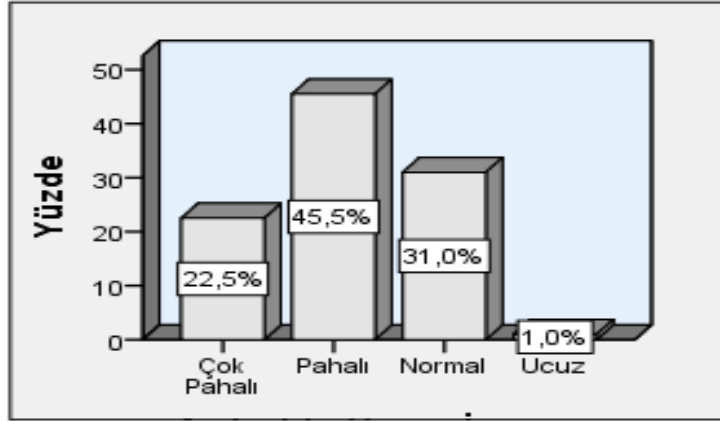
Grafik 24: Konaklama fiyatları pahalılık değişkenleri

Grafik 24, ankete katılanların konaklam fiyatları hakkındaki görüşlerini yansıtmaktadır. Grafik 24’e göre ankete katılanların %52,5’i Ayder Turizm Bölgesi’nde konaklama fiyatlarını pahalı, %19’u çok pahalı, %27,5’i normal, ve %1 ucuz bulmaktadır.

Tablo 25: Yiyecek-İçecek Fiyatları Pahalılık Frekans ve Yüzde Değeri

Yiyecek-İçecek Fiyatları	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Çok Pahalı	45	22,5
Pahalı	91	45,5
Normal	62	31,0
Ucuz	2	1,0
Toplam	200	100,0

Tablo 25’te ankete katılan turistlerin Ayder Turizm Bölgesinde yiyecek-İçecek fiyatlarını nasıl bulduklarına dair görüşleri verilmiştir. Örneklem grubundan 91 kişi Ayder’de yiyecek içecek fiyatlarını pahalı, 45 kişi çok pahalı, 62 kişi normal bulmaktadır. Tablo 25’e göre ziyaretçilerin 91 kişi ile ve çoğunlukla işletmelerde yiyecek-İçecek fiyatlarının pahalı bulmaktadır.



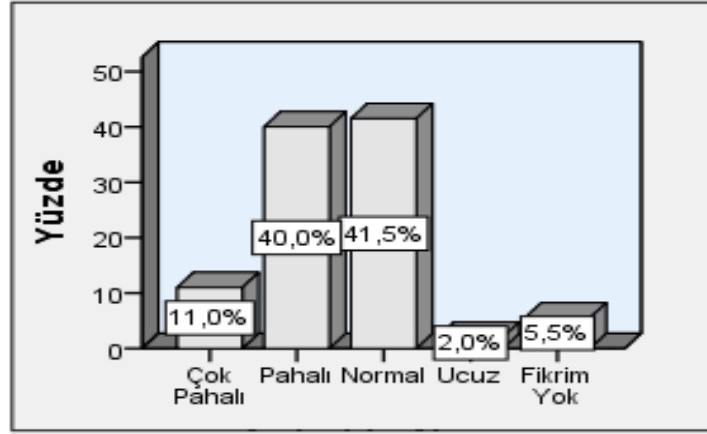
Grafik 25: Yiyecek-içecek fiyatları pahalılık değişkenleri

Grafik 25'te göre, ankete katılan ziyaretçilerin konaklama dışındaki yiyecek-içecek işletmeleri fiyatlarının pahalılık durumları gösterilmektedir. Grafik 25' göre ankete katılanların %45,5'i Ayder Turizm Bölgesi'nde yiyecek-içecek işletmelerinde fiyatları pahalı, %31'i normal, %22,5'i çok pahalı ve %1'i ucuz bulmaktadır.

Tablo 26: Alışveriş/Hediyelik Eşya Fiyatları Pahalılık Frekans ve Yüzde Değeri

Alışveriş/Hediyelik Eşya Fiyatları	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Çok Pahalı	22	11,00
Pahalı	80	40,00
Normal	83	41,50
Ucuz	4	2,00
Fikrim Yok	11	5,50
Toplam	200	100,00

Tablo 26, ankete katılanların alışveriş ve hediyelik eşya fiyatlarını nasıl bulduklarına dair görüşleri yansıtmıştır. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 80 kişi Ayder'de alışveriş/hediyelik eşya fiyatları pahalı, 83 kişi normal, 22 kişi çok pahalı bulmaktadır. Ucuz diyenlerin sayısı 4, fikrim yok diyenlerin sayısı 11'dir. Tabloya göre ziyaretçilerden 83 kişi ve çoğunlukla Ayder Turizm Bölgesinden alışveriş ve hediyelik eşya fiyatlarını normal, 80 kişi pahalı bulmaktadır.



Grafik 26: Alışveriş/hediyelik eşya pahalılık değişkenleri

Grafik 26’da, ankete katılan ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesinde alışveriş ve hediyelik eşya fiyatlarını nasıl bulduklarına dair cevapları gösterilmiştir. Grafik 26’de, alışveriş ve hediyelik eşya fiyatlarını pahalı bulanların oranının %40, normal bulanların %41,5, çok pahalı bulanların oranını % 11 olduğu görülmektedir. Fikrim yok diyenlerin oranı %5,5’tir.

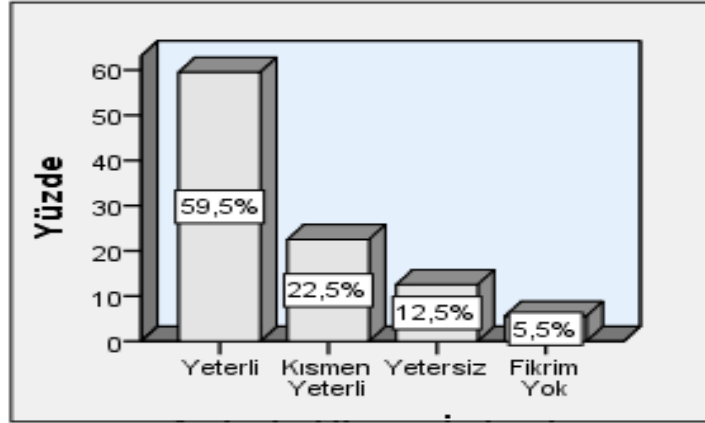
3.2.3.4. Ankete Katılan Ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesi Hakkındaki Memnuniyet Analizleri

Bu bölümde ankete katılan ziyaretçilerin tatil süresince Ayder Turizm Bölgesinin altyapı ve üstyapı durumu, çevre temizliği ve işletmelerle ilgili tespit edilen memnuniyetleri hakkında analizler yapılmıştır.

Tablo 27: Ulaşım İmkânları Yeterlilik Değişkeni Frekans ve Yüzde Değeri

Ulaşım İmkânları Yeterli mi?	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Yeterli	119	59,50
Kısmen Yeterli	45	22,50
Yetersiz	25	12,50
Fikrim Yok	11	5,50
Toplam	200	100,00

Tablo 27’de ankete katılan turistlere ulaşım imkânlarının yeterliliğine dair görüşleri yansıtılmıştır. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 119 kişi Ayder’e ulaşım imkânlarını yeterli, 25 kişi yetersiz, 45 kişi kısmen yeterli bulmaktadır. Fikrim yok diyenlerin sayısı 11’dir.



Grafik 27: Ulaşım imkânları yeterlilik yüzde değerleri

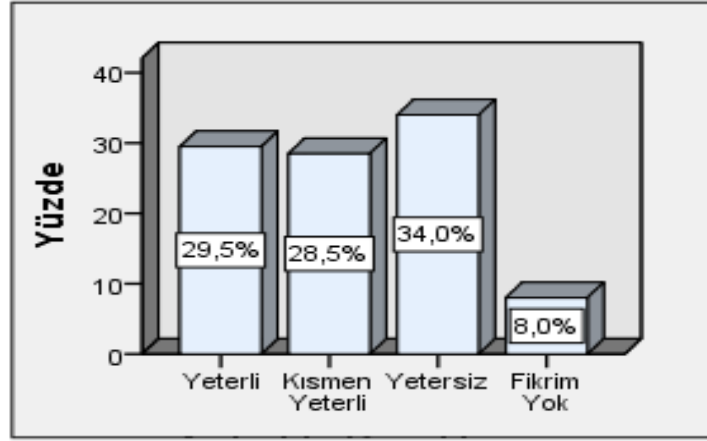
Grafik 27, Ayder Turizm Bölgesine ulaşım konusunda ziyaretçilerin görüşleri yansıtılmıştır. Grafik 27'ye göre, örneklem grubunun % 59,5'i Ayder'e ulaşım imkânlarını yeterli, %22,5'i kısmen yeterli, %12,5'i yetersiz bulmaktadır. Fikrim yok diyenlerin oranı %5,5'tir.

Tablo 28: Konaklama Tesisleri Yeterlilik Frekans Dağılımı ve Yüzde Değeri

Konaklama Tesisleri Yeterli mi?	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Yeterli	59	29,50
Kısmen Yeterli	57	28,50
Yetersiz	68	34,00
Fikrim Yok	16	8,00
Toplam	200	100,00

Tablo 28'de ankete katılanların Ayder Turizm Bölgesinde konaklama tesisleri sayısının yeterliliği konusundaki görüşleri yansıtılmıştır. Tablo 28'e göre, ankete katılan örneklem grubundan 59 kişi konaklama tesisi sayısını yeterli, 68 kişi yetersiz, 57 kişi kısmen yeterli olduğunu belirtmektedir. Fikrim yok diyenlerin oranı %8'dir.

Verilere göre 200 kişilik örneklem grubundan 68 kişi ve çoğunlukla Ayder Turizm Bölgesinde konaklama tesisi sayısını yetersiz bulmaktadırlar. Bu bağlamda bölgede, turizm talebine rağmen yıldızlı konaklama tesislerinin yetersiz olduğunu belirtmek gerekir.



Grafik 28: Konaklama tesisleri yeterlilik yüzde değerleri

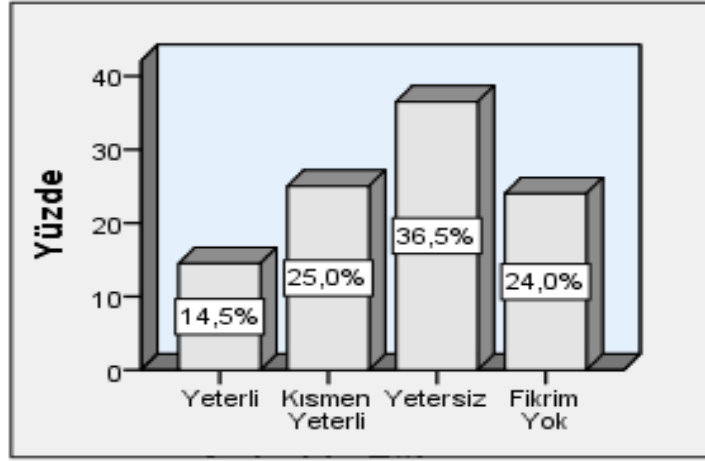
Grafik 28, ziyaretçilerin konaklama tesisleri yeterlilik durumuna verdikleri cevapları göstermektedir. Grafikte ankete katılanların %34'ü konaklama tesisi sayısını yetersiz, %28,5'i kısmen yeterli, %29,5'i yeterli bulmaktadır. Fikrim yok diyenlerin oranı %8'dir.

Tablo 29: Eğlence Yerleri Yeterlilik Değişkeni Frekans ve Yüzde Değeri

Eğlence Yerleri Yeterli mi?	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Yeterli	29	14,50
Kısmen Yeterli	50	25,00
Yetersiz	73	36,50
Fikrim Yok	48	24,00
Toplam	200	100,00

Tablo 29'da, turistlere Ayder Turizm Merkezinde eğlence yerlerinin yeterliliğine dair görüşleri yansıtılmıştır. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 73 kişi eğlence yerleri sayısını yetersiz, 50 kişi kısmen yeterli, 29 kişi yeterli bulmaktadır. Fikrim yok diyenlerin sayısı 48'dir.

Verilere göre ankete katılan ziyaretçilerden 73 kişi ve çoğunlukla Ayder Turizm Bölgesinde eğlence yerleri sayısının yetersiz olduğunu belirtmektedir.



Grafik 29: Eğlence yerleri yeterlilik yüzde değerleri

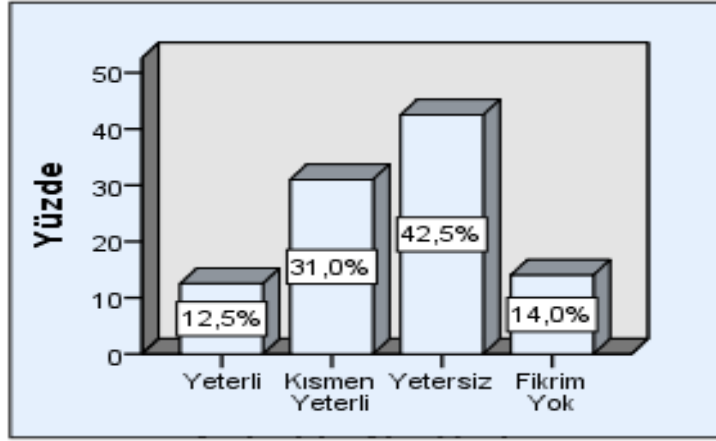
Grafik 29’da, Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin Ayder’de eğlence yerlerinin yeterliliği konusunda verdiği cevaplar yansıtılmıştır. Grafığe göre ankete katılanların %36,5’i eğlence yerleri sayısını yetersiz, %25’i kısmen yeterli, %14,5’i yeterli bulmaktadır. Fikrim yok diyenlerin oranı % 24’tür.

Tablo 30: Alışveriş İmkânları Yeterlilik Değişkeni Frekans ve Yüzde Değeri

Alışveriş İmkânları Yeterli mi?	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Yeterli	25	12,50
Kısmen Yeterli	62	31,00
Yetersiz	85	42,50
Fikrim Yok	28	14,00
Toplam	200	100,00

Tablo 30’da ankete katılan turistlere Ayder’de alışveriş imkânlarının yeterliliğine dair görüşleri yansıtılmıştır. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 85 kişi Ayder’de alışveriş imkânlarını yetersiz, 62 kişi kısmen yeterli, 25 kişi yeterli bulmaktadır. Fikrim yok diyenlerin sayısı 28’dir.

Tablo 30’a göre ankete katılan ziyaretçilerden 85 kişi ve çoğunlukla Ayder Turizm Bölgesinde alışveriş imkanlarının yetersiz olduğunu belirtilmektedir.



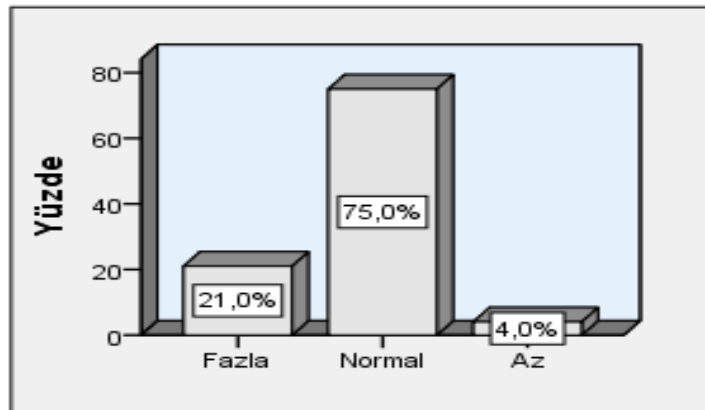
Grafik 30: Alışveriş imkânları yeterlilik yüzde değerleri

Grafik 30'da, ankete katılanların ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesinde alışveriş imkanlarının yeterliliği ile ilgili verdikleri cevaplar yer almaktadır. Garfiğe göre ankete katılanların %42,5'i alış-veriş imkânlarını yetersiz, %31'i kısmen yeterli ve %12,5'i yeterli bulmaktadır. Fikrim yok diyenlerin %14'tür.

Tablo 31: Kalabalık ve Gürültü Durumu Frekans Dağılımı ve Yüzde Değeri

Kalabalık ve Gürültü Durumu	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Fazla	42	21,00
Normal	150	75,00
Az	8	4,00
Toplam	200	100,00

Tablo 31'de, ankete katılan turistlerin kalabalık ve gürültü durumu hakkındaki görüşleri yansıtılmaktadır. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 42 kişi bölgeyi kalabalık ve gürültülü, 150 kişi normal bulmaktadır.



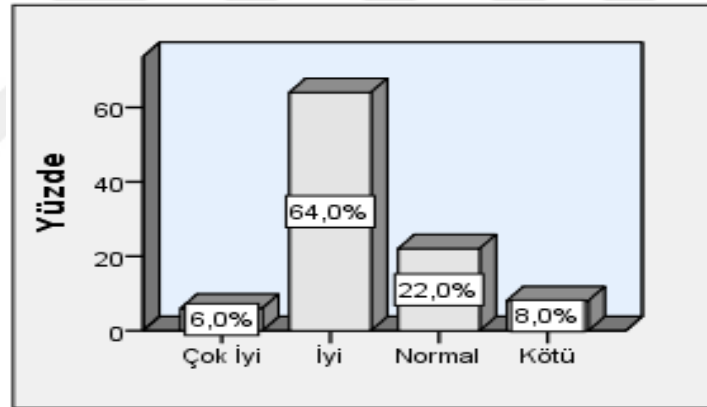
Grafik 31: Ayder'de kalabalık durumu yüzde değerleri

Grafik 31, Ayder turizm bölgesinde kalabalık ve gürültü kirliliğine dair görüşleri yansıtmaktadır. Grafik 31'e göre ankete katılanların %21'i Ayder'i kalabalık ve gürültü, %75'i normal bulmaktadır.

Tablo 32: Çevre Temizliği Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değeri

Çevre Temizliği Nasıldır	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Çok İyi	12	6,00
İyi	128	64,00
Normal	44	22,00
Kötü	16	8,00
Toplam	200	100,00

Tablo 32'de Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin Ayder'de çevre temizliği hakkında görüşleri yer almaktadır. Çalışma grubundan 128 kişi çevre temizliğini iyi, 16 kişi kötü, 44 kişi normal, 12 kişi çok iyi bulmaktadır.



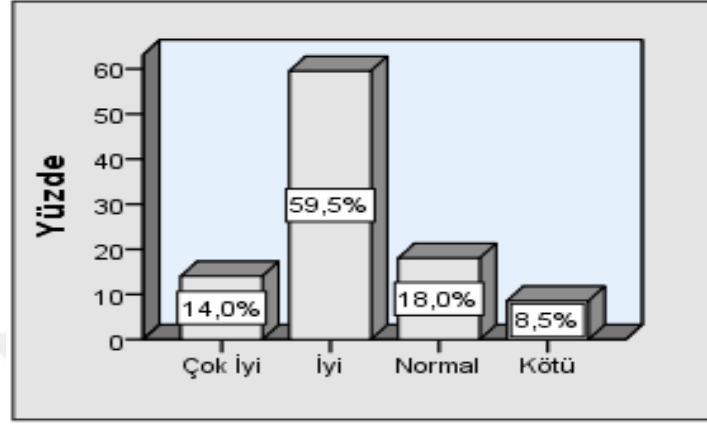
Grafik 32: Ayder'de çevre temizliği yüzde değerleri

Grafik 32'de Ayder'de çevre temizliği hakkında ziyaretçilerin görüşleri yansıtılmaktadır. Ankete katılanların %64'ü Ayder Turizm Bölgesinde çevre temizliğini iyi, %6'sı çok iyi, %22'si normal ve %8'i kötü bulmaktadır.

Tablo 33: Tutum ve Davranış Değişkeni Frekans Dağılımı ve Yüzde Değeri

Yöre Halkı ve Esnafın Turistlere Yönelik Tutum ve Davranışları	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Çok İyi	28	14,00
İyi	119	59,50
Normal	36	18,00
Toplam	200	100,00

Tablo 33'te, Ayder Turizm bölgesine gelen turistlerin turistlere yönelik tutum ve davranışları hakkında görüşleri yer almaktadır. Çalışmada belirlenen örneklem grubundan 119 kişi, yerel halkın ve esnafın turistlere yönelik tutumlarını iyi, 28 kişi çok iyi, 36 kişi normal ve 17 kişi kötü bulmaktadır.



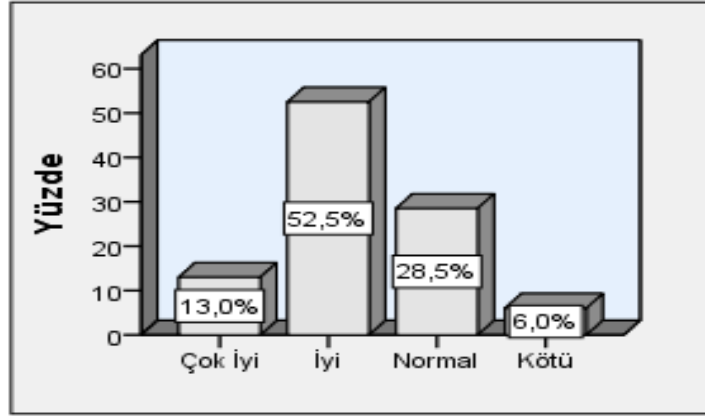
Grafik 33: Yöre halkı ve esnafın turistlere yönelik tutum ve davranışları yüzde değerleri

Grafik 33'te, Ayder Turizm Bölgesinde yöre halkı ve esnafın turistlere yönelik tutum ve davranışları yansıtılmıştır. Tablo 33'e göre, esnaf veya yöre halkının turistlere yönelik tutum ve davranışlarının %59,5'i iyi, %14'ü çok iyi, %18'i normal ve % 8'5'in kötü olduğu belirtilmektedir.

Tablo 34: İşletmelerin Ürün ve Hizmet Kalitesi Frekans Dağılımı ve Yüzde Değeri

İşletmelerin Ürün ve Hizmet Kalitesi	Frekans Dağılımı (f)	Yüzde Değeri (%)
Çok İyi	26	13,00
İyi	105	52,50
Normal	57	28,50
Kötü	12	6,00
Toplam	200	100,00

Tablo 34'te, Ayder Turizm Bölgesindeki işletmelerin ürün ve hizmet kaliteleri hakkında görüşler yer almaktadır. Tabloya göre 105 kişi İşletmelerin ürün ve hizmet kalitesini iyi, 26 kişi çok iyi, 57 kişi normal bulmaktadır.



Grafik 34: İşletmelerin ürün ve hizmet kalitesi yüzdeleri

Grafik 34'te, Ayder Turizm Bölgesinde işletmelerinin ürün ve hizmet kalitesi hakkında görüşler yer almaktadır. Ziyaretçilerin %52,5'i işletmelerin ürün ve hizmet kalitesini iyi, %28,5'i normal ve %6'sı kötü bulmaktadır.

3.2.3.5. Ankete Katılanların Harcama Davranışlarının Günlük, Aylık ve Yıllık Bazda Hesaplanması

Bu bölümde, ankete katılanların günlük ortalama konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş/hediyelik eşya, kaplıca ve aktivite gibi diğer harcamalar, ayrı ayrı günlük, aylık ve yıllık olmak üzere toplam harcama miktarları hesaplanmıştır.

Tablo 35: Günlük Ortalama Konaklama Harcama Miktarı

Harcama Miktarı (TL) (A)	Ortalama Miktar (TL) (B=A/2)	Frekans Dağılımı (f) (C)	Toplam Harcama Miktarı (TL) (BxC)
50-100	75	11	825
101-150	125	65	8.125
151-200	175	46	8.050
201-250	225	35	7.875
251-300	275	11	3.025
301-350	325	10	3.250
351-400	375	13	4.875
401 ve üzeri	500	9	4.500
Toplam		200	40.525
Günlük Ortalama Konaklama Harcama Miktarı		40.525/200=202,63 TL	

Tablo 35’te Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin ortalama günlük konaklama harcama miktarları verilmiştir. Tabloya göre günlük toplam konaklama harcama miktarının ortalama **40.525,00 TL** olduğu ve buna karşılık **200** kişilik örneklem grubunun kişi başına ortalama günlük konaklama harcamasının **202,63 TL** olduğu tespit edilmiştir. Tabloya göre ve çoğunluk olmak üzere 146 kişinin ortalama konaklama fiyatlarının 150-250 TL arasında olduğu görülmektedir. Konaklama fiyatları, sezonun yoğun olduğu Temmuz ve Ağustos aylarında 800-900 TL’ye çıkmakta, konaklamanın atıl kapasitede kalan diğer aylarda 80-100 TL’ye kadar düşmektedir. Bu durum konaklama fiyatlarına yansıtıldığında ortalama konaklama fiyatlarının 200 ile 250 TL arasında olduğu görülebilir.

Tablo 36: *Günlük Ortalama Yiyecek-İçecek Harcama Miktarı*

Harcama Miktarı (TL) (A)	Ortalama Miktar (TL) (B=A/2)	Frekans Dağılımı (f) (C)	Toplam Harcama Miktarı (TL) (BxC)
0-50	25	93	2.325
51-100	75	95	7.125
101-150	125	10	1.250
151-200	175	2	350
Toplam		200	11.050
Günlük Ortalama Yiyecek-İçecek Harcama Miktarı		11.050/200=55,25 TL	

Tablo 36’da Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin ortalama günlük yiyecek-içecek harcama miktarları gösterilmiştir. Tablo 36’ya göre toplam yiyecek-içecek harcama miktarının günlük ortalama **11.050,00 TL** olduğu ve buna karşılık **200** kişilik örneklem grubunun kişi başına ortalama yiyecek-içecek harcamasının günlük **55,25 TL** olduğu tespit edilmiştir. Ayder Turizm Bölgesinde yıldızlı otellerdeki konaklamalarda yarım pansiyon, diğer konaklama tesislerinde sadece oda kahvaltısı verilmektedir. Bölgede yıldızlı konaklama tesislerinin yetersizliği konaklama dışındaki yiyecek-içecek harcamalarını arttırabilmektedir. Çok sayıda pansiyonun bulunduğu bölgede konaklama tesislerinin çoğu oda-kahvaltısı konsepti ile ziyaretçilere hizmet vermektedir.

Tablo 37: *Günlük Ortalama Alışveriş/Hediyelik ve Diğer (Kaplıca-Aktivite) Harcama Miktarı*

Harcama Miktarı (TL) (A)	Ortalama Miktar (TL) (B=A/2)	Frekans Dağılımı (f) (C)	Toplam Harcama Miktarı (TL) (BxC)
0-50	25	123	3.075
51-100	75	51	3.825
101-150	125	16	2.000
151-200	175	6	1.050
201 ve üzeri	205	4	820
Toplam		200	10.770
Günlük Ortalama Alışveriş/Hediyelik Eşya ve Diğer (Kaplıca-Aktivite) Harcama Miktarı		10.770/200=53,85 TL	

Tablo 37’de Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin ortalama günlük alışveriş/hediyelik eşya, kaplıca ve aktivite gibi diğer harcama miktarları gösterilmektedir. Tablo 37’ye göre toplam alışveriş/hediyelik eşya ve diğer harcama miktarının günlük ortalama **10.770,00 TL** olduğu ve buna karşılık **200** kişilik örneklem grubunun kişi başına günlük alışveriş/hediyelik eşya ve diğer kaplıca, aktivite gibi harcama miktarları ortalamasının **53,85 TL** olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 38: *Harcama Türlerine Göre Günlük Ortalama Harcama Miktarları Toplamı*

Günlük Ortalama Harcama Miktarları (TL)	
Günlük Ortalama Konaklama Harcaması (A)	202,63
Günlük Ortalama Yiyecek-İçecek Harcaması (B)	55,25
Günlük Ortalama Alışveriş/Hediyelik Eşya, Kaplıca ve Aktivite Harcaması (C)	53,85
Günlük Ortalama Toplam Harcama Miktarı (A+B+C)	311,73

Tablo 38’de, ankete katılan ziyaretçilerin günlük konaklama, yiyecek-İçecek, alışveriş/hediyelik eşya ve kaplıca ve aktivite gibi diğer harcamalarının

ayrı ayrı toplam miktarları gösterilmektedir. Tablo 38'e göre Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin günlük ortalama, konaklama harcamalarının **202,63 TL**, yiyecek-İçecek harcamalarının **55,25 TL** ve alışveriş/hediyelik eşya, kaplıca ve aktivite gibi diğer harcamalar toplamının **53,85 TL** olduğu görülmektedir. Buna göre turistlerin Ayder Turizm Bölgesinde 1 (bir) günlük ortalama toplam harcama miktarının **311,73 TL** olduğu görülmektedir.

Tablo 39: *Kişi Başına Günlük Ortalama Toplam Harcama Miktarı*

Harcama Miktarı (TL)	Harcama Üst Değeri (TL)	Frekans Dağılımı (f)	Toplam Harcama Miktarı (TL)
101-150	150	12	1.800
151-200	200	49	9.800
201-250	250	46	1.500
251-300	300	25	7.500
301-350	350	19	6.650
351-400	400	16	6.400
401-450	450	16	7.200
451-500	500	5	2.500
501-1000	750	12	9.000
Toplam		200	62.350
Günlük Ortalama Toplam Harcama Miktarı		62.350/200=311,75 TL	

Tablo 39, Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin günlük ortalama toplam harcama miktarlarının genel bir tabloda gösterilmesi tablosudur. Tablo 39'a göre günlük ortalama harcama miktarlarının 200 kişilik örnek kütlede çoğunluk olarak ve 139 kişi ile 151-350 TL aralığında olduğu söylenebilir. Turizmin yoğun olduğu yaz sezonunda özellikle konaklama fiyatlarındaki kısmi artışlar harcama toplamının yükselmesine neden olmuştur. Oniki ay ortalaması ele alındığında Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin günlük konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş/hediyelik eşya ve kaplıca ve aktivite gibi diğer harcamalarının ortalama toplam miktarının 300-350 TL arasında olduğu söylenebilir.

Tabloya göre günlük bütün harcamalar miktarının toplam **62.350,00 TL** olduğu ve buna karşılık **200** kişilik örneklem grubunun kişi başı günlük ortalama toplam harcama miktarının **311,75 TL** olduğu tespit edilmiştir.

Burada, SPSS 23.0 programından alınan ve her bir harcama türü için ayrı ayrı hesaplanan Tablo 38: “*Harcama Türlerine Göre Günlük Toplam Ortalama Harcama Miktarları*” ile harcamalar üst limitinden alınan ve bütün harcama kalemleri üzerinden hesaplanan Tablo 39: “*Kişi Başına Günlük Ortalama Toplam Harcama Miktarı*” toplamlarının örtüştüğü görülmektedir.

Rize Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü verilerine göre Ayder Turizm Bölgesini ziyaret eden turist sayısı, konaklamalı olarak yılda ortalama 244 bin 296’dır (Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Bu veriye göre bölgeye gelen turist sayısı ise günlük ortalama 669,30’dur. Bu veriler baz alınarak Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin, konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş/hediyelik eşya ve kaplıca ve aktivite gibi harcamalarının ortalama toplam miktarları günlük, aylık ve yıllık bazda hesaplanarak aşağıda tabloda gösterilmiştir.

Tablo 40: *Günlük, Aylık ve Yıllık Ortalama Toplam Harcama Miktarları*

Günlük Ortalama Toplam Harcama Miktarı	669,30x311,75= 208.654,28 TL
Aylık Ortalama Toplam Harcama Miktarı	208.654,28x30=6.259.628,40 TL
Yıllık Ortalama Toplam Harcama Miktarı	6.259.628,40x12=75.115.540,80 TL

Tablo 40’ta Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş/hediyelik eşya, kaplıca ve aktivite gibi diğer harcamalar olmak üzere toplam günlük, aylık ve yıllık olarak hesaplanan miktarları gösterilmiştir. Tablo 40’a göre ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesinde günlük ortalama toplam harcama miktarının **208.654,28 TL**, aylık ortalama toplam harcama miktarının **6.259.628,40 TL** ve nihayet yıllık ortalama toplam harcama miktarının **75.115.540,80 TL** olduğu tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesine gelen ziyaretçilerin harcama davranışları ile bölge ekonomisine katkıları ve bölgesel kalkınmaya olan etkileri analiz edilmiştir. Bunun için bölgeye gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerden 154'ü yerli ve 46'sı yabancı olmak üzere toplam 200 kişiye, anket formu dağıtma ve yüz yüze görüşmeler yöntemi ile 27 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Anket çalışması, turizm hareketlerinin yoğun olarak başladığı 2017 Haziran ayından 2017 Aralık ayının sonuna kadar devam etmiştir. Anketle ziyaretçilerin demografik özellikleri, gelir durumları, tatil için ayırdıkları bütçeleri ve tatil boyunca konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş/hediyelik eşya ve kaplıca ve aktiviteler için yaptıkları harcama davranışları ölçülmeye çalışılmıştır. Ayrıca bölgenin çevresel ve fiziksel faktörleri konusunda ziyaretçilerin memnuniyet durumları ile bölgenin altyapı ve üstyapı özellikleri hakkında yeterlilik durumları tespit edilmeye çalışılmıştır. Analizlerden elde edilen aşağıdaki sonuçların devamında bölgenin mevcut turizm sorunları ve bu sorunlarla ilgili çözüm önerileri ele alınmıştır.

Ankete Katılanların Demografik Özellikleri:

- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %26,5'i 18-30 arası yaş grubundan, %35'i 31-45, %29,5'i 46-60 ve %9'u 61 yaş ve üzeri yaş gruplarından oluşmaktadır.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %22'si kadınlar, %78'i erkeklerden oluşmaktadır.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %5,5'i ilköğretim, %22'si lise ve dengi okul ve %72'si üniversite mezunudur.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %25,5'ini kamu görevlisi, %34'ünü serbest meslek, %18,5'inin esnaf/tüccar ve %22'sinin emekli, öğrenci gibi diğer meslek gruplarından oluştuğu görülmektedir.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %77'sini yerli, %23'ünü yabancı ziyaretçilerden oluşmaktadır. Ankete katılan yabancı ziyaretçiler Ortadoğu ve Arap ülkeleri vatandaşlarıdır.

- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %64,5'i Ayder'e ilk kez geldikleri, %15'i 2 kez, %20,50'si 3 veya daha fazla sayıda geldikleri görülmektedir. Ziyaretçilerin çoğunun ilk kez Ayder Turizm Bölgesini ziyaret ettikleri söylenebilir.
- Çalışmada belirlenen ziyaretçilerin %34,5'i 1 (bir) gün, %51,5'i 2 (iki) gün, %10,5'i 3 (üç) gün, %3,5'i 4 (dört) ve üzeri gün konakladıkları, böylece ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesinde genellikle 2 (iki) gün konakladıkları tespit edilmiştir.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %6,5'inin aylık gelirlerinin 2000 TL'ye kadar, %23,5'inin 2001-4000 TL arasında, %33,5'inin 4001-6000 TL, %24'ünün gelirinin 6001-8000 TL ve %12,5'inin aylık gelirini 8001 TL ve üzeri olduğu, böylece turistlerin %33,5'i ve çoğunlukla ve yaklaşık 4001-6000 TL aylık gelire sahip oldukları tespit edilmiştir.
- Çalışmada ziyaretçilerin %26'sı 1501-2000 TL arasında bir bütçe ile Ayder Turizm Bölgesine tatile geldikleri, 1001-1500 TL arasında bütçesi olanların oranı %21,5, 1501-2500 TL arasından bütçe ayıranların %20 ve 2501 ile 3000 TL arasında bütçe ayıranların ankete katılanların %12'lik kısmını oluşturduğu tespit edilmiştir.
- Çalışmada belirlenen ziyaretçilerin %21'i Ayder tatili için 0-250 TL, %57'sininin 251-500 TL ve %14'ünün 501-750 TL arasında ortalama günlük bütçe ayırdıkları tespit edilmiştir.

Ankete Katılanların Genel Harcama Davranışları:

- Ayder Turizm Bölgesinden ankete katılan 200 kişilik örneklem grubunun %5,5'i konaklama için 80-100 TL, %32,5'i 101-150 TL, %23'ü 151-200 TL, %17,5'i 201-250 TL, %5,5'i 251-300 TL, %5'i 301-350 TL, %6,5'i 351-400 TL ve %4,5'i 401 TL ile 800 TL arasında konaklama harcaması yaptıkları tespit edilmiştir. Özellikle turizmin en yoğun olduğu Temmuz ve Ağustos aylarında konaklama fiyatlarının 800-900 TL'ye ulaştığı, Ekim, Kasım ve Aralık aylarında yaklaşık 80-100 TL olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda konaklama harcaması günlük ortalamasının kişi başına **202,63** TL olduğu tespit edilmiştir.

- 200 kişilik örneklem grubunun yiyecek-içecek harcamalarının % 46,5'i 50 TL'ye kadar, %47,5'i 51-100 TL, %5'i 101-150 TL arasında olduğu, böylece konaklam dışında, günlük yiyecek-içecek harcamalar ortalamasının yaklaşık **55,25 TL** olduğu tespit edilmiştir.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %61,5'i alışveriş/hediyelik eşya, kaplıca ve diğer etkinlikler için 50 TL'ye kadar, %22,5'i 51 ile 100 TL arasında günlük harcama yaptıkları ve böylece alışveriş/hediyelik eşya ve diğer harcamaların günlük ortalamasının **53,85 TL** olduğu tespit edilmiştir.
- Bu verilere göre turistlerin, Ayder Turizm Bölgesinde, konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş/hediyelik eşya ve kaplıca ve aktivite (zipline, rafting vb.) gibi diğer harcamalarıyla birlikte, toplam harcamalarının kişi başına günlük ortalama **311,75 TL** olduğu tespit edilmiştir.
- Rize Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü verilerine göre Ayder Turizm Bölgesine yılda ortalama konaklamalı olarak ziyaret eden turist sayısı 244 bin 296 kişidir (Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).
- Bu bilgiler ışığında ve tablo 40'ta hesaplandığı gibi, Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin 2017 yılında bölgede ortalama **75.115.540,80 milyon TL**'lik bir harcama yaptıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda bölgeye turizm ekonomisi yönünden yaklaşık **75 milyon TL**'lik bir para girişi ve bu miktarda bir ekonomik faaliyet gerçekleştiği söylenebilir.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %33'ü Ayder Turizm Bölgesi'nde ulaşım ve tur fiyatlarını pahalı, %7,5'i çok pahalı, %57'si normal bulmaktadır.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %52,5'i Ayder Turizm Bölgesi'nde konaklama fiyatlarını pahalı, %19'u çok pahalı %27,5'i normal bulmaktadır.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %45,5'i Ayder'de yiyecek-içecek fiyatlarını pahalı, %22,5'i çok pahalı, %31'i normal bulmaktadır.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %40'ı Ayder Turizm Bölgesi'nde alışveriş/hediyelik eşya fiyatlarını pahalı, %41,5'i normal, %11'i çok pahalı bulmaktadır.

Ziyaretçilerin Ayder Turizm Bölgesi Hakkındaki Memnuniyetleri:

- Çalışmada belirlenen ziyaretçilerin %59,5'i Ayder Turizm Bölgesinde ulaşım imkânlarını yeterli, %12,5'i yetersiz, %22,5'i kısmen yeterli olduğunu belirtmektedir.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %29,5'i Ayder'de konaklama tesisleri sayısının yeterli, %34'ü yetersiz, %28,5'i kısmen yeterli olduğunu belirtmektedir. Fikrim yok diyenlerin oranı %8'dir
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %42,5'i Ayder Turizm Bölgesi'nde alışveriş imkânlarını yetersiz, %31'i kısmen yeterli, %12,5'u yeterli bulmaktadır. Fikrim yok diyenlerin oranı %14'tür.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %36,5'i eğlence yerleri sayısının yetersiz, %25'i kısmen yeterli, %14'5'i yeterli bulmaktadır. Fikrim yok diyenlerin sayısı %24'tür.
- Çalışmada belirlenen ziyaretçilerin %64'ü Ayder Turizm Bölgesinde çevre temizliğini iyi, %22'si normal, %8'i kötü bulmaktadır.
- Çalışmada belirlenen ziyaretçilerin %75'i Ayder Turizm Bölgesini kalabalık ve gürültü durumunu normal, %21'i kalabalık ve gürültülü bulmaktadır.
- Çalışmada ankete katılan ziyaretçilerin %59,5'i yerel halkın ve esnafın turistlere yönelik tutumlarını iyi, %14'ü çok iyi, %18'i normal ve %8'5'i kötü bulmaktadır.
- Çalışmada belirlenen ziyaretçilerin %52,5'i işletmelerin ürün ve hizmet kalitesini iyi, %13'ü çok iyi, %28,5'i normal ve %6'sı kötü bulmaktadır.

Dünyada turizm hareketlerinin hızla gelişmesine paralel olarak Türkiye'de ve çalışma bölgesi olan Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesinde de turizm her yıl önceki yıllara göre önemli oranda artış ve gelişme göstermektedir. Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre Rize'ye gelen yerli ve yabancı turist sayısı, 2007 yılında 475.313 kişi iken 2010 yılında 559.138 kişi, 2014 yılında 649.888 ve 2017 yılında 866.817 kişi olmuştur. Bu bağlamda Ayder Turizm Bölgesine 2017 tarihinde gelen toplam konaklamalı ziyaretçi sayısı 244.296 kişidir (Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

Yaptığımız anket çalışması ve elde edilen veriler ışığındaki ekonomik analizlerden sonra, turislerin Ayder Turizm Bölgesine yönelik olumlu ve olumsuz eleştirileriyle birlikte, var olan belli başlı sorunlardan ve bu sorunlarla ilgili çözüm önerilerinden bahsetmek mümkündür. Buna göre;

- Öncelikle sadece Ayder Turizm Bölgesi, tek başına bölgenin turizm talebine cevap verecek nitelikte ve kapasitede olmadığı tespit edilmiştir. Bölge turizmi dar alandan kurtarılarak Kaçkar (Koçdüzü) Yaylası, Aşağı Kaçkar (Sataple) Yaylası, Kavrın ve Sırt Yaylaları gibi doğal güzelliklere sahip yaylalar ile Kaçkar Dağlarının Altıparmak bölgeleri gibi turizme son derece elverişli alanlara yayılması gerekli ve zorunludur. Fırtına Vadisi kapsamındaki bütün bu bölgeler, etkileyici coğrafyasıyla tabiat turizmine, uygun alanları ve uzun süreli kar örtüsüyle kış turizmine, irili ufaklı yaylaları ile yayla turizmine oldukça elverişli yerlerdir. Buralara yapılacak turizm yatırımlarının bölge ekonomisi ve bölgenin kalkınmasına daha geniş alanda ve daha büyük oranda katkı sağlayacağı söylenebilir.
- Ardeşen sahilinden Kaçkar Dağının zirvesine kadar uzanan büyük Fırtına Vadisi son zamanlarda yerli ve yabancı turistlerin yoğun ilgi gösterdiği bir bölgedir. Önemli ölçüde yöresel ve doğal kültürleri de barındıran Fırtına Vadisi modern ve doğa ile içiçe restoranları, konaklama tesisleri, rafting etkinliklerinin yapıldığı uluslararası değere sahip Fırtına Deresi rafting parkuru ve Ayder Turizm Bölgesi ile turizmde cazibe merkezi haline gelmiştir. Fırtına Vadisinde turizm sektörü, vadinin doğal dengesi korunarak, çevre kirliliklerine neden olmadan, doğa tahrip edilmeden geliştirilmesiyle birlikte turizm, bölge ekonomisine ve bölgenin kalkınmasına önemli ölçüde katkılar sağlayacağı söylenebilir.
- Turizm planlamalarının etkin ve hızlı yapılabilmesi ve dolayısıyla bölge turizminin hızla gelişmesi için öncelikle yetki ve statü karmaşasının giderilmesi gerekir. Bölge bir yandan belediye mücavir alanı olarak Çamlıhemşin Belediyesi, sit alanı olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı, ormancılık ve su ile ilgili Orman ve Su İşleri Bakanlığı gibi kurumların yetkisi dâhilindedir. Bu yetki çokluğu turizm planlamalarının gecikmesine

neden olmaktadır. Bölgenin tek elden yönetilmesi ile turizmin bölgede daha etkili ve daha hızlı gelişme gösterebileceği ifade edilebilir.

- Bölgede faaliyet gösteren bütün turizm işletmelerinin ve turizme paydaş her kesimin turizme bakışı, sürdürülebilir turizm anlayışı içinde olması konusunda bilinçlendirilmesi gerekebilir. Turizmin kısa süreli bir fırsat olarak değil, uzun süreli ekonomik ve sosyala faaliyetler olarak bölge ekonomisi ve kalkınmasına katkı sağlayacağı, bunun yıllara ve tabana yayılarak gerçekleştirilebileceğine dair bilinç geliştirilmelidir.
- Ayder Turizm Bölgesinin altyapı ve üstyapı tesislerinin yetersizliği dikkat çekici olup acil önlemler alınması gerekmektedir. Bölgenin turizm altyapısı her dönemde ihtiyaçlara cevap verebilecek şekilde yeniden yapılmalıdır. Üstyapı tesisleri uluslararası standartlara ve profesyonel turizm anlayışına uygun olarak yeniden gözden geçirilmeli, eski ve plansız tesisler yerine yeni ve modern turizm tesisleri inşa edilmelidir.
- Bölge tabiat turizmi ile birlikte, kış turizmi, sağlık turizmi ve rafting, trekking (doğa yürüyüş), kampçılık, sportif olta balıkçılığı gibi alternatif turizm faaliyetlerinin dünya standartlarında, bilimsel turizm anlayışı ve kalitesi ile birlikte yapıldığı ve nitelikli turistlerin ziyaret ettiği bir çekim merkezi haline getirilmelidir.
- Bölge sadece kısa süreli görülebilecek yerler olarak değil, uzun süre konaklama yapılabilecek, bunların yanında kongre merkezi de olabilecek kalitede ve yeterlilikte altyapı ve üstyapı ile donatılmalıdır.
- Bölgeye yerli ve yabancı, profesyonel, büyük ölçekli turizm yatırımlarının çekim merkezi haline getirilmelidir. Bunun için turizm bölgesinin mümkün olduğunca geniş bir alana yayılarak bu alanlarda yatırımlar için teşvik ve yatırım kolaylıkları sağlanmalıdır.
- Bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinin idari ve personel yapısı alanından eğitilmiş ve profesyonel olmalı, işletmeler nitelikli personellerin çalıştığı kurumsal işletmeler haline getirilmelidir.
- Bölgenin turizm çekiciliğinin artırılabilmesi için sosyal, kültürel ve sportif faaliyet alanları, eğlence ve alışveriş merkezlerinin çoğaltılması ve mevcutlarının modernize edilmesi gerekir.

- En önemlisi bölgenin genel olarak turizme imakan sağlayan çevrenin ve doğal güzelliklerinin taviz verilmeden korunması gerekir. Bunun bölgesel kalkınmaya katkı sağlayacak olan turizmin sürdürülebilir olmasının ön şartı olduğu unutulmamalıdır. Bu bağlamda turizme paydaş herkese ve her kesime önemli görev ve sorumluluklar düşmektedir.
- Çalışma bölgesi olan Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesi ve turizme elverişli diğer bölgelerin, dünyada gelişen turizm hareketlerinden daha fazla pay alabilmeleri için, turizmde arz destekli, modern turizm yatırımlarının varlığı ile birlikte, etkin ve verimli bir reklam ve tanıtım çalışmasının yapılması zorunludur.
- Bölgenin sadece Fırtına Vadisi Ayder Turizm Bölgesi ve çevresi haricinde, Rize'nin diğer bütün ilçelerindeki turizme yönelik elverişli doğal kaynaklarının değerlendirilmesi ve böylece var olan turizm potansiyellerinin bölge ekonomisine ve bölgesel kalkınmaya kazandırılması gerekir.
- Daha geniş anlamda turizm, elverişli tarihi, kültürel, coğrafi ve doğal güzellikleri ile Doğu Karadeniz Bölgesinde, sürdürülebilir turizm ve kalkınma anlayışı çerçevesinde bölgenin ekonomik ve sosyal kalkınması için önemli fırsatlar sunduğu söylenebilir.
- Bu bağlamda politika yapıcıların, bölge üzerinde başta “Yeşil Yol Projesi” ve “Turizm Eylem Planları” gibi turizmi kırsala yayıp geliştirecek ve böylelikle kırsal kalkınmaya katkı sağlayacak plan, proje ve yatırımlarını devam ettirmeleri gerekmektedir. Birçok defa belirttiğimiz gibi, turizm yatırımlarının ekosisteme zarar vermeden, çevreyi tahrip etmeden, diğer sektör yatırımlarını olumsuz etkilemeden ve bölge halkı paydaş kılınarak yürütülmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Abuşoğlu, Ö. ve İnan, Ö. (1989). *Kalkınmada Öncelikli Yörelere ve Bölgesel Gelişme İçin Bir Model*. Ankara: TOBB Yayınları.
- Açıkalın, O. ve Saltık, A. (2007). Kalkınmada Yeni Kavram ve Stratejiler. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 10 (1), 5-27.
- Ağger, V. (2011). Üniversite 2011 Kış Oyunlarının Erzurum Kış Turizmi Potansiyeline Etkileri (Yüksek Lisans tezi).<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- Akan, Y. ve Arslan, İ. (2008). Türkiye’de Sektörel Yatırım Teşvik Belgeleri İle İstihdam Analizi: Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama (1980-2006). <http://www.calismatoplum.org/sayi16/akan-arslan.pdf> adresinden 16.07.2017 tarihinden edinilmiştir.
- Akar, S. (2014). Türkiye’de Sağlık Harcamaları, Sağlık Harcamalarının Nispi Fiyatı ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21(1), 311-322. <http://www2.bayar.edu.tr/yonetimekonomi/dergi/pdf/C21S12014/311-322.pdf> adresinden 04.02.2018 tarihinde edinilmiştir.
- Akdede, S. H. ve Erdal, F. (2004, Mart). *Bölgesel Yakınsamada Kamu Yatırımları: Türkiye Örneği*. Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu, I, 1-8. Devlet Planlama Teşkilatı ve Pamukkale Üniversitesi.
- Akkahve, D. (2004, Mart). *Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı (DOKAP)*. KEAS’03 Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu, I, 9-15. Devlet Planlama Teşkilatı ve Pamukkale Üniversitesi.
- Alagöz, M. (2004). Sürdürülebilir Kalkınmanın Paradigması Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289595> adresinden 20.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Alataş, S. (2014). *Ekonomik Kalkınmayı Belirleyen Faktörler: Ampirik Bir Analiz*. (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.

- Albayak, M. (2001). *Dış Aktif Turizm Talebinin Türkiye Ekonomisine Etkisi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- Altınok, S., Karaçol, Z. ve Fırat, E. (2016). *Kalkınmada Ar&Ge ve İnovasyonun Önemi: Türkiye Örneği*. International Conference on Euroasian Economies <http://www.avekon.org/papers/1599.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Alpagu, H. (2016). Turizmin Ekonomik Etkilerini Ölçen Yöntemler. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 11(1), 15-163. <http://www.beykon.org/dergi/2016/SPRING/2016XI.I.13.H.Alpagu.pdf> adresinden 31.10.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Arslan, K. (2005). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama Ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 275-294. http://yeni.ticaret.edu.tr/upload/files/ITU-Sosyal_bilimler_dergisi/2005_4_7_Bahar/M00095.pdf adresinden 06.12.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Atabaş, A. (2008). Kongre Turizmi Bağlamında Şehir Markalaşması: Trabzon İncelemesi (Uzmanlık tezi). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü.
- Atık, H. (2006). *Beşeri Sermaye, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Aydın, O. (2012). Türkiye’de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 91-96.
- Aydınlıgil, S. (2009). İnsani Kalkınma ve Sosyal Politika. [http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1282141128-7.SeyhanAydinligilInsaniKalkinma ve Sosyal Politika.pdf](http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1282141128-7.SeyhanAydinligilInsaniKalkinma%20ve%20Sosyal%20Politika.pdf) adresinden 13.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Avcı, E. (2011). İzmir’in İnanç Turizmi Potansiyelinin Seyahat Acenteleri Açısından Değerlendirilmesi (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi* (1. Baskı). Balıkesir: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. (2007). Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açılan

- Yeri ve Önemi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (19), 1-19. <http://www.sobbiad.mu.edu.tr/index.php/asd/article/view/200/201> adresinden 16.09.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Bahar, O. ve Bozkurt, K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analiz. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2), 225-265.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2006). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bal, H. (2011). İktisadi Gelişme Ve Doğal Kaynaklar: Geçiş Ekonomileri Çerçevesinde Bir İnceleme. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (1), 87-104.
- Bal, O. (2010). Teknolojinin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkileri. *Akademik Bakış Dergisi* (2), 1-21. <http://www.akademikbakis.org/eskisite/20/01.pdf> adresinden 23.09.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Bandeoğlu, Z. (2015). Türkiye’de Kültür Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. *KSÜ, İ.İ.B.F Dergisi* 5 (2), 155-166.
- Başol, K., Durman, M. ve Çelik, M.Y. (2005). Kalkınma Sürecinin Lokomotif; Doğal Kaynaklar. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, (14), 61-70.
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını No:253.
- Berber, M. (2006). *İktisadi Büyüme ve Kalkınma* (4. Baskı). Trabzon: Derya Kitabevi.
- Berber, M. (2017). Ekonomik Kalkınma Kavramı ve Ekonomik Kalkınmanın Belirleyicileri” <http://www.ekodialog.com/Konular/ekonomik-kalkinma-fiziksel-yasam-kalite-indeksi.html> adresinden 22.12.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Bilir, M. (2003). Köy Enstitüleri Sisteminde Toplum Kalkınması. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10), <http://www.sobbiad.mu.edu.tr/index.php/asd/article/view/118/122> adresinden 10.08.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Bloom, E. David C., David & Sevilla, J. (2003). *The Demographic Dividend, A New Perspective on the Economic Consequences of Population Change*. RAND Corporation, Santa Monica, C.A.

- Boudeville, J. R. (1966). *Problems of Regional Economic Planning*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Civelek, A. (2010). Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri. *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13 (1-2), 331-348. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/selcuksbmyd/article/view/5000084579/500078667> adresinden 09.02.2018 tarihinde edinilmiştir.
- Çakılcıoğlu, M. (2013). Turizm Odaklı Sürdürülebilir Kalkınma İçin Bir Yöntem Önerisi. *Tasarım Kuram dergisi*, 9 (16), 27-41. <http://tasarimkuram.msgsu.edu.tr/index.php/tasarimkuram/article/view/222/240> adresinden 13.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Çalışkan, Ş., Karabacak, M. ve Meçik, O. (2013). Türkiye’de Eğitim-Ekonomik Büyüme İlişkisi: 1923-2011 Kantitatif Bir Yaklaşım. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11, (21), 29-48.
- Çak, M. (2007). Türkiye’de Turizm Ekonomisi. *Turizm Ekonomisi: Teorik Çerçeve*. (s.13-34) İstanbul: İTO Yayınları. Yayın No:69.
- Çakmak, Ö. (2008). Eğitimin ekonomiye ve Kalkınmaya Etkisi. *D.Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (11), 33-41. http://zgefdergi.com/makaleler/884159134_11_03_cakmak.pdf adresinden 11.10.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Çan, M. F. (2010). Kentleşme, Sanayileşme Ve Kalkınma Etkileşimi. T.C. Fırat Kalkınma Ajansı http://fka.gov.tr/sharepoint/userfiles/Icerik_Dosya_Ekleri adresinden 20.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Çeken, H. (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 10 (2), 293-304.
- Çeken, H., Karadağ L. ve Dalgın T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 1-14
- Çetin, B. (2014). *Eğitim ve Kalkınma İlişkisi: Türkiye Örneği* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.

- Çetin, M. (2006). Teori ve Uygulamada Bölgesel Sürdürülebilir Kalkınma. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 1-17.<http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/1278.pdf> adresinden 01.08.2017'de edinilmiştir.
- Çetinkaya, A.T. ve Türk, E. (2014). Tasarruf ve Yatırımların Ekonomik Büyüme Etkisi Türkiye Örneği (1975-2012). *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi* 24 (2), 45-60.
- Çoban, O., Özcan C. (2013). Türkiye’de Turizm Gelirleri- Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8 (1), 243-261.
- Crocker, D. A. (1991). Toward Development Ethics. *World Development*, 19 (5), 457-483.
- Dağdemir, Ö. (2005). Sağlık ve Ekonomik Büyüme: 1960-2005 Döneminde Gelişmekte Olan Ülkelerde Sağlık Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Karşılıklı İlişkinin Analizi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(2), 75-94.
- Dedehayır, H. (2012). Sürdürülebilir Kültür Turizmi. <http://www.cekulvakfi.org.tr/makale/surdurulebilir-kultur-turizmi> adresinden 03.04.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Demir, E. (2016). Bölgesel Kalkınmanın Finansmanında Kalkınma Ajanslarının Rolü: Daka Örneği (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- Demirel, R. (2012). Ülkemize Yönelik Turizm Talebinin Ekonomiye Etkileri (Uzmanlık tezi). T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Demircan, E.S. (2003). Vergilendirmenin Ekonomik Büyüme ve Kalkınmaya Etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (21), 97-116. <http://iibf.erciyes.edu.tr/dergi/sayi21/edemircan.pdf> adresinden 11.11.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Dinler, Z. (2001). *Bölgesel İktisat*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Doğan, S. ve Yıldız Z. (2007). Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel*

- Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 2 (6), 148-179.
<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/215598> adresinden 14.04.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye'nin Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- DPT, (2006). *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)*. Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.
- DPT, (1995, Mart). *Bölgesel Dengelerin Sağlanması*. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Yapısal Değişim Projeleri Komite Raporları Ankara.
- Özgün Ekonomi ve Makale Arşivi, (2017). Ekonomik Kalkınma Kavramı ve Ekonomik Kalkınmanın Belirleyicileri. <http://www.ekodialog.com/Konular/ekonomik-kalkinma-fiziksel-yasam-kalite-indeksi.html> adresinden 21.06.2017 edinilmiştir.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, (14), 99-107. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ecd/article/view/5000115531/5000107521> adresinden 17.12.2018 tarihinde edinilmiştir.
- Erdoğan, N. ve Erdoğan, İ. (2005). Ekoturizm Betimlemeleriyle İletilenlerin Doğası *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, 20 (1), 55-82.
- Erdoğan, S. (1994). 1980 Sonrası Türkiye Milli Gelirindeki Değişmeler. <http://webftp.gazi.edu.tr/hukuk/dergi/1216.pdf> adresinden 20.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Erkal, M. E. (1990). *Bölge Açısından Az Gelişmişlik*. İstanbul: Der Yayınları
- Eroğlu, V. (2016). *Türkiye'de Av ve Yaban Hayatı*. Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. <http://www.milliparklar.gov.tr/kitap/> adresinden 26.12.2016 tarihinde edinilmiştir.
- Ersun, C. (2007). Türkiye'de Turizm Ekonomisi. İstanbul: İTO Yayınları No:69
- Esengün, K., Akça H. ve Sayılı M. (2002, Mart). *Dağlık ve Ormanlık Alanlarda Kırsal Turizm Faaliyeti ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma*. I. Ulusal Ormancılık Kooperatifleri Sempozyumunda sunulan bildiri, Türkiye Ormancılık Kooperatifleri Merkez Birliği (OR-KOOP) ve Kastamonu Köy Kalkınma Kooperatifleri Birliği, Kastamonu.

- Eşiyok, B. A. (2004). *Türkiye'nin Kalkınma Sürecinde Teknoloji, Yenilik ve Bilişim Sektörü*. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Araştırma Müdürlüğü Matbaası.
- Geray, C. (2002). *Halk Eğitimi*. (Güncellenmiş 3.Baskı), Ankara: İmaj Yayınları
- Gezici, F. (1998). Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma Amacında Turizm Eylemlerinin Etkisi: Türkiye Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adreslerinden edinilmiştir.
- Giritlioğlu, İ., İpar, M.S. ve Özlü, B. (2015). Turizm Ve Bölgesel Kalkınma İlişkisi: TRC1 Bölgesi Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi* 4 (14), 217-232. <http://www.uhbabdergisi.com/imagesbuyuk/b2d47UHBAB%2014.pdf> adresinden 24.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Gögebakan, Y. (2017). Dünya Üzerindeki Kültürel Varlıkların Turizme Ve Ekonomiye Katkısı. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/192413> adresinden 04.12.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Grossman, M. (1972). On the Concept of Health Capital and the Demand for Health. *Journal of Political Economy*, 80 (2), 223–255.
- Gündüz, F. (2004). Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği. http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/3c04118df112c13_ek.pdf adresinden 28.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Gündüz, A. Y. (2006). *Bölgesel Kalkınma Politikası*. Bursa: Ekin Yayınevi
- Güngör, T. (2018). Kongre turizmi. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/kongre-turizmi/401251> adresinden 02.02.2018 tarihinde edinilmiştir.
- Günsoy, G. ve Tekeli, S. (2015). Nüfusun Yaşlanması ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Analiz. *Amme İdaresi Dergisi*, 48 (1), 35-87.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji*, 1 (2), 49-59. [http://jstech.karabuk.edu.tr/arsiv/1302-0056/2002/Cilt\(5\)/Sayi\(1-2\)/49-59.pdf](http://jstech.karabuk.edu.tr/arsiv/1302-0056/2002/Cilt(5)/Sayi(1-2)/49-59.pdf) adresinden 24.04.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Güven, S. (1995). *Sosyal Planlama*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Harris, J. M. (2000). Sürdürülebilir Kalkınmanın Temel Prensipleri. <http://www>.

sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/EmineOzmet2eviri.pdf adresinden 10.06.2017 tarihinde edinilmiştir.

- Holmberg, J.& Sandbrook, R. (1992). Sustainable Development: What Is to Be Done? Making Development Sustainable: Redefining Institutions, Policy, and Economics. (Ed. J. Holmberg). *International Institute for Environment and Development*,(p. 19-38) , Washington, D. C.: Island Press
- Hepaktan, E. ve Çınar S. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2), 135-154. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423874614.pdf> adresinden 21.07.2017 tarihinden edinilmiştir.
- Işık, R. (2006). *Az Gelişmişlik Sorunu Demokrasi Krizi ve İnsani Kalkınma Endeksine Göre Az Gelişmiş Demokrasiler* (Yüksek Lisans tezi). <http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7786/189188.pdf?sequence=1> adresinden edinilmiştir.
- Işık, N.ve Kılınç, E. C. (2012). İnovasyon Güdümlü Kalkınma: Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 1 (1), 36-42.
- Ildırar, M. (2004). *Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri* (1. Baskı). Adana: Nobel Yayınları.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An İntegrated and Sustainable Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- İbragimov, M. (2001). *Ürün Çeşitlendirmesi Açısından Kış Turizmi ve Almatı Çimbulak-Medeu Örneği* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- İlban, M. O., Köroğlu A. ve Bozok, D. (2008). Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Gönen Örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (13), 105-129
- İlkin, A. ve Dinçer, M. Z. (1991). *Ekonomik ve Sosyal Sorunlar-Çözüm Önerileri Dizisi*. Ankara: TOBB Yayınları, No.217.
- İstanbul Ticaret Odası, (2001). *Anadolu'nun Yeni Turizm Olanakları ve Bölgesel Kalkınmadaki Yeri*. İstanbul: İTO Yayın No:28 http://www.ito.org.tr/ito_yayin/0017529.pdf adresinden 23.09.2017 tarihinde edinilmiştir.

- Kabasakal, U. (2007). Bölgelerarası Kalkınma ve Turizm: Elazığ Örneği. *Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Araştırma ve Uygulama Merkezi*,6 (1), 1-11. <http://web.firat.edu.tr/daum/default.asp?id=80> adresinden 02.10.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Kahraman, A. (2005). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama Ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 1 (7), 275-294.
- Kanca, O. C. (2015). Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği (1980-2013). *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi* (8), 1-11 <http://www.marmarasosyaldergi.org/makale/sayi8aral%C4%B1k20151.pdf> adresinden 12.10.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Kar M., Zorkirişçi E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (8), 87-112.
- Kara, M. (2008). *Bölgesel Rekabet Edebilirlik Kavramı ve Bölgesel Kalkınma Politikalarına Yansımaları*. Ekonomik Modeller ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayın No: 2774.
- Karaçay Çakmak, H. (2004, Mayıs). *Yerel Kalkınmada KOBİ'lerin Rolü: Türkiye İmalat Sanayi Örneği*. Türkiye İktisat Kongresi Bölgesel Gelişme Stratejileri Tebliğ Metinleri (s: 217-240), DPT, İzmir.
- Karagül, M. (2002). *Beşeri Sermayenin İktisadi Gelişmedeki Rolü ve Türkiye Boyutu*. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları.
- Karataş, M. ve Çankaya, E. (2010). İktisadi Kalkınma Sürecinde Beşeri Sermayeye İlişkin Bir İnceleme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (3), 29-55.
- Kasa, Ö. (2012). Toplantı ve Kongre Turizmi. <http://www.turizmyatirimdergisi.com.tr/images/dergi/ek/01.pdf> adresinden 03.04.2017 tarihinde edinilmiştir
- Kaya, E. (2005). *Yerel Kalkınma Yönetimi* (2. Baskı). İstanbul: Sistem Multimedia Yayınları.
- Kaya, A. (2009). *Türkiye'de Bölgesel Net Mali Yansıma*. Ankara: T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Yayın No: 395 <https://www.sgb>.

gov.tr/sgbyayinlar/sunummerkezi/index.html?ktp=2009-395 adresinden
15.12.2017 tarihinde edinilmiştir.

Kaygalak, İ. ve Işık Ş. (2007). Kentleşmenin Yeni Ekonomik Boyutları. *Ege Coğrafya Dergisi* (16), 17-35.

Keleş, R. (2002). *Kentleşme Politikası*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Kızılğöl, Ö. ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 13 (2), 351-360.

Kızıltan, A. ve Ersungur, Ş. M. (2007). Türkiye’de İller ve Bölgelerin Ekonomik Gelişme Düzeyleri Arasındaki Uzun Dönemli İlişkiler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (2), 269-286. <http://dergipark.gov.tr/ataunisobil/issue/2820/38019> adresinden 13.09.2017 tarihinde edinilmiştir.

Kiper, T. ve Arslan M. (2007). Anadolu’da Doğa Turizmi Kapsamında Doğa Yürüyüşü Güzergâhlarının Belirlemesinde Örnek Bir Çalışma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 165-173. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/178530> adresinden 03.02.2018 tarihinde edinilmiştir.

Koç, H. ve Aksoy, B. (2012). Coğrafya Eğitiminde Bölge Kavramı. *Marmara Coğrafya Dergisi* (25), 319-339. <http://dspace.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/2666/712-1383-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, adresinden 27.12.2017 tarihinde edinilmiştir.

Kongar, E. (2017). Ekonomik Büyüme ve Kültürel Kalkınma. <http://www.kongar.org/makaleler/makmi.php> adresinden 10.05.2017 tarihinde edinilmiştir.

Korkmaz, S. (2016). Turizmin Ekonomik ve Sosyal Etkileri. <http://www.turizmyatirimdergisi.com.tr/images/dergi/ek/01.pdf> adresinden 28.12.2016 tarihinde edinilmiştir.

Kozak, M. ve Bahar, O. (2013). *Turizm Ekonomisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2908.

Kozan, G. Y., Özdemir, S. ve Günlü, E. (2014). Turizm Yazımında Deniz Turizmi’nin Olgusal Gelişimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi* 6 (2), 115-129.

- Koper, İ. ve Çakır, Ç. (2015). Tortum Çayı Havzasında (Erzurum-Artvin) Donmuş Şelale-Çağlayan Tırmanışları ve Bunun Kış Turizmi Bakımından Önemi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (1), 199-224.
- Köklü, A. (1973). *Makro İktisat*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Kültürel Bellek, (2011). Turizmin Toplum Üzerindeki Etkileri. <http://www.kulturelbellek.com/turizmin-toplum-uzerindeki-etkileri/adresinden>, 29.05.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2011). Av Turizmi. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9874/av-turizmi.html> adresinden 29.03.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). İnanç Turizmi. <http://www.ktbyatirim.isletmeler.gov.tr/TR,9952/inanc-turizmi.html>, adresinden 29.03.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). Türkiye'de Sağlık ve Termal Turizmi. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11479/turkiyede-saglik-vetermal-turizm.html> adresinden 29.03.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Künü, S., Hopoğlu, S., Gürçam, Ö. S. ve Güneş, Ç. (2015). Turizm ve Bölgesel Kalkınma Arasındaki İlişki: Doğu Karadeniz Bölgesi Üzerine Bir İnceleme. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 71-93.
- Kuşadası Ticaret Odası. (2014). Kruvaziyer Turizmde Dikkat Çeken Bir Nokta: Kuşadası Limanı. <http://www.kuto.org.tr/img/kuto/raporlar/10.pdf>, adresinden 12.12.2016 tarihinde edinilmiştir.
- Mansuroğlu, S. (2006). Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19 (1), 35-46.
- Maslow, A. (1970). A Theory of Human Motivation. V. H. Vroom, E. L. Deci (Eds.) *Management and Motivation*. London: Penguin Books.
- MEB, (2014). Turizm ve İnsan Psikolojisi. <http://www.megep.meb.gov.tr>, adresinden 29.03.2017 tarihinde edinilmiştir.
- MTA, (2000). Madenciliğin Ülke Ekonomisindeki Önemi. Ankara: MTA Yayınları
- Nafziger, E. W. (2006). *Economic Development* (4th ed.). New York: Cambridge University Press.

- Newhouse, J. P. (1977). Medical Care Expenditure: A Cross-National Survey. *Journal of Human Resources*, (12), 115–125. <http://dx.doi.org/10.2307/145602> adresinden 07.08.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Oktayer, N. (2007). Türkiye'de Turizm Ekonomisi. *Dünyada ve Türkiye'de Turizm Sektörünü yeri* (s.35-75) İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını.
- Oktayer, N., Susam, D. ve Çak, M. (2007). Türkiye'de Turizm Ekonomisi. <http://www.ito.org.tr/itoyayin/0016481.pdf>, adresinden 05.04.2018 tarihinde edinilmiştir.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*, İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Özbek, A. Sosyal Politika-Sosyal Kalkınma İlişkisi. Yatırım Destek Ofisi <http://www.investdiyarbakir.com/tr-tr/koseyazilari/sosyal-politika-sosyal-kalkinma-iliskisi-368> adresinden 13.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Özdemir, M. (2017). Rekreasyon. <http://rekreasyon.org/turizm-nedir/> adresinden 30.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm Ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi* (24), 1-25.
- Özdönmez, M., İstanbullu, T., Akesen, A. ve Ekizoğlu, A.(1996). *Ormancılık Politikası*. İstanbul: İ.Ü. Orman Fakültesi Yayını. Yayın No:435.
- Özgür, E. M. (2010). Bölgesel Kalkınma. https://cihanaltun.files.wordpress.com/2014/12/bc3_bölgesel-kalkc4b1nma.pdf adresinden 23.12.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Özguven, A.(1988). *İktisadi Büyüme İktisadi Kalkınma ve Japon Kalkınması* (1. Baskı). İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Özcan, B. (2011). Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- Öztaş, K. (2002). *Turizm Ekonomisi ve Genel Turizm Bilgileri* (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Öztürk, A. (2009). Homojen ve Fonksiyonel Bölgelerin Tespiti ve Türkiye İçin İstatistikî Bölge Birimleri Önerisi.(Uzmanlık tezi). Ankara: DPT Yayınları Yayın No: 2802.

- Özyakışır, D. (2011). Beşeri Sermayenin Ekonomik Kalkınma Sürecindeki Rolü: Teorik Bir Değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (1), 46-65.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm ve Toplumsallaşma* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Sallı, E. (2008). Ekonomik Faaliyetlerin Sınıflandırılması. <http://enginsalli.blogcu.com/ekonomik-faaliyetlerin-siniflandirilmesi/3187002> adresinden 21.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Sancak, E. ve Demirci, N. (2012). Ulusal Tasarruflar ve Türkiye’de Sürdürülebilir Büyüme İçin Tasarrufların Önemi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (2), 159-198.
- Sargın, S. (2006).Yalvaç’ta İnanç Turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 1-18.
- Savaş, V. (1986). *Kalkınma Ekonomisi* (4. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Sevinç, H. (2011). Bölgesel Kalkınma Sorunsalı: Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2), 36-52.
- Sezen, S.(1999).*Devletçilikten Özelleştirmeye Türkiye’de Planlama* (1. Basım). Ankara: TODAİE Yayınları No: 293
- Sezer, İ.(2014).Kruvaziyer Turizmde Dikkat Çeken Bir Nokta: Kuşadası Limanı. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19 (32), 49-75.
- Stimson, R.J., Stough, R.R. & Roberts, B.H. (2006). *Regional Economic Development: Analysis and Planning Strategy* (2th ed.). Berlin: Springer.
- Susam, N. (2007). Türkiye’de Turizm Ekonomisi. *Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Olumlu Etkileri* (s.77-154) İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları. Yayın No: 69.
- Şafak, İ. (2003). Türkiye’deki Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi A* (2), 133-148.
- Şahin, B. E. (2011). Türkiye’nin Cari Açık Sorunu. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 47-55.
- Şahin, A. (1990).*İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi*. Ankara: TOBB Yayınları.

- Şahiner, T. (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- Şaman, E. (2009). Mersin İli İnanç Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Mersin’de İnanç Turizmine Katılanların Profili Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- Şenkaya, F. Ş., Demirel, Ö. ve Özkır, D. (2012). Ayder (Çamlıhemşin/Rize) Termal ve Yayla Turizm Bölgesinin Termal Koruma ve Turizm Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(5), 151-164. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/inustd/article/view/1027000046/1027000045> adresinden 04.08.2016 tarihinde edinilmiştir.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7 (1), 101-117. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/269300> adresinden 11.08.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Taban, S. ve Kar, M. (2004). *Kalkınma Ekonomisi* (1. Baskı). Bursa: Ekin Kitabevi.
- Takım, A. (2010). Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Planlarının İktisat Politikaları Performansına Etkisi: Zonguldak-Bartın ve Karabük Örneği. *e-Journal of New World Sciences Academy Social Sciences*, 5(3), 259-275.
- Tamvergen, İ. P. (1998). Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri ve Türkiye Örneği. *Hazine Dergisi*, (12), 53-66.
- Tarhan, C. (1996). *Tourism Economics*. Bilkent University School of Tourism and Hotel Management, Ankara.
- Taymaz, E. (1994). Sanayi Ve Teknoloji Politikaları: Amaçlar ve Araçlar. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 20 (4), 551:567.
- Tekin, Ö. F. (2016, Mayıs). *Alternatif Bir Turizm Türü Olarak Yayla Turizmi ve Bozkır İlçesinin Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Uluslararası Geçmişten Günümüze Bozkır Sempozyumu bildirisi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Todaro, M. P. & Smith, S. C. (2012). *Economic Development*. (11th ed.), Pearson: Boston.

- Tosun, C., Timothy D. J. & Öztürk, Y. (2003). Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (2-3), 133-161.
- Turizm Yatırım Dergisi. (2012). Toplantı ve Kongre Turizmi. <http://www.turizmyatirimdergisi.com.tr/images/dergi/ek/01.pdf>, adresinden 09.10.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E. ve Erkan Ç. (2013). Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 2(4), 14-27. www.gjebs.com-ISSN: 2147-415 adresinden 10.11.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Tunçsiper, B., Temeloğlu, E. ve Altunöz, O. (2011). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolünün Yerel Halkın Görüşleri Çerçevesinde Belirlenmesi: Ayvacık (Assos) Örneği. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 93-112.
- Türkdoğdu, E. (2010). Türkiye'nin Geliştirilebilir Bölgesel Kış Turizmi Potansiyeli: Avrupa'nın Bölgesel Kış Turizmi Merkezleri ile Türkiye'nin Bölgesel Kış Turizmi Potansiyelinin Karşılaştırılması. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Türkeri, İ. (2014). *Destinasyon Aidiyeti Oluşturulmasında Destinasyon İmajının ve Kişiliğinin Rolü: Kış Turizmi Örneği Palandöken Kayak Merkezi* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- Türkiye Vakıflar Bankası T.O.A., (2007). Küreselleşme Sürecinde Dünya ve Türkiye Ekonomisinde Sektörel Yapıdaki Dönüşüm Üzerine Bir İnceleme. https://www.vakifbank.com.tr/documents/earastirma/Kuresellesme_Surecinde_Dunya.pdf adresinden 17.04.2018 tarihinde edinilmiştir.
- Ukav, İ. (2012, Nisan). *Adıyaman'da Av Turizmi*. II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresinde sunulan bildiri, Adıyaman Üniversitesi.
- UNWTO, (2012). Tourism in the Green Economy Background Report. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414529>.adresinden 3.03.2016 tarihinde edinilmiştir.

- Unur, K. (2000). Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (3), 1-17.
- Uygur, M. S. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 30-47.
- Uysal, A. (2003). Sürdürülebilir Kalkınma: Genel Bakış. <https://www.tubitak.gov.tr/tubitakcontentfiles/vizyon2023/csk/EK-3.pdf> adresinden 01.06.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Yavilioğlu, C. (2002). Kalkınmanın Anabilimsel Tarihi ve Kavramsal Kökenleri. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3 (1), 59-77.
- Yıldız, G. (2013). *Bölgesel Dengesizliklerin Giderilmesinde Kalkınma Ajanslarının Rolü ve Güney Ege Kalkınma Ajansı Örneği* (Yüksek Lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden 13.03.2018 tarihinde edinilmiştir.
- Yıldız, Z.(2011).Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Vizyoner Dergisi*, 3 (5), 54-71.
- Yıldız, Z. ve Topuz, H. (2011). Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma İlişkisi Açısından Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/9813> adresinden 12.11.2017 tarihinde edinilmiştir.
- Yıldız, Z. ve Doğan, S. (2007). Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (6), 148-179.
- Yıldız, Z. (2007). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkılar ve Göller Bölgesi Uygulaması (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden edinilmiştir.
- Yumuşak, İ.G. ve Yıldırım, D.Ç. (2009). Sağlık Harcamaları İktisadi Büyüme İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir İnceleme. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*,4 (1), 57-68.
- Yumuşak, İ. G. ve Kar, A. (2000). Nüfus Artış Hızının Düşürülmesi İktisadi Kalkınmayı Hızlandırır mı. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 77-96.

- Yumuşak İ. G. ve Tuna, Y. (2003). Beşeri Kalkınma İndeksi ve Türkiye Analizi.
<http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423905817.pdf>,
adresinden 26.02.2018 tarihinde edinilmiştir.
- Wild, P. & Dearing, J. (2000). Development of and prospects for cruising
Europe. *Maritime Policy and Management*. 27 (4), 315-333.
- Zengin, E., Başkurt, M. ve Es, M. (2014). Yerel Yönetimler ve Yerel Kalkınma
Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi 3 (2), 96-119.
- Zengin, B. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter
Etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5 (1), 103-124.



RİZE AYDER TURİZM BÖLGESİ TURİST ORTALAMA HARCAMA ANALİZ ANKETİ

Bu çalışma, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi için yapılmaktadır. Çalışmanın amacı Rize Ayder Turizm Bölgesine gelen turistlerin harcama davranışlarını ve bölgesel kalkınmaya olan etkilerini tespit etmektir. Çalışmanın başarıya ulaşması, vereceğiniz cevaplara bağlıdır.													
Gösterdiğiniz ilgi, sabır ve samimiyetiniz için teşekkür ederiz.													
Doç. Dr. Ali Rıza SANDALCILAR (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İktisat ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi)													
Recep Ali ÇAKIR (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Yüksek Lisans Öğrencisi)													
1	Yaşınız	18-30	(1)	31-45	(2)	46-60	(3)	61 ve Üzeri				(4)	
2	Cinsiyetiniz	Bayan	(1)	Bay									(2)
3	Eğitim Durumunuz	İlköğretim	(1)	Lise	(2)	Üniversite						(3)	
4	Mesleğiniz	Kamu Görevlisi	(1)	Serbest Meslek	(2)	Esnaf/Tüccar	(3)	Diğer				(4)	
5	Uyruğunuz	T.C.	(1)	Yabancı (Ülke Adı):								(2)	
6	Ayder'e Kaçınıcı Gelişiniz	1	(1)	2	(2)	3 ve Üzeri					(3)		
7	Ayder Tatiline Kaç Kişi Geldiniz	1	(1)	2	(2)	3	(3)	4	(4)	5	(5)		
8	Ayder'de Kaç Gün KalacaksınızGün											
9	Aylık Geliriniz	TL	0-2000	(1)	2001-4000	(2)	4001-6000	(3)	6001-8000	(4)	8001-Üstü	(5)	
		\$	0-600	(1)	601-1200	(2)	1201-1700	(3)	1701-2300	(4)	2300-Üstü	(5)	
10	Ayder Tatili için Ayırdığınız Toplam Bütçeniz (TL veya \$)TL (1)\$ (2)											
11	Ayder Tatilinizde "Ulaşım ve Turlar" için Yaptığınız/Yapacağınız Ortalama Toplam Harcama Tutarınız	0-250 TL veya 0-75 \$	(1)	251-500 TL veya 76-150 \$								(2)	
		501-1000 TL veya 151-300 \$	(3)	1001-1500 TL veya 301-450 \$								(4)	
		1501-2000 TL veya 451-550 \$	(5)	2001-2500 TL veya 551-650 \$								(6)	
		2501-3000 TL veya 651-850 \$	(7)	3001 TL veya 851 \$ ve Üzeri								(8)	
12	Ayder Tatilinizde "Konaklama" için Yaptığınız/Yapacağınız Günlük Ortalama Toplam Harcama Tutarınız	0-250 TL veya 0-75 \$	(1)	251-500 TL veya 76-150 \$								(2)	
		501-1000 TL veya 151-300 \$	(3)	1001-1500 TL veya 301-450 \$								(4)	
		1501-2000 TL veya 451-550 \$	(5)	2001-2500 TL veya 551-650 \$								(6)	
		2501-3000 TL veya 651-850 \$	(7)	3001 TL veya 851 \$ ve Üzeri								(8)	
13	Ayder Tatilinizde "Yeme-İçme" için Yaptığınız/Yapacağınız Ortalama Toplam Harcama Tutarınız	0-250 TL veya 0-75 \$	(1)	251-500 TL veya 76-150 \$								(2)	
		501-1000 TL veya 151-300 \$	(3)	1001-1500 TL veya 301-450 \$								(4)	
		1501-2000 TL veya 451-550 \$	(5)	2001-2500 TL veya 551-650 \$								(6)	
		2501-3000 TL veya 651-850 \$	(7)	3001 TL veya 851 \$ ve Üzeri								(8)	
14	Ayder Tatilinizde "Kaplıca ve Aktiviteler" için Yaptığınız/Yapacağınız Ortalama Toplam Harcama Tutarınız	0-250 TL veya 0-75 \$	(1)	251-500 TL veya 76-150 \$								(2)	
		501-1000 TL veya 151-300 \$	(3)	1001-1500 TL veya 301-450 \$								(4)	
		1501-2000 TL veya 451-550 \$	(5)	2001-2500 TL veya 551-650 \$								(6)	
		2501-3000 TL veya 651-850 \$	(7)	3001 TL veya 851 \$ ve Üzeri								(8)	
15	Ayder Tatilinizde "Alış-Veriş- Hediye Eşya" için Yaptığınız/Yapacağınız Ortalama Toplam Harcama Tutarınız	0-250 TL veya 0-75 \$	(1)	251-500 TL veya 76-150 \$								(2)	
		501-1000 TL veya 151-300 \$	(3)	1001-1500 TL veya 301-450 \$								(4)	
		1501-2000 TL veya 451-550 \$	(5)	2001-2500 TL veya 551-650 \$								(6)	
		2501-3000 TL veya 651-850 \$	(7)	3001 TL veya 851 \$ ve Üzeri								(8)	

16	Ayder'de Ulaşım ve Tur Fiyatlarını Nasıl Buldunuz?	Çok Pahalı	(1)	Pahalı	(2)	Normal	(3)	Ucuz	(4)
17	Ayder'de Konaklama Fiyatlarını Nasıl Buldunuz?	Çok Pahalı	(1)	Pahalı	(2)	Normal	(3)	Ucuz	(4)
18	Ayder'de Yeme-içme İşletmeleri Fiyatlarını Nasıl Buldunuz?	Çok Pahalı	(1)	Pahalı	(2)	Normal	(3)	Ucuz	(4)
19	Ayder'de Alış-Veriş-Hediyelik Eşya Fiyatlarını Nasıl Buldunuz?	Çok Pahalı	(1)	Pahalı	(2)	Normal	(3)	Ucuz	(4)
20	Ayder'e Ulaşım İmkanları Yeterli mi?	Yeterli	(1)	Kısmen Yeterli	(2)	Yetersiz	(3)	Fikrim Yok	(4)
21	Ayder'de Konaklama Tesisleri Yeterli mi?	Yeterli	(1)	Kısmen Yeterli	(2)	Yetersiz	(3)	Fikrim Yok	(4)
22	Ayder'de Eğlence Mekanları Yeterli mi?	Yeterli	(1)	Kısmen Yeterli	(2)	Yetersiz	(3)	Fikrim Yok	(4)
23	Ayder'de Alış-Veriş İmkanları Yeterli mi?	Yeterli	(1)	Kısmen Yeterli	(2)	Yetersiz	(3)	Fikrim Yok	(4)
24	Ayder'de Kalabalık ve Gürültü Durumu Nedir?	Çok Fazla	(1)	Normal	(2)	Az	(3)	Çok Az	(4)
25	Ayder'de Çevre Temizliği Nasıldır?	Çok İyi	(1)	İyi	(2)	Normal	(3)	Kötü	(4)
26	Ayder'de Yerel Halkın ve Esnafın Turistlere Yönelik Tutum ve Davranışları Nasıldır?	Çok İyi	(1)	İyi	(2)	Normal	(3)	Kötü	(4)
27	Ayder'de Turizm İşletmelerinin Hizmet ve Ürün Kalitesi Nasıldır?	Çok İyi	(1)	İyi	(2)	Normal	(3)	Kötü	(4)
Bize değerli vakitlerinizi ayırdığınız için teşekkür ederiz.									

ÖZ GEÇMİŞ			
Adı Soyadı	Recep Ali ÇAKIR		
Doğum Yeri ve Yılı	Çamlıhemşin 12.10.1972		
Medeni Durumu	Evli		
Bildiği Yabancı Diller ve Düzeyi	İngilizce, Orta		
Öğrenim Durumu	Başlama- Bitirme Yılı	Kurum Adı	
Ön Lisans	1991	1992	Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Adalet Meslek Yüksekokulu
Lisans	1992	1996	Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Aydın Turizm İşletmeciliği Bölümü
	2013	2015	Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü
Yüksek Lisans	2015	2018	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı
Doktora			
Çalıştığı Kurum(/lar)		Başlama-Ayrılma Yılı	
1.			
2.			
3.			
Üyesi Olduğu Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlar			
Katıldığı Proje ve Toplantılar			
Yayımlar			
Aldığı Ödüller			
İletişim (eposta)	racakir@ormansu.gov.tr		